

KOMUNIKASI SIMBOLIK DALAM MENENTUKAN HARGA PEROLEHAN JABATAN KEPALA DESA DI MADURA

Ach. Baihaki¹

Universitas Islam Madura
ach.baihaki.se.m.sc@gmail.com¹

Abstract

This study aims to analyze the expenditure by using symbolic language as a proxy in election of head of village in Madura by using an interpretive qualitative method in order to enreach the meaning of the communication by the parties based on a cost accounting perspective, as identifying by the intention of the cost, as fix cost, variable cost, and semi variable cost. The results of the research point outed that there are many activities in the election of head of village process from before the nomination until the completion of the inauguration have cost dimension are nyaghêrêh, ekareng towa'ah, ghuruh, ajêgêh, angin tang ngin, tongket, and uniformity also in cigarret. The costs that must be incurred by the candidate as a fix cost and tend to be semi variable cost at the day of the election and also at the day of the inauguration. Some times the cost can continue until after becoming a village head. The variable cost are usually in order to influence voter decision from before voting day to the voting day.

Keywords: *symbolic communication, head village election, cost of sale, Madura*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa biaya yang dinyatakan dengan bahasa simbolik dalam pemilihan kepala desa di Madura dengan menggunakan metode kualitatif interpretif dalam rangka menemukan makna komunikasi yang disampaikan oleh para pihak yang terlibat berdasarkan perspektif akuntansi biaya, dimana biaya-biaya tersebut bisa diidentifikasi berdasarkan intensitasnya sebagai biaya tetap, biaya variable, dan biaya semivariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak kegiatan dalam proses pemilihan kepala desa yang dimulai dari sebelum pencalonan hingga selesai pelantikan yang berdimensi biaya dan dinyatakan dalam simbol *nyaghêrêh, ekareng towa'ah, ghuruh, ajêgêh, angin tang ngin, tongket*, bahkan dengan seragam tertentu serta rokok. Biaya-biaya tersebut memiliki intensitas yang bersifat tetap dan cenderung semi variable harus dikeluarkan pada saat hari pemungutan suara dan juga pada saat pelantikan yang kemudian menjadi biaya *overhead*. Terkadang, biaya-biaya tersebut bersifat berkelanjutan sampai setelah menjadi kepala desa. Biaya variabel biasanya dalam rangka mempengaruhi keputusan pemilih pada saat mulai malam hari sebelum pemungutan suara sampai pada saat hari pemungutan suara.

Kata kunci: *komunikasi simbolik, pemilihan kepala desa, biaya perolehan, Madura*

PENDAHULUAN

Akuntansi adalah sebuah bahasa bisnis, dimana memiliki kajian semantik dalam memahami makna didalamnya dan juga memiliki kajian sintaksis dalam memahami logika dan struktur di dalamnya (Hendrikson & Breda, 1992). Sebagai sebuah alat komunikasi, bahasa tentunya akan juga memiliki konteks makna yang dibentuk sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan bahkan politik dimana bahasa tersebut digunakan. Dengan kondisi ini pragmatisme dalam tindakan menyerap informasi yang disampaikan oleh pemberi informasi akan juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman penerima informasi atas makna yang diharapkan.

Suwardjono (2014), (Riduwan et al., 2010), (M.S, 2004), (Iswanaji & Wahyudi, 2017), (Bala, 2022) menyatakan bahwa kajian semantik adalah untuk menyampaikan kegiatan fisik yang terjadi dalam sebuah entitas dan penerima informasi bisa membayangkan tanpa harus secara langsung menyaksikan kegiatan. Sementara itu kajian sintaksis jauh luas, karena harus mempertimbangkan keterkaitan antar struktur dan tidak terbatas kepada makna simbol semata dan tentunya logika informasi yang ingin disampaikan, sehingga bisa diterima oleh para penerima informasinya. Adapun kajian pragmatik adalah mengkaji tentang perubahan perilaku atau reaksi dari para penerima informasi, sehingga masalah keektifan komunikasi yang dibuktikan dengan tindakan interpretasi yang tepat oleh penerima informasi menjadi kajian yang juga penting dalam sebuah kerangka kajian komunikasi.

Bahkan Ghozali & Chariri (2014), lebih lanjut menyatakan bahwa akuntansi sampai saat ini masih banyak interpretasi yang berbeda tentang praktik dan teori akuntansi. Akuntansi sering dianggap sebagai sebuah catatan historis yang menyajikan informasi sesuai dengan aturan dari lembaga berwenang. Informasi inilah yang

menjadikan akuntansi sebagai sebuah bahasa bisnis yang menyampaikan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh para pihak yang berkepentingan. Bahkan lebih jauh akuntansi juga sebagai informasi komunikasi dan keputusan tidak terlepas dari mitologi, ideologi dan bahkan komoditas sosial. Perspektif makna tersebut juga akan membentuk makna atas elemen-elemen akuntansi (Rochayatun & Andriani, 2018). Bahkan informasi akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan mengandung informasi spiritualitas yang mengandung do'a dan dzikir para penyusunnya (Alfia et al., 2018).

Kerangka pengembangan teori akuntansi akuntansi tersebut telah mengindikasikan bahwa akuntansi sebagai alat komunikasi tidak bisa dipisahkan dari lingkungan manusia yang melakukan tindakan tersebut. Teori komunikasi juga menyampaikan bahwa komunikasi juga tidak selamanya dihadirkan dalam bentuk komunikasi langsung, karena kadang kala juga dalam interaksi simbolik (Siregar, 2011). Bahkan saluran komunikasi juga bisa dihadirkan dalam bentuk komunikasi verbal atau bahkan non-verbal (Alamsyah & Prasetyo, 2018). Interaksi dan simbol ini akan menjadi sesuatu yang penting dalam menerjemahkan dan mendefinisikan tindakan orang lain yang didasari oleh pemahaman akan makna dalam rangka mencapai tujuan bersama (Siregar, 2011). Bahkan pemaknaan ini juga bergantung kepada budaya masyarakat yang menyampaikan informasi, karena makna dari symbol yang disampaikan komunikator juga tidak bisa dilepaskan dari budaya yang dijalani dan pengalaman yang dialami (Haris & Amalia, 2018). Politik merupakan kegiatan orang yang bercita-cita untuk dan/atau memegang jabatan pemerintah, tidak peduli mereka dipilih, ditunjuk, atau pejabat karier, dan tidak mengindahkan jabatan eksekutif, legislatif atau yudikatif (Mukarom, 2016). Dalam sebuah sistem kekuasaan monarki, kekuasaan bisa didapatkan secara turun-temurun, namun

dalam sebuah sistem politik yang demokratis, kekuasaan didapatkan dengan cara berkompetisi. Kompetisi inilah yang akan menghadirkan konsekuensi biaya yang harus dikorbankan dalam mendapatkan kekuasaan yang ingin didapatkan. Kegiatan mempengaruhi pemilih dengan menghadirkan komunikasi politik yang efektif dan efisien tentunya membutuhkan tim yang mampu menyerap informasi publik dan bisa menyajikannya kepada publik dengan baik. Bahkan saat ini juga sudah dikenal sebuah kegiatan marketing politik, yang eranya di Indonesia dimulai sejak era pemilihan presiden secara langsung di Indonesia (Anugerah, 2011).

Indonesia telah mengenal pemilihan langsung sebelum adanya pemilihan langsung presiden dan wakil presiden pada tahun 2004, yaitu pemilihan kepala desa (pilkades). Sayangnya, pemilihan ini kurang begitu menarik perhatian khalayak, karena memang tidak menghadirkan kandidat yang kalibernya nasional atau bahkan bisa mempengaruhi kebijakan publik yang lebih luas, sebagaimana pemilihan kepala daerah dari level kabupaten/kota, provinsi, atau bahkan pemilihan presiden dan wakil presiden di level nasional. Padahal, sebenarnya pemilihan ini juga berdimensi adanya proses pembentukan opini publik dengan berbagai kegiatan pra pencalonan, kegiatan kampanye pada masa pencalonan, kegiatan pemungutan suara, dan bahkan kegiatan pasca pencalonan, karena jabatan kepala desa yang lebih lama dibandingkan jabatan kepada daerah lainnya, yaitu 6 tahun dan bahkan bisa sampai 3 periode.

Selain masa jabatan kepala desa yang lebih lama dan kesempatan mengisi jabatan yang lebih banyak, pemilihan kepada desa menjadi lebih menarik untuk diperbutkan pasca adanya (Undang-Undang Tentang Desa, 2014) yang memungkinkan pejabat desa mengelola dana desa yang jumlahnya jauh lebih banyak dibandingkan dana yang dialokasikan oleh pemerintah pusat ke desa sebelum adanya undang-undang tersebut.

Dalam pengelolaan dana desa tersebut, masih memungkinkan sumber daya manusia dalam pemerintahan desa tersebut belum memiliki kompetensi yang cukup (Nufaisa et al., 2022). Perebutan jabatan kepala desa ini juga sangat kental dengan keterlibatan para pihak yang sangat sensitif dengan unsur budaya dimana pemilihan tersebut dilaksanakan. Keterlibatan para pihak ini juga akan menyebabkan biaya yang dikorbankan oleh para pihak menjadi lebih besar dan kecenderungan masyarakat yang masih permisif menjadikan para kontestan untuk memperebutkan sura *voter* dan *supporter* dengan pola transaksional dan bahkan menjurus kepada politik uang (Sjafrina, 2019), (Fitriyah, 2011).

Madura sebagai salah satu daerah dengan budayanya yang khas juga memiliki kebiasaan khusus dalam pelaksanaan pilkadesnya, karena suku Madura adalah termasuk dalam 5 besar suku bangsa di Indonesia (Pitoyo & Triwahyudi, 2017). Kegiatan pilkades di Madura biasanya melibatkan poros-poros kekuasaan yang ada di desa, baik itu kiai, juragan atau bahkan blater (I. Zamroni, 2007), (Ikmal & Arifin, 2020), (Ainillah, 2016), (Halili, 2009). Bahkan dalam praktek pelaksanaan konsolidasi massa juga terkadang melibatkan pihak yang tidak secara langsung berkepentingan dengan jabatan kepala desa dan biasanya yang terlibat adalah para penjudi yang akan ikut berlaga mengambil keuntungan atas pelaksanaan pilkades tersebut (Halili, 2009). Bahkan tidak jarang, tindakan intimidatif dalam rangka mempengaruhi pemilih dengan melibatkan para bandit dengan tindakan kekerasan juga bisa dilakukan (Ainillah, 2016).

Jumlah keterlibatan para pihak dan juga tindakan-tindakan yang dilakukan dalam rangka mendapatkan simpati pemilih ini akan menentukan jenis biaya dan bahkan intensitas biaya yang harus dikeluarkan oleh kontestan pilkades. Pelaksanaan pilkades yang juga tidak serentak, menjadikan biaya yang harus dikeluarkan oleh para kontestan akan

semakin besar, karena adanya pihak luar yang terlibat dalam perjudian penentuan pemenang kontestasi pilkades tersebut, maka dengan kondisi tersebut diadakan pilkades serentak di Madura yang mulai diinisiasi sejak tahun 2015. Pilkades serentak ini disinyalir dapat meminimalisir politik biaya tinggi dan juga efisiensi biaya penyelenggaraan (Solihah, 2018), (Fitriyah, 2011), (Imam & Ma'mun, 2017). Biaya pelaksanaan dan biaya pengamanannya juga bisa ditanggung pemerintah daerah, sehingga dengan ini kontestan tidak perlu lagi menanggung sebagian biaya penyelenggaraan pemilihannya yang akhirnya bisa meningkatkan antusiasme dalam menyemarakkan pesta demokrasi level desa tersebut dan dengan begitu adanya kecenderungan politik uang bisa diminimalisir (Tini, 2017).

Banyak penelitian tentang akuntansi biaya yang diaplikasikan pada sektor entitas bisnis dalam rangka menemukan biaya perolehan, sementara itu penelitian terkait dengan biaya politik biasanya hanya dilakukan dalam rangka mengukur pengeluaran entitas sektor publik ataupun pemerintah dalam membiayai kegiatan-kegiatan publiknya (Imam & Ma'mun, 2017), (Tini, 2017). Secara khusus praktik politik uang (*money politic*) telah menjadi bahan kajian secara hukum dan juga sosial budaya masyarakat di Madura yang mengindikasikan adanya berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi yang berdimensi keuangan tersebut (Ikmal & Arifin, 2020), (Ainillah, 2016; Halili, 2009). juga telah dilakukan dalam perspektif hukum, politik dan sosial (Anugerah, 2011), (Sjafrina, 2019), Farida, 2019; Fitriyah, 2011). Sementara itu penelitian di bidang komunikasi sebagai sebuah kegiatan kegiatan mendalami makna dari simbol-simbol komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan telah juga banyak dilakukan (Siregar, 2011), (Alamsyah & Prasetyo, 2018), (Anugerah, 2011; Nurhasanah, 2018), (Haris & Amalia, 2018;

Umar, 2018), (Ahwan & Marzuki, 2020; Gumilar, 2008; Kertamukti, 2013).

Penelitian-penelitian tersebut adalah penelitian parsial yang dilakukan dalam rangka menjawab permasalahan keilmuan tertentu, sebagaimana kegiatan politik yang dimaknai secara komunikasi. Sementara penelitian yang akan mengidentifikasi konsekuensi biaya dalam karangka konsep akuntansi biaya belum dilakukan. Apalagi dalam sebuah kegiatan politik, permintaan antar para pihak atas kebutuhan dana ataupun alokasi dananya tidak dinyatakan secara langsung sebagai sebuah alibi penghindaran atas politik uang atau bahkan hanya dalam rangka menyamarkan kegiatan transaksional yang dilakukan oleh para pihak. Penelitian ini akan mengidentifikasi makna komunikasi simbolik para pihak tersebut dengan menggunakan identifikasi klasifikasi biaya yang dirumuskan dalam akuntansi biaya.

Penentuan biaya ini menjadi penting dalam rangka menyiapkan para kontestan dalam pilkades untuk menghitung kesiapan dirinya dalam rangka mendapatkan suara masyarakat. Biaya-biaya dalam upaya memperkenalkan dirinya dan meyakinkan masyarakat, tidak hanya ditentukan oleh keinginan kandidat calon kepala desa dalam mengalokasikan sumber dayanya, tetapi dalam komunikasi interaksional akan juga ditentukan oleh keinginan masyarakat untuk diyakinkan. Komunikasi dua arah ini juga akan menentukan karakteristik biaya, besaran biaya dan kontinuitas pengeluaran biaya yang harus dipersiapkan oleh para pihak yang terlibat. Bahkan yang menjadi menarik adalah penyampaian pesan dari kandidat kepada calon *voter* ataupun *supporter* yang ingin didapatkan suaranya atau bahkan sebaliknya dengan menggunakan pesan-pesan simbolik, baik itu verbal maupun non-verbal.

Sementara itu penelitian ini akan dilakukan untuk menganalisa biaya yang dikorbankan oleh calon kepala desa di Madura dalam meraih jabatan kepala desa

yang dinyatakan dengan bahasa simbolik, dalam kategori biaya sebagaimana yang dinyatakan dalam akuntansi biaya. Memaknai interaksi sosial yang memiliki dimensi biaya tersebut akan disajikan dalam sebuah satuan ukur akuntansi biaya yang lebih memudahkan pihak yang berkepentingan untuk memahami makna dari komunikasi yang disampaikan oleh para pihak. Akuntansi biaya akan mampu menghadirkan informasi yang lebih akurat dalam klasifikasi biaya yang perlu dipersiapkan oleh para kontestan khususnya. Dengan ini, maka tujuan untuk menemukan makna berdasarkan logika dan bangunan budaya yang membentuk makna dari setiap simbol komunikasi tersebut bisa diinventarisir menjadi sebuah informasi yang lebih utuh, dan bukan hanya nominal mata uang yang keluar sebagai dampak dari sebuah transaksi keuangan.

KAJIAN PUSTAKA

Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya. Akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan penentuan kos produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus (Mulyadi, 2012). Berdasarkan tujuannya, maka akuntansi biaya tersebut, memungkinkan untuk penerapan akuntansi biaya tersebut kedalam berbagai sektor kehidupan yang pengambilan keputusannya tidak bisa dilepaskan dari situasi sosial dan juga komunikasi yang disampaikan oleh para pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Biaya-biaya tersebut bisa diperhitungkan dengan memperhitungkan unsur-unsur biaya yang bisa diklasifikasi kedalam dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Konsepsi tersebut berkaitan dengan akumulasi atas elemen-elemen biaya yang dikorbankan dalam mendapatkan sesuatu. Bahkan dalam metode *activity based costing* dengan memperhitungkan aktivitas yang bisa menyerap biaya dalam sebuah kegiatan

produksi (Mulyadi, 2007). Identifikasi jenis biaya yang lain disampaikan Dewi & Kristanto (2013) yang mengelompokkan biaya berdasarkan intensitas pengeluarannya adalah biaya tetap, biaya variabel atau biaya semivariabel. Biaya tetap bisa dikelompokkan menjadi beban tetap diskresioner (*discretionary fixed cost*), beban tetap terprogram (*programmed fixed cost*) dan pengeluaran dalam selang jangka waktu yang lama disebut biaya tetap terkait (*committed fixed cost*). Sementara itu akuntansi keuangan lebih menekankan kepada konsep biaya perolehan sebagai elemen-elemen biaya yang dapat diatribusikan secara langsung untuk membawa aset ke lokasi dan kondisi yang diinginkan. Pengukuran ini juga berlaku untuk sesuatu yang didapatkan untuk dijual kembali yang dikenal dengan persediaan (PSAK 14, 2019) ataupun untuk sebuah aset yang manfaat ekonominya bisa mengalir kepada pihak yang memiliki aset tersebut (PSAK 16, 2019). Biaya-biaya yang bisa diatribusikan inilah yang akan menjadikan jumlahnya menjadi sesuai dengan persepsi para pihak yang menjalankan proses perolehannya.

Biaya Politik

Biaya politik saat ini bukan lagi hal yang tabu untuk diperbincangkan, karena kontestasi politik menuntut adanya kegiatan yang berkelanjutan, mulai dari mengenalkan kandidat, membentuk persepsi pemilih akan calon kandidat, ataupun bahkan kegiatan berkelanjutan dalam upaya mempertahankan kekuasaan yang telah diraih tersebut. Anugerah (2011), menyatakan bahwa marketing politik dibutuhkan untuk membangun citra kandidat, baik sebelum dan pada masa kampanye. Selain biaya yang sah untuk dikeluarkan, biaya politik secara dianalogikan sebagai sebuah transaksi jual beli dalam memperoleh suara dari para pemilihnya (Perdana et al., 2018), (Sjafrina, 2019). Hal ini menjadi lebih menarik pasca adanya pemilihan langsung presiden wakil

presiden serta kepala daerah yang menuntut adanya marketing politik. Adanya kompetisi yang semakin terbuka semakin menarik antusiasme segenap lapisan masyarakat untuk juga ikut dalam perhelatan pemilihan pemimpin politik di setiap jenjang teritorialnya. Bahkan banyak orang-orang kaya yang memiliki cukup dana untuk kemudian ikut berkompromi dengan berbagai kepentingan didalamnya (Sarman, 2014). Analogi seperti inilah yang kemudian menjadikan sebuah kontestasi politik menjadi tidak sehat dan kecenderungannya adalah bukan pada pertarungan ide dan gagasan dan mendapatkan simpati konstituennya, akan tetapi sebuah kegiatan transaksional antara kontestan dengan konstituennya. Padahal dalam hal marketing politik, kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan mengkomunikasikan ide dalam rangka memperkenalkan dan membangun citra para kontestan politik tersebut (Anugerah, 2011).

Komunikasi bisa disampaikan dengan verbal maupun non verbal dan bahkan bisa disampaikan dengan menggunakan simbol yang maknanya bisa dipahami dengan menggunakan pendekatan interaksionalisme (Haris & Amalia, 2018; Umar, 2018; Alamsyah & Prasetyo, 2018). Dalam sebuah konteks politik, komunikasi politik juga dibangun dalam komunikasi yang formal, persuasif dan simbolik serta dengan tidak meninggalkan sisi normatif dari komunitas pemberi pesan dan penerima pesan (Nurhasanah, 2018). Komunikasi juga berwujud simbol-simbol yang maknanya hanya bisa dipahami oleh para pihak yang satu frekuensi dan bahkan sengaja untuk menciptakan sebuah komunikasi efektif dalam membangun dan menguatkan jejaring pemilihnya. Ahmadi (2008), menyatakan bahwa simbol-simbol menjadi kata kunci dalam kehidupan manusia dan interaksi simbolik menunjukkan sifat yang khas dalam interaksi manusia yang merupakan visualisasi dari peristiwa masa lalu, falsafah hidup, atau bahkan hanya sebuah tindakan ekspresif

untuk menunjukkan eksistensi diri komunikatornya (Gumilar, 2008).

Proses memahami makna itu sendiri tidak bisa timbul dengan sendirinya, tetapi harus melalui sebuah interaksi sosial, sehingga ada proses pembelajaran atas makna selama proses interaksi itu berlangsung (Haris & Amalia, 2018). Simbol-simbol tersebut bisa disampaikan dalam bentuk yang maknanya bisa dipahami bersama, selain itu ada yang bersifat koordinasi atas tindakan-tindakan lanjutan yang tujuan komunikasinya ditentukan oleh komunikatornya, dan terakhir adalah komunikasi yang bersifat spesifik dalam suatu komunitas yang memungkinkan adanya perbedaan pemaknaan dari masing-masing pihak yang terlibat (Alamsyah & Prasetyo, 2018). Politik tidak bisa terlepas dari hal tersebut, mulai dari kegiatan penepatan bakal calon, konsolidasi internal, kegiatan persuasif dengan para tokoh bahkan dalam proses membangun image calon serta jual beli suara (*vote buying*) (Sjafrina, 2019). Kegiatan-kegiatan tersebut menimbulkan biaya yang dalam rangka kemenangan dalam kontestasi politik. Proses yang sedemikian panjang ini akan membutuhkan biaya politik menjadi tinggi bahkan menjadi tindakan yang melanggar hukum, meskipun sulit untuk dibuktikan yang diakibatkan tingkat literasi yang rendah (Anugerah, 2011; Farida, 2019). Biaya-biaya tersebut, kadang dikenal dengan mahar politik (Sjafrina, 2019), pembentukan tim sukses (Fitriyah, 2011; Solihah, 2018; Fitriyah, 2015). Bahkan dalam kegiatan yang lebih kotor yaitu jual beli suara akan juga dikoordinasikan oleh para tim tersebut, yang bentuk komunikasinya dinyatakan dalam simbol-simbol tertentu sebagai sebuah upaya koordinatif dan bahkan pragmatis.

Dinamika Pilkades di Madura

Pilkades merupakan salah satu kontestasi politik yang menarik, terutama setelah disahkannya (Undang-Undang Tentang Desa, 2014) dan segenap aturan pelaksanaan dibawahnya. Pilkades di Madura bisa melibatkan orang-orang diluar wilayah

pelaksanaan pilkades tersebut dan bahkan bisa memiliki potensi membantu dalam kemenangan salah kandidat, karena ada beberapa pusat kekuasaan di Madura selain kepala desa, diantaranya adalah kekuasaan kiai, kekuasaan juragan, kekuasaan (Zamroni, 2007; Abdur Rozaki, 2009; Raditya, 2011; Halili, 2009). Semua pihak tersebut memainkan perannya masing-masing dalam rangka menarik minat para pemilih untuk memberikan suaranya kepada para kandidat yang didukungnya. Bahkan ada kepentingan lain yang masuk dalam kontestasi pilkades di Madura adalah bandar/pemian judi yang berkepentingan mengatur suara pemilih dalam rangka kepentingan permainan perjudiannya dan juragan yang memiliki kepentingan ekonomi di suatu wilayah yang sedang menggelar acara pemilihan kepala desa akan juga melakukan urun penyediaan dana untuk membiayai salah satu kandidat yang dapat mengamankan kepentingannya (Halili, 2009). Atas kepentingan tersebut, maka tidak jarang akan ditemukan maraknya isu *money politik* yang dilakukan oleh semua pihak, meskipun pada kenyataannya sulit dibuktikan. Dalam rangka efisiensi biaya penyelenggaraan dan mengeliminir keterlibatan para pihak yang tidak memiliki hak politik secara langsung di desa yang sedang mengadakan pemilihan (Halili, 2009; Imam & Ma'mun, 2017; Tini, 2017), (Ainillah, 2016; Ikmal & Arifin, 2020)(Raditya, 2011; Tini, 2017)(Halili, 2009; M. I. Zamroni, 2007).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana penelitian ini dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian terkait perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara kholistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah (Moleong, 2016). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang peduli

kepada perspektif partisipan (Emzir, 2012). Penelitian ini juga menekankan kepada sifat realita yang terbangun secara sosial (Farida Nugrahani, 2014). Penelitian ini juga akan melakukan pemaknaan atas interpretasi atas bahasa-bahasa simbolik yang disajikan oleh masyarakat dalam perhelatan pilkades dan tindakan-tindakan kepala desa terpilih yang berdimensi biaya berdasarkan karakteristik biaya dalam akuntansi biaya, karena penelitian kualitatif akan bermuara pada deskripsi epik, pemaknaan (Satori & Komariah, 2017).

Penelitian ini juga menggunakan perspektif interpretif dengan pendekatan interaksionalisme simbolik dengan melakukan telaah dan analisis melalui interaksinya dengan pihak yang lain (Ahmadi, 2011). Hal yang perlu dilakukan adalah dengan cara menyelami para pelaku kegiatan di pilkades terutama dalam memahami makna simbolik yang disampaikan komunikator dan juga penerima pesannya. Memahami secara mendalam atas makna komunikasi simbolik ini penting, karena tidak semua makna bisa dipahami oleh masing-masing pihak yang terlibat dalam perhelatan pilkades. Bahkan para pihak yang terlibat tidak teridentifikasi dengan baik, karena tidak adanya struktur yang baku dalam kepengurusan tim suksesnya, sehingga dibutuhkan sebuah teknik pengumpulan data yang mendalam dalam rangka memahami subjektivitas para pelaku (Chariri, 2009).

Penelitian dilakukan di Pamekasan dengan menggunakan menggunakan desa yang memiliki populasi hak pilih dibawah 1000 orang dan desa yang memiliki hak pilih dikisaran 2.000 orang. Jumlah hak pilih tersebut biasanya akan menentukan jumlah biaya yang harus dipersiapkan oleh para kandidat, karena jumlah pemilih yang lebih sedikit akan menyebabkan para kandidat atau para bandar judi untuk lebih kuat dalam melakukan spekulasi, apalagi kandidat yang sedang bertarung adalah musuh bebuyutan (calon yang sebelum-sebelumnya

telah berkompetisi dan menjadi rival abadi). Adapun desa dengan populasi hak pilih dikisaran lebih dari 4.000 orang, biasanya akan mempertimbangkan kompetisi antar

calon. Informan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah:

Tabel 1: Daftar Informan

No	Nama Informan	Alamat	Keterangan
1	Lutfianto	Duko Timur, Larangan, Pamekasan	Kepala Desa Terpilih
2	Hozairi	Duko Timur, Larangan, Pamekasan	Panglima
3	Sofhal Jamil	Duko Timur, Larangan, Pamekasan	Kiai/ Tokoh Agama
4	Syafri Wiarda	Galis, Gili Genting, Sumenep	Kepala Desa Terpilih
5	Ahmad	Klompang Timur, Pakong, Pamekasan	Panglima
6	Muhaji	Duko Timur, Larangan, Pamekasan	Panglima
7	Farisun	Sokalelah, Kadur, Pamekasan	Calon Kepala Desa

Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah kandidat kepala desa yang berkontestasi dalam kontestasi pilkades tahun 2022. Selain calon yang langsung berhubungan dengan kontestasi tersebut, informan pendukung adalah para tim sukses yang memiliki peran cukup signifikan dalam sirkulasi kegiatan dan bahkan aliran dana dari para kontestan untuk didistribusikan kepada para pemilih dan bahkan dalam kegiatan-kegiatan penggalangan dukungan. Selain dari pihak yang sedang berkompetisi, masyarakat juga ikut dilibatkan dalam kegiatan ini, karena masyarakat juga mengirimkan sinyalemen pesan kepada para kandidat dalam upaya memenuhi harapan mereka untuk diperhatikan oleh para kandidat.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipatori dengan melibatkan diri pada perhelatan pelaksanaan pilkades. Selain bersifat partisipatori tersebut, peneliti juga menggunakan pengalaman pribadinya dalam pelaksanaan pilkades dan bahkan setelahnya sebagai sebuah pengalaman sepanjang hayat yang akan membantu proses identifikasi data yang kemudian akan dikonfirmasi kepada kelompok lain dalam

sebuah wawancara yang mendalam dalam mengungkapkan makna simbol dalam komunikasi yang dibangun oleh para pihak. Selain pengamatan atas fenomena di lapangan, belakangan ini rekam jejak digital bisa ditangkap dalam berbagai foto dan status dan bahkan update informasi yang dibagikan dalam media sosial masing-masing pihak yang terlibat dalam pilkades.

Analisis data dilakukan dengan memperhatikan karakteristik bahwa penelitian interaksi simbolik adalah pertukaran informasi dalam simbol-simbol yang diberikan makna. Pemahaman maknanya akan diketahui dari proses interaksi seseorang dengan individu lainnya (Mulyana, 2006). Proses pemaknaannya dengan memperhatikan pendapat Blumber bahwa interaksi simbolik adalah mengenai tindakan manusia terhadap “sesuatu”, maknanya muncul dari “interaksi seseorang dengan orang lain”, dan maknanya disempurnakan pada saat interaksi terjadi (Irianto, 2015). Analisa atas data yang dikumpulkan akan dilakukan dengan cara (1) menterjemahkan, (2) menafsirkan, dan kemudian (3) memaknakan (Ulfatin, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada kandidat yang memenangkan kontestasi akan sulit sekali dilakukan, karena hal ini dianggap akan menjadikan mereka sebagai korban yang melakukan tindakan politik uang. Hal ini pernah disampaikan kepada Kepala Desa Duko Timur di Pamekasan yang kemudian menyatakan:

Jangan membicarakan itu dik, karena nantinya saya khawatir bisa terjebak kedalam praktik politik uang. (Lutfianto)

Pernyataan tersebut sebenarnya tidak salah, karena pihak yang kalah biasanya akan melakukan gugatan atas keabsahan proses pemenangan salah satu calon, sebagaimana pada praktek Pilkada ataupun bahkan dalam kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Padahal dalam setiap kontestasi, ada biaya yang dikorbankan dalam rangka memenangkan hati pemilih untuk memilih salah satu kandidat. Bahkan pembentukan tim sukses yang akan mengkondisikan masyarakat agar tidak berpaling kepada kandidat yang lainpun juga sama-sama dibentuk oleh para kandidat, dan akan sama-sama melakukan kecenderungan politik uang sebagaimana pernyataan (Halili, 2009).

Nyaghêrêh dan E kareng Towa'ah

Berdasarkan kondisi diatas, maka proses konfirmasi data dilakukan kepada para pihak yang mengalami kekalahan, sehingga informasi yang bisa dikumpulkan menjadi lebih banyak dan bisa memberikan pemahaman yang lebih komperhensif. Para individu yang bukan merupakan petahana biasanya akan melakukan proses penjajakan pencalonannya atau juga proses memperkenalkan dirinya dengan secara aktif terlibat dalam segala bentuk kegiatan masyarakat, terutama yang bersifat sosial. Kegiatan ini penting untuk dilakukan sebagai upaya menyerap kepada aspirasi dari masyarakat dan juga menunjukkan komitmen dalam peduli dan bahkan mengabdikan untuk

melayani kepentingan masyarakat. Kegiatan ini tidak terlepas dari falsafah masyarakat Madura atas pemimpinnya yang mengharapkan pemimpin yang *nyaghêrêh* (bisa mengambil falsafah laut yang bisa menerima segenap lapisan masyarakat sebagai bagian dari unsur yang dipimpinnya tanpa perduli latar belakang dan basis dukungannya). Selain falsafah nilai tersebut, masyarakat Madura akan menganggap kepala desa sebagai orang tuanya, sehingga sering dikatakan bahwa kalebun *e kareng towa'ah* (kepala desa akan dijadikan orang tua oleh masyarakatnya).

Pernyataan tersebut akan menyiratkan makna bahwa kepala desa harus siap melayani masyarakatnya bahkan dalam dimensi mengeluarkan biaya sekalipun. Bahkan dalam kegiatan memperkenalkan dirinya, calon kepala desa akan sering datang dalam segala bentuk kegiatan masyarakat, baik itu sosial, pendidikan dan terutama takziah ke keluarga yang sedang ditimpa kemalangan dengan membawa sumbangan yang nantinya bisa mengikat simpati calon pemilihnya. Kegiatan merawat konstituen itu akan dilakukan secara terus menerus sebagai upaya mempertahankan potensi perolehan suranya. Hal ini bisa disaksikan pada setiap kali akan terjadi pemilihan kepala desa, dimana sang penantang akan sering turun ke masyarakat. Bahkan kehadiran seorang tokoh calon kepala desa tersebut adalah sebuah upaya menunjukkan kesungguhan sang kontestan saja. Kebaikan dalam melayani masyarakat dalam menguruskan administrasinya ketika ada orang sakit, orang meninggal dan memiliki kebutuhan administratif lainnya bisa mengantarkan seseorang memenangkan kontestasi pilkades. Bahkan pelayanan tersebut harus berlanjut pasca kemenangan seseorang kontestasi tersebut, sebagai sebuah pembuktian dalam fungsinya sebagai orang tua bagi masyarakatnya meskipun dengan harus menanggung biaya administratifnya sebagai upaya meredam anggapan

masyarakat atas ketidakpedulian kepada masyarakatnya.

Pengeluaran ini akan sangat variatif tergantung kepada siapa yang sedang melaksanakan hajatan atau bahkan kegiatan sosial, namun yang jelas ini selalu dikeluarkan sebagai bentuk pengorbanan orang tua kepada anaknya. Bahkan ketika telah menjadi kepala desa tidak lagi berbasis massa pendukungnya atau bukan, karena jika membedakan akan dianggap tidak *nyaghêrêh*. Jika hal ini terjadi, maka mempengaruhi elektabilitas calon pada masa-masa berikutnya. Selain dalam bentuk kunjungan kepada perseorangan, komunikasi efektif yang lain yang bisa dibangun adalah dengan mendatangi warung-warung kopi yang ada di desa pelaksanaan pilkades. Warung kopi akan menjadi sarana untuk menyampaikan ide-ide atau gagasan politik dalam membangun desa atau bahkan untuk menawarkan kompromi dengan masyarakat pemilihnya dan juga untuk menjaring informasi dari bawah untuk kemudian diolah oleh para tim sukses dalam memastikan calon pemilihnya tidak berpindah kepada calon

yang lain. Biaya yang dikorbankan oleh para calon dan tim suksesnya adalah dengan melakukan traktir kepada para pengunjung warung kopi tersebut atas minuman yang dinikmatinya serta biasanya rokok yang juga menjadi sajian pendukungnya. Bahkan kegiatan ke warung kopi juga harus sering dilakukan oleh kandidat yang memenangkan kontestasi pilkades tersebut.

Biaya dalam proses membangun pencitraan diri ini terkategori kedalam biaya variable yang besarnya ditentukan oleh banyaknya orang yang didatangi, jumlah acara yang didatangi, dan intensitas ke tempat tertentu tempat berkumpulnya massa sebagaimana warung kopi. Hal tersebut tidak bisa ditentukan jumlahnya, karena berbeda orang dan acaranya serta kuantitasnya juga akan menyebabkan perbedaan biaya yang harus dikeluarkan. Keunikan biaya ini adalah harus tetap dikeluarkan, meskipun seorang kandidat telah memenangkan kontestasi dalam pilkades tersebut. Secara terstruktur intensitas biaya tersebut dinyatakan pada tabel 2 berikut:

Tabel 2: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik *Nyaghêrêh* dan *e kareng towa'ah*

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
<i>Nyaghêrêh</i> dan <i>e kareng towa'ah</i>	<i>Takziah</i>	Sumbangan materi yang berupa uang atau barang-barang dan jumlahnya tidak sama antara satu orang dengan lainnya	Biaya= Nominal sumbangan x kegiatan
	Bantuan Sosial	Sumbangan materi yang berupa uang atau pengurusan kepentingan warga dan jumlahnya tidak sama antara satu orang atau satu kegiatan dengan lainnya	Biaya= Nominal sumbangan x kegiatan
	Traktir kopi	Biaya yang dibayarkan adalah harga kopi di warung kopi yang satu porsinya adalah Rp 2.000,- sampai Rp 3.000,- per porsi	Biaya= harga kopi x jumlah orang x kegiatan

Sumber: Data diolah

Panglima (Tim Sukses)

Setelah menyampaikan secara informal dengan sering mengunjungi kegiatan yang banyak dilakukan di masyarakat, maka kemudian calon kepala desa akan membentuk tim sukses yang biasanya terdiri dari keluarga terdekat, simpatisan utama (orang kepercayaan), para koordinator lapangan dan para jagoan atau blater. Penyebutan panglima ini biasanya disematkan kepada para simpatisan utama, koordinator lapangan dan juga para blater yang akan mengkoordinasikan segenap upaya pemenang calon dengan segala bentuk kegiatan, baik formal maupun non formalnya. Semua tim ini akan mendapatkan dana operasional untuk terus memantau pergerakan suara calon pemilih, khususnya dalam rangka menghitung secara pasti janji calon pemilih yang akan memberikan suara pada calon pemilihnya. Para panglima ini memiliki jatah uang operasional harian berikut rokoknya, meskipun dengan jumlah dan jenis yang berbeda dan pemberiannya akan diberikan dengan konsep mingguan atau kondisional sesuai dengan kebutuhan di lapangan yang akan dibantu oleh keluarga terdekat dalam mengkomunikasikan dengan kandidat. Sementara itu simpatisan utama yang akan diberikan tanggungjawab untuk memantau dalam sebuah komunitas yang lebih luas atau setingkat dusun atau beberapa dusun dengan didampingi oleh koordinator lapangan yang akan bertugas melakukan penjagaan dalam ruang lingkup kecil yang terdiri dari keluarga terdekat atau dalam satu lingkungan *tanean lanjêng* (kelompok lingkungan perumahan tertentu) untuk tidak dimasuki oleh kandidat lain, dan disinilah patron-klien menunjukkan fungsinya dalam konsolidasi suara pemilih (Hefni, 2009). Sementara para blater akan menjadi orang yang bertugas untuk melakukan *back-up* jika terjadi konflik fisik, karena para blater ini memiliki ketegasan dan keberanian dalam menghadapi konflik fisik. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu panglima calon

berikut:

Jika telah semakin mendekati pemungutan suara, kami harus semakin sering mengunjungi masyarakat untuk menanyakan kecondongan pilihannya kemana dan untuk membuka pembicaraan bisa dengan menyuguhkan rokok dan mengajaknya berbicara tentang calon yang akan dipihnya. Rokoknya sudah disediakan oleh pihak calon, dan jika tidak ada sebagaimana rokok yang biasa dikonsumsi, maka biasanya diberikan uangnya. Ini juga berikut uang bensinnya dan uang pulsananya, jadi kami akan beberapa hari sekali akan bertamu ke rumah calon untuk berkoordinasi dan mengambil jatah operasional. (Hozairi)

Para panglima biasanya akan melakukan pengawalan secara resmi mulai dari saat penyebaran formulir undangan pemungutan suara kepada para pemilih. Para panglima akan segera mengumpulkan surat undangan para pemilih yang telah membangun komitmen untuk memenangkan calon yang didukungnya yang telah diserahkan oleh panitia pemilihan. Undangan ini biasanya diserahkan H-1 dengan didampingi oleh saksi dari masing-masing calon yang akan berkompetisi. Setelah itu dilakukan oleh panitia, maka panglim-panglima tersebut akan mendatangi rumah-rumah calon pemilih yang telah membentuk komitmen dengan dirinya untuk mengumpulkan undangan yang akan digunakan untuk pemungutan suara pada keesokan harinya. Undangan ini akan menjadi pengikat bahwa calon pemilihnya tidak akan mengingkari komitmennya pada hari pemungutan suara. Hal itu sebagaimana dikatakan oleh salah satu panglima:

Surat undangan itu kalau tidak dikumpulkan bisa disalah gunakan oleh pemilih dengan menjualnya kepada para pemain (penjudi), atau bahkan dijual kepada pihak lawan. Kalau ini terjadi, maka biaya komitmen yang telah dibayarkan akan menjadi sia-sia. (Ahmad)

Undangan pemungutan suara tersebut akan diberikan pada saat hari setelah mendekati tempat pemungutan suara dan para panglima ini harus bertugas mengamankan para calon pemilih potensialnya dari rumah sampai ke tempat pemungutan suara agar tidak dipengaruhi oleh pihak lawan. Proses penghilangan potensi suara juga bukan hanya dari pihak rival tetapi juga dari pihak pemain yang ingin memanfaatkan suara mengambang untuk memenangkan pertaruhan, sebagaimana yang dinyatakan (Halili, 2009). Proses membawa pemilih ini akan dilakukan dengan berbagai cara dan biasanya memobilisasinya dengan menggunakan angkutan yang juga menjadi tempat kampanye terselubung. Biaya yang dikorbankan dalam rangka mengawal suara ini akan dilakukan sekali pada saat pelaksanaan dan akan menjadi biaya variabel sebanyak intensitas kegiatan yang dilakukan.

Para blater atau jagoan juga akan membersamai Kepala Desa terpilih sebagai bentuk pengamanan atas desa yang telah menggunakan jasa dirinya dalam proses pemenangannya. Para jagoan ini akan tampil sebagai pengamanan informal yang akan melakukan koordinasi dengan jejaring para blaternya, jika terjadi tindak pidana terutama pencurian hewan ternak (Ikmal & Arifin, 2020), (Ainillah, 2016). Kekuatan jejaring ini dipercaya mampu memberikan nilai lebih bagi blater untuk terlibat dalam sebuah perhelatan pemilihan kepala desa di Madura, sebagaimana dinyatakan sebagai berikut:

Para blater itu penting dalam upaya menipkan keamanan desa, sehingga kalau ada para blater itu berkeliaran pada saat pilkades, itu sebenarnya untuk menunjukkan bahwa merekalah nanti setelah kandidatnya menang yang akan menjaga keamanan desa. (Muhaji)

Praktek seperti ini sebenarnya adalah sedikit intimidatif, namun masyarakat yang masih permisif percaya saja bahwa mereka akan lebih aman, jika dijaga oleh lebih banyak jagoan yang dimiliki oleh salah satu

kandidat. Para jagoan ini akan dengan bebas berkeliling desa untuk menunjukkan eksistensi dirinya yang ditandai dengan pakaian jaket kulit hitam, songkok nasional yang agak tinggi, dengan kumis tebal dan wajah sangar. Para blater ini seakan juga menebar sebuah pesan, jika calonnya kalah, maka keamanan desanya tidak terjamin. Para jagoan ini lebih terjamin operasionalnya dibandingkan para panglima yang memang berjuang untuk desanya sendiri, sementara para jagoan adalah semacam tentara bayaran yang setia ketika kebutuhannya terpenuhi.

Selama proses kontestasi, biasanya rokok dan uang representasi akan selalu disediakan oleh para kandidat yang menyewanya atau meminta bantuannya. Para jagoan ini juga dihadirkan oleh para juragan yang telah biasa menyewa jasanya untuk mengamankan objek-objek vitalnya atau kepentingan usahanya, sehingga dengan ini para kandidat akan lebih terikat dengan para juragan, karena selain upaya untuk mendapatkan dana dalam rangka kemenangan dirinya, kadang juga terikat dengan harus memakai jasa blater tertentu. Jika kandidat tersebut menang, maka biaya memelihara kerja sama dengan blater ini akan berlanjut dan tidak ditanggung oleh para juragan, tetapi ditanggung oleh Kepala Desa terpilih.

Sementara biaya yang dikorbankan secara personal kepada para panglima dan para blater ini oleh para calon kepala desa ini akan mengikat tidak hanya pada saat pelaksanaan pilkades. Biaya lain yang harus dikeluarkan selain biaya operasional adalah biaya menjaga komitmen dan rasa perhatian yang harus diberikan oleh para calon kepala desa kepada para panglima ini harus terus dilakukan. Bagi kepada desa terpilih biasanya memberikan jabatan politik tertentu sebagai kompensasi kepada tokoh atau kelompok keluarga tertentu yang dianggap paling berjasa dan memiliki potensi suara potensial serta memiliki kecakapan dalam pemerintahan. Sementara itu untuk para

koordinator lapangan biasanya diberikan bingkisan setiap kali akan menjelang hari raya, sebagaimana pernyataan berikut:

Alhamdulillah dapat sarung setiap tahun dari Bapak Kepala Desa, dan ini bukan seberapa kualitas dan harganya, tapi bentuk penghargaannya kepada kita. Artinya kita masih diingat sebagai orang yang berperan dalam pemenangannya. (Hozairi)

Jenis bingkisan yang diberikan biasanya tidak sama satu dengan yang lain, karena hal ini berhubungan dengan seberapa strategis hubungan para panglima tersebut dengan Kepala Desanya. Bahkan di sebagian daerah bisa diberikan sarung dengan kualitas super sekualitas merek lamiri. Pengeluaran untuk memelihara kesetiaan para panglima

ini perlu dilakukan sepanjang waktu, karena seorang Kepala Desa terpilih sekalipun akan berupaya untuk mempertahankan kekuasaannya, dan panglima yang solid akan memudahkan koordinasi pada masa-masa berikutnya. Hal yang sama akan dilakukan juga oleh kandidat yang tidak terpilih yang juga akan memelihara panglima-panglimanya, jika masing berkeinginan mencalonkan diri di masa yang akan datang. Pengeluaran untuk memelihara para panglima ini merupakan biaya variable yang bergantung kepada jumlah panglima yang dimiliki dan juga even-even penting yang berkaitan dengan para panglima tersebut diluar perayaan hari raya. Adapun identifikasi biaya dari Bahasa simbolik panglima disajikan pada tabel 3.

Tabel 3: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik panglima

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
Panglima	Simpatian utama	Rokok, makan, dan minum serta uang representasi selama masa proses kontestasi. Sumbangan materi yang berupa uang atau barang-barang dan jumlahnya tidak sama antara satu orang dengan lainnya setelah masa kontestasi	Biaya= (Rokok + makan + minum + uang representasi) x kegiatan Biaya= Nominal sumbangan x kegiatan
	Koordinator lapangan	Rokok, makan, dan minum serta uang representasi selama masa proses kontestasi. Sumbangan materi yang berupa uang atau pengelolaan kepentingan warga dan jumlahnya tidak sama antara satu orang atau satu kegiatan dengan lainnya	Biaya= (Rokok + makan + minum + uang representasi) x kegiatan Biaya= Nominal sumbangan x kegiatan
	Blater	Rokok, makan, dan minum serta uang representasi selama masa proses kontestasi. Sumbangan materi yang berupa uang atau pengelolaan kepentingan warga dan jumlahnya tidak sama antara satu orang atau satu kegiatan dengan lainnya	Biaya= (Rokok + makan + minum + uang representasi) x kegiatan Biaya= Nominal sumbangan x kegiatan

Sumber: Data diolah

Ghuruh (Guru Spiritual)

Ghuruh pada momentum pilkades adalah orang yang akan dimintai pertimbangan tertentu dalam kaitan spiritualitas kandidat ataupun kondisi meta fisik yang tidak bisa dinalar dengan menggunakan logika. Para *ghuruh* ini memiliki peran untuk memberikan ijin kandidat dalam meneruskan proses pencalonannya atau tidak. Bahkan dalam kondisi pemilih yang masih permisif, kehadiran para *ghuruh* ini akan membantu menciptakan opini publik dalam menyatakan siapakan yang layak memimpin desa tersebut. Keterlibatan *ghuruh* berikutnya dibutuhkan dalam memberikan pernyataan tentang *komalah* (sinar keberuntungan) yang akan disebarkan kepada masyarakat, bahwa *komalah* telah masuk kedalam jasad seorang kandidat, dan biasanya masyarakat akan terstimulasi untuk memilih salah satu calon tersebut. *Komalah* ini biasanya muncul pada malam hari sebelum pelaksanaan ataupun sebelum-sebelumnya, oleh sebab itu selalu dilaksanakan do'a bersama dan berjaga-jaga agar momen-momen penting secara spiritual juga tidak terlewatkan. Para *ghuruh* ini bisa terdiri dari tokoh agama di desa calon kepala desa itu sendiri yang biasanya memimpin do'a-do'a bersama untuk kemenangan calon dalam upaya menggiring pemilih (Ainillah, 2016). Selain tokoh agama yang berasal dari daerah setempat, biasanya calon kepala desa biasanya akan mencari tokoh-tokoh spiritual yang terkenal bisa mengantarkan calon kepala desa di daerah lain sebagai pemenangnya, bahkan jumlahnya tidak hanya satu atau dua orang saja, jumlahnya kadang bisa puluhan. Pola biaya yang dikeluarkan oleh calon kepala desa kepada para *ghuruh* ini adalah dengan pola *cabisan* (salam tempel dengan memberikan uang pada yang diberikan pada saat *sowan/* berkunjung).

Calon kepala desa biasanya akan *sowan* kepada tokoh agama di desanya sendiri dengan memohon do'a dan restu atas proses pencalonannya dan akan diteruskan dengan kunjungan-kunjungan berikutnya, bahkan

fatwa yang keluar bisa dalam bentuk “tidak akan mengakui sebagai muridnya, jika membangkang dari pilihan politiknya”, dan setiap kunjungan pastinya akan ada *cabisan*. Hal ini dianggap efisien, karena komitmen dukungan kyai akan diikuti oleh santrinya, sehingga biayanya akan menjadi lebih murah. Selain *cabisan* yang berupa uang, *cabisan* lain yang biasa diberikan kepada seorang tokoh laki-laki adalah rokok dan jumlahnya bukan dalam hitungan bungkus, akan tetapi biasanya dalam bentuk *slop* (isinya 10 bungkus). Sementara sang istri calon kontestan akan membawa kebutuhan pokok sebagai bentuk tali asih kepada seluruh keluarga yang dianggap *ghuruh* tersebut. Komitmen ini tentunya tidak akan gratis begitu saja, karena kandidat yang memenangkan kontestasi tersebut, harus tetap memberikan sumbangsih tali asih setiap kali ada perhelatan yang diadakan oleh para *ghuruh* tersebut. Jumlah yang cukup besar akan dikeluarkan oleh para calon kepada *ghuruh* yang dari luar adalah dengan menyewakan pusaka tertentu kepada sang calon kepala desa. Pusaka tersebut tidak akan dinyatakan dengan nominal tertentu, akan tetapi biasanya dinyatakan dengan keikhlasan atau dengan menyumbang kepada lembaga tertentu. Jumlah ini memang akan dibayarkan sekaligus sebagai sebuah kebaikan atas barang yang dipinjamkan, karena biasanya barang ini tidak begitu saja didapatkan oleh sang *ghuruh* tersebut.

Biaya ini akan menjadi biaya variable, karena tidak hanya menjadi jual dukungan yang setelah perhelatan selesai akan juga selesai, tetapi akan berkelanjutan seiring dengan keinginan para kontestan untuk berlaga, baik atas namanya sendiri atau pihak lain yang didukungnya. Jumlah yang dikeluarkan tidak hanya terbatas kepada materi, akan tetapi juga bisa dinyatakan dalam bentuk perbuatan yang bisa meringankan beban para *ghuruh* dan konstituennya tersebut. Sementara untuk para *ghuruh* yang dari luar, ada yang sifatnya biaya tetap yang dibayar sekali dalam proses

kontestasi tersebut. Pola biayanya tergambar dalam tabel 4.

Menjelang Pelaksanaan

Setelah kelengkapan aktor pendukung pencalonan telah disiapkan dan proses memperkenalkan diri membangun pencitraan diri telah dilakukan, dan pada dua kegiatan tersebut komunikasi yang dibangun adalah komunikasi searah yang lebih didominasi oleh calon kepala desa (Benito & Bastida, 2016). Kegiatan berikutnya adalah berfokus untuk persiapan menjelang pemungutan suara, dimana semua kandidat akan mengerahkan segenap upaya terbaiknya untuk menjangkau suara calon pemilih atau minimal tidak kehilangan basis pemilihnya yang telah membangun komitmen. Intensitas kegiatan dan jumlah biaya yang akan dihabiskan akan juga bergantung kepada lawan politik yang dihadapi. Seorang penantang yang memiliki cukup banyak dana, biasanya akan melakukan kegiatan yang cenderung ofensif bahkan cenderung intimidatif, baik dengan kekuatan para jagoan

ataupun dengan kekuatan dana yang dimilikinya. Lamanya kegiatan juga akan ditentukan oleh kekuatan masing-masing calon. Seorang penantang yang memiliki cukup dana bisa mengawali konsolidasi massa terbuka dalam bentuk *parnyo'onan*, *angin tang ngin*, atau bahkan *ajêgêh* jauh-jauh hari sebelum penetapan calon oleh panitia pemilihan kepala desa. Disisi yang lain, petahana yang memperkirakan rivalnya cukup berat, juga akan melakukan persiapan yang jauh lebih berat. Sementara itu, jika kompetisinya sudah bisa diperkirakan tidak akan memberikan perlawanan berarti, maka persiapan akan dilakukan pada saat setelah penetapan calon. Secara garis besar, lamanya persiapan menjelang pelaksanaan pemungutan suara adalah antara enam sampai tiga bulan sebelum pelaksanaan pemungutan suara. Kemampuan para kandidat untuk memaksimalkan sumberdayanya yang dimilikinya dalam menggaet pemilih dan menentukan strategi dengan pendekatan *resource based-value* (Hermson, 1992; McWilliams et al., 2002; O'Cass, 2009).

Tabel 4: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik *Ghuruh*

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
<i>Ghuruh</i>	<i>Sowan</i>	Rokok dalam slop dan <i>cabisan</i> (uang) untuk guru di lokasi desa yang akan terus berlanjut sampai setelah kontestasi pemilihan kepala desa	Biaya= (Rokok + uang) x kegiatan
	<i>Sowan</i>	Rokok dalam slop dan <i>cabisan</i> (uang) untuk guru diluar lokasi desa yang bersifat biaya tetap, karena hanya diberikan sampai sang kontestan terpilih	Biaya= (Rokok + uang) x kegiatan

Sumber: Data diolah

Parnyo'onan (Do'a Bersama)

Do'a bersama akan menjadi ajang untuk mulai menunjukkan kekuatan para calon, karena biasanya kegiatan yang dilakukan oleh salah satu calon akan dihadiri oleh para simpatisannya. Orang yang memimpin do'a bersama dan jamaah yang

hadir akan disinyalir sebagai simpatisan dari calon yang menggelar do'a bersama tersebut dan mulailah terjadi pengkotakan dukungan yang diidentifikasi dengan istilah *orengngah sapah* (massa pendukungnya siapa). Hal ini disebabkan oleh pada pelaksanaan pilkades tidak ada simbol partai akan tetapi yang ada

adalah masyarakat ikut kegiatannya siapa. Orang yang datang biasanya akan disuguhi berbagai sajian. Jumlah yang hadir juga akan dipengaruhi juga oleh bacaan yang akan dibacakan pada saat *parnyo'onan* tersebut. Jumlah orang yang hadir ini, ada yang memang bersifat aktif setiap saat pelaksanaan dan ada yang memang diundang pada pembacaan do'a-do'a tertentu. Selain konsumsi yang berupa makanan dan minuman, suguhan lainnya adalah rokok yang biasanya berasal dari juragan yang ikut membiayai pencalonan seseorang.

Kegiatan *parnyo'onan* ini juga tidak terkonsentrasi di rumah calon kepala desa, tetapi bisa tersebar di beberapa titik yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan basis massa pemilihnya. Titik-titik *parnyo'on* ini biasanya dilakukan di rumah-rumah tokoh masyarakat dan tokoh agama di dusun/kampung tertentu untuk menunjukkan kepada khalayak bahwa tokoh tersebut telah berkomitmen untuk mendukung calon tertentu yang berhasrat menggelar *parnyo'onan* tersebut. Ini akan menjadi komunikasi yang efektif bagi calon kepala desa untuk meyakinkan calon pemilihnya, karena patron-klien yang cukup kuat di Madura. Selain untuk menunjukkan keterikatan dengan tokoh masyarakat dan tokoh agama tertentu, acara *parnyo'onan* itu

juga akan menjadi ajang untuk menunjukkan siapakah juragan yang berada dibalik kandidat tersebut, sebagaimana yang dinyatakan berikut:

Kalau parnyo'onnan yang digelar semalam itu diberikan rokok punyanya haji her per orang satu bungkus setiap malam. Kalau sudah begitu, ngapain lagi masih mau berpindah ke lain hati. Sudah orangnya baik, masih didukung orang kaya lagi. (Hozairi)

Pernyataan tersebut menunjukkan penggiringan massa dengan menggunakan nama-nama orang yang disegani akan memberikan dampak psikologis yang cukup baik dalam menggiring opini massa pemilih. Biaya yang dikeluarkan oleh para kandidat dalam kegiatan *parnyo'onan* ini bersifat variable sejumlah banyaknya kegiatan dan titik pelaksanaan kegiatan serta peserta yang hadir dalam kegiatan tersebut dan juga lamanya pelaksanaan kegiatan. Biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan ini berdasarkan intensitasnya memang bersifat biaya tetap, karena hanya akan dikeluarkan pada saat menjelang pemungutan suara dan tidak dilakukan lagi ketika calon tersebut telah memenangkan kontestasinya. Biaya yang teridentifikasi dalam bahasa simbolik *parnyo'onan* tersebut dinyatakan dalam tabel 5.

Tabel 5: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik *parnyo'onan*

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
<i>Parnyo'onan</i>	Pendukung/ simpatisannya	Sajian berupa makanan dan minuman serta rokok selama masa <i>parnyo'onan</i> yang dilakukan di beberapa lokasi dan dalam waktu yang bisa berbulan-bulan.	Biaya= (Makanan + Minuman + Rokok) x kegiatan x jumlah lokasi
	<i>ghuruh</i>	Sajian berupa makanan dan minuman serta rokok selama masa <i>parnyo'onan</i> dan uang <i>cabisan</i> yang dilakukan di beberapa lokasi dan dalam waktu yang bisa berbulan-bulan.	Biaya= (Makanan + Minuman + uang + Rokok) x kegiatan x jumlah lokasi

Sumber: Data diolah

Angin tang ngin (Menjaga Rumah Calon)

Kegiatan menjaga rumah calon kepala desa menjadi penting dilakukan dalam proses pemilihan kepala desa di Madura, karena ini akan menjadi momentum dalam menunjukkan kesiapan kepala desa dengan segenap perangkat pemenangnya. Rumah calon kepala desa yang sepi akan menunjukkan bahwa calon tersebut tidak memiliki kelengkapan tim sukses dan persediaan dana yang cukup untuk bertarung dalam kontestasi pilkades. Orang-orang yang terlibat dalam angin tang ngin di rumah calon kepala desa ini biasanya adalah keluarga terdekat dan orang-orang terdekat yang biasanya bisa kaloar kadêlêm (melakukan konsolidasi internal dan eksternal). Kegiatan tersebut dilakukan setelah pelaksanaan *parnyo'onnan* sampai pagi. Pihak calon kepala desa akan menyiapkan hidangan untuk makan pada tengah malam dan minuman yang biasanya kopi serta rokok yang akan disediakan selama rentang waktu persiapan penyelenggaraan pemungutan suara, dan biasanya bersamaan dengan acara *parnyo'onnan*, namun yang berbeda adalah acara *ngin tang ngin* diperuntukkan untuk

orang-orang umum yang ingin bergabung memberikan dukungan moral kepada calon kepala desa tersebut. Sementara itu acara *parnyo'onnan* dikhususkan kepada pihak yang diundang untuk memanjatkan do'a khusus untuk kemenangan kandidat tersebut. Acara *ngin tang ngin* ini layaknya *open house* yang dilakukan oleh para calon dalam menyampaikan politik terselubungnya (Tini, 2017).

Acara *ngin tang ngin* ini memiliki konsekuensi biaya yang bersifat variabel, dimana jumlahnya akan berbanding lurus dengan jenis sajian dan jumlah sajiannya yang jumlahnya tersebut akan ditentukan oleh jumlah orang yang datang dan jumlah hari diadakannya acara tersebut. Acara ini digelar dalam upaya untuk memantau peristiwa-peristiwa spiritual yang berkaitan dengan calon kepala desa yang didukungnya. Selain itu juga menjaga keamanan dari gangguan para pihak yang memungkinkan secara spiritual bisa merugikan calon yang didukungnya. Biaya yang bisa teridentifikasi adalah sebagaimana disajikan pada tabel 6 berikut.

Tabel 6: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik *ngin tang ngin*

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
<i>Angin tang ngin</i>	<i>Angin tang ngin</i> di rumah kandidat calon kepala desa	Sajian berupa makanan dan minuman serta rokok selama masa <i>parnyo'onan</i> yang dilakukan mulai dari pengumuman pencalonan sampai hari pemungutan suara.	Biaya= (Makanan + Minuman + Rokok) x jumlah hari

Sumber: Data diolah

Ajêgêh (Penjagaan Basis Suara)

Ajêgêh adalah kegiatan yang dilakukan oleh para simpatisan di kelompok pemukiman dikomandani oleh koordinator lapangan yang menjadi basis dukungan calon tertentu dalam rangka menjamin komitmen pemilih tidak berpindah kepada calon yang lain yang telah menyatakan setia kepada salah satu calon tertentu. Bagi masyarakat Madura,

komitmen itu harus dijaga dan bahkan dihormati sebagai bentuk kehormatan bagi orang Madura. Penjagaan dengan pola menggunakan *tanean lanjheng* (kelompok perumahan memanjang dari ujung timur ke barat), bisa diaplikasikan dengan baik dalam rangka menjaga keamanan daerah yang kemudian dikenal dengan *kampong ghunong* (perkampungan pegunungan) dan juga

kampung paseser (Perkampungan pesisir) (Hasan, 2014). Bahkan jangan coba-coba untuk masuk ke zona yang telah dinyatakan dikuasai oleh salah satu calon tertentu, karena itu akan memantik konflik antar pendukung. Para panglima yang *ajêgêh* akan dijamin kebutuhan logistiknya selama kegiatan tersebut, dalam bentuk nasi bungkus dan bahkan untuk siapa saja yang berada di pos-pos penjagaannya tersebut.

Nasi bungkus dinantikan oleh masyarakat selain sebagai hidangan gratis juga sebagai sebuah sarana komunikasi dengan calon kepala desanya untuk menyampaikan keinginan-keinginan masyarakat dalam membangun komitmen dengan calon kepala desa yang hendak dipilihnya. Pada saat tim yang bisa *kaloar kadêlêm* mengantarkan nasi bungkus masyarakat akan berseloroh tentang permintaan tertentu kepada calon kepala desanya. Jika itu bentuknya uang, beberapa istilah yang pernah muncul dalam komunikasi masyarakat tersebut pada kisaran tahun 2000an awal adalah *tongkêt*, dimana arti harfiahnya adalah tongkat, sedangkan maksudnya adalah *settong saekêt (tongkêt)* atau satu orang minta dipinang adalah lima puluh ribu.

Pada tahun 2010an sampai saat ini, komunikasi simboliknya berubah dengan beberapa istilah lain, dimana calon kepala desa itu harus *bhêrse* dimana makna harfiahnya adalah bersih dan seakan-akan ini bermakna positif, akan tetapi maksudnya adalah *bhêrreês ben pesse (bhêrse)*. Pada tahun-tahun setelah tahun 2010, masyarakat pemilih sudah tidak cukup diberikan sejumlah uang tertentu dan perlu diberikan jenis hadiah yang lain yaitu *bhêrreês ben pesse* yang artinya beras dan uang. Bahkan ada yang lebih tegas menyatakan dengan bahasa simbolik yang menyatakan nominal tertentu itu sudah tidak cukup lagi. Para kaum lelaki akan menyatakan dalam sebuah pantun sederhana, yaitu *tekos asongko'an (mon ghun satos saroko'an)*, dimana artinya adalah jika hanya seratus ribu itu hanya cukup buat sekali

beli rokok. Sementara itu, para kaum ibu juga punya ungkapan yang berbeda *tekos acalana'an (mon ghun satos satana'an)*, dimana artinya adalah jika hanya seratus ribu itu hanya untuk kebutuhan sekali memasak. kegiatan *ajêgêh* tersebut memudahkan proses identifikasi masyarakat atas calon yang didukungnya atau pihak lain yang masih bisa dibelokkan arah dukungannya. Identifikasi tersebut akan memudahkan pengikat awal dengan istilah *kat okat* (pengikat saja) dan nanti akan ada *sangu* (uang saku) pada saat akan melakukan pencoblosan surat suara. Orang yang akan menyebarkan biasanya koordinator lapangan yang masih ada ikatan keluarga atau berada dalam satu lingkungan *tanean lanjêng* yang sama.

Masyarakat menganggap permintaan kepada calon kepala desa tersebut sebagai sesuatu yang wajar, karena diibaratkan dengan mendorong mobil mogok yang ketika telah terpilih, maka yang akan menikmatinya hanyalah orang-orang terdekat. Para koordinator lapangan ini akan mendapatkan dana operasional sebagai insentif atas upayanya memantau situasi di lingkungan tempat tinggalnya dengan jumlah kisaran Rp200.000,-/minggu. Bahkan pada hari-hari mendekati hari pemungutan suara, jika antar kandidat ini sama-sama memiliki kekuatan pendanaan, tim sukses, dan bahkan blater, maka situasi di desa akan menjadi lebih mencekam. Hal ini disebabkan oleh para blater akan begitu dekat dengan pemukiman masyarakat dan tidak jarang untuk berani menantang konflik untuk kemudian tim lobinya bisa masuk ke lokasi tersebut untuk melakukan lobi kepada masyarakat secara langsung. Kegiatan menjadi tim lapangan ini adalah kebanggaan dibandingkan dengan uang yang didapatkan, Biaya ini masuk kedalam kategori biaya variable yang jumlahnya akan bergantung kepada jumlah lokasi pengamanan (*agê jêgêh*). Bahkan kepadatan rumah di lokasi *tanean lanjêng* tertentu akan mempengaruhi jumlah nasi bungkus yang harus didistribusikan setiap

malamnya. Biaya teridentifikasi dalam kegiatan *ajêgêh* disajikan pada tabel 7. Hal ini sebagaimana pernyataan berikut:

Tim yang diundang khusus untuk berjaga di lokasi rumahnya masing-masing akan mendapatkan jatah uang Rp 200.000,- per minggu, sedangkan yang hanya ikut kumpul-kumpul hanya dapat makan saja (Hozairi).

Malam Hari H

Malam hari sebelum pemungutan suara, semua calon kepala desa akan mengerahkan semua upaya dengan berbagai trik yang akan dilakukan. Bahkan bukti fragmentasi yang disajikan melalui beberapa channel youtube atau media sosial lainnya yang menggambarkan tentang kondisi pada malam hari H yang mencekam dan penuh dengan trik-trik politik (Chanel, 2022), (Kompung, 2021), (Pena, 2022a), (Pena, 2022b). Banyak masyarakat yang menyatakan bahwa upaya penghabisan harus dilakukan dari matahari terbenam sampai matahari terbit yang menandakan pemungutan suara akan segera dimulai. Semua panglima akan semalam penuh tidak tidur untuk terus memperhatikan kondisi perkembangan suara. Upaya-upaya yang lebih massif untuk mempelajari kemungkinan-kemungkinan calon pemilih berpindah dukungan atau menyerang basis dukungan lawan politiknya. Pada pilkades serentak yang dilaksanakan tahun 2022, komunikasi simbolik baru muncul dari masyarakat untuk calon kepala desanya yang dikenal dengan *bhêddhulên* yang dalam makna harfiahnya adalah menggali sampai ke akar-akarnya yang maknanya adalah mengalihkan pilihan seorang konstituen kepada calon tertentu yang membelinya dengan harga yang sangat mahal. Hal ini terjadi sebagaimana keterangan berikut:

Bhêddhulên itu dilakukan untuk mempengaruhi psikologis lawan politik yang bisa terganggu konsentrasi untuk konsolidasi massa pemilihnya, karena ada sebagian yang telah membangun komitmen dengannya

untuk berpindah kepada calon kepala desa yang lain. Ini biasanya dilakukan untuk desa yang jumlah pemilihnya tidak begitu besar, sehingga meskipun mengeluarkan dana besar yang biasanya berkisar 2 juta sampai 5 juta per orang untuk memindahkan pilihannya, namun secara akumulasi tidak akan begitu besar. Para panglima akan menagih komitmen pilihannya dengan berbagai cara, misalnya dengan memotret surat suara yang dicoblosnya sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Para pemilih dipersyaratkan untuk mengenakan instrumen tertentu untuk meyakinkan bahwa fotonya memang asli, karena kami khawatir juga, sudah biayanya besar terus tidak sesuai kesepakatan. (Ahmad).

Biaya ini berdasarkan intensitasnya adalah biaya variabel yang akan bergantung kepada jumlah orang dan juga urgensi suara calon pemilih. Jumlah yang diberikan tidak lagi berupa nominal yang sama antar pemilih, tetapi jumlahnya akan sangat bergantung dengan kepentingan yang dipertukarkan. Jumlah yang sedemikian besar ini rela diberikan oleh para kandidat, karena memang hanya akan dikeluarkan satu kali pada periode kontestasi pilkades tersebut dan ini akan memudahkan proses identifikasi dalam proses pencalonan berikutnya tentang komitmen calon pemilihnya. Seorang calon tidak memerlukan pendekatan khusus, karena hanya selesai dengan pendekatan pertukaran kepentingan. Biaya teridentifikasi dalam kegiatan malam hari H tersaji pada tabel 8.

Pelaksanaan Pemungutan Suara

Tepat pada hari pemungutan suara, mobilitas calon pemilih yang sudah terikat akan terus dalam pengawalan para panglima-panglima masing-masing calon dalam rangka mengeliminir kemungkinan terjadinya jual beli suara di jalan, karena pada saat tersebut kemungkinan terjadinya perpindahan suara bukan hanya antar calon, tetapi juga proses pengurangan suara yang akan dilakukan oleh para bandar judi (Halili, 2009). Bandar judi memang tidak berkepentingan atas

kemenangan seorang calon, akan tetapi mereka berkepentingan untuk memenangkan dirinya dalam perjudian yang dilakukannya. Biasanya calon pemilih akan dimobilisasi dengan menggunakan angkutan yang telah disediakan dalam rangka mengamankan suara calon pemilihnya. Mobil-mobil yang dioperasikan juga merupakan cara komunikasi para calon untuk mengingatkan pemilih agar tetap pada komitmennya. Titik

jemput biasanya adalah titik kumpul di sekitar *tanean lanjêng* yang menjadi pusat hunian calon pemilih. Para panglima biasanya menyiapkan nasi bungkus yang masih menjadi sarana komunikasi politik untuk memperkuat komitmen calon kepala desa tertentu, bahkan bisa menjadi serangan balik atas serangan fajar kandidat lain dengan cara menambahkan sejumlah nominal uang tertentu dalam bungkus nasi tersebut.

Tabel 7: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik *ajêgêh*

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
<i>Ajêgêh</i>	Penjagaan basis suara	Kiriman sajian berupa makanan dan minuman serta rokok selama masa <i>ajêgêh</i> yang dilakukan mulai dari pengumuman pencalonan sampai hari pemungutan suara.	Biaya= (Makanan + Minuman + Rokok) x jumlah orang yang ditemui x jumlah hari
	<i>Tongket</i>	Jumlah permintaan uang tertentu dari calon pemilih kepada calon kepala desa dengan jumlah satu orang pemilih sebesar Rp 50.000,-	Biaya= Rp 50.000,- x jumlah orang yang menyatakan dukungan
	<i>Bhêrse</i>	Permintaan beras dan uang dengan jumlah tertentu dari calon pemilih kepada calon kepala desa	Biaya= (Beras + Uang) x jumlah orang yang menyatakan dukungan
	<i>Tekos asongko'an</i>	Jumlah permintaan uang tertentu dari calon pemilih kepada calon kepala desa dengan jumlah satu orang pemilih yang harus lebih besar dari Rp 100.000,- dan biasa dinyatakan oleh para lelaki.	Biaya= Rp > 100.000,- x jumlah orang yang menyatakan dukungan
	<i>Tekos acalana'an</i>	Jumlah permintaan uang tertentu dari calon pemilih kepada calon kepala desa dengan jumlah satu orang pemilih yang harus lebih besar dari Rp 100.000,- dan biasa dinyatakan oleh para wanita.	Biaya= Rp > 100.000,- x jumlah orang yang menyatakan dukungan
	<i>Kat okat</i>	Uang muka yang diberikan oleh tim sukses calon kepala desa kepada calon pemilih yang menyatakan komitmen pilihannya dan bentuknya berupa uang kepada seluruh calon pemilih potensialnya.	Biaya= uang x jumlah orang yang menyatakan dukungan
	<i>Sangu</i>	Uang yang diberikan oleh tim sukses calon kepala desa kepada calon pemilih pada saat akan melakukan pemungutan suara ke tempat pemungutan suara. Biasanya berupa uang dan sajian makanan dan minuman.	Biaya= (Makanan + Minuman + Uang) x jumlah orang yang menyatakan dukungan

	Dana operasional koordinator lapangan	Akomodasi yang diberikan berupa makanan, minuman, rokok, dan uang akomodasi dikisaran Rp 200.000,- setiap minggu.	Biaya= (Makanan + Minuman + Uang) x jumlah orang koordinator lapangan
--	---------------------------------------	---	---

Sumber: Data diolah

Kemudian, calon pemilih itu dibawa ke tempat pemungutan suara yang biasanya disekitar lokasi itu disediakan *shelter* yang fungsinya untuk mengamankan para calon pemilih dari pengaruh pihak luar. Semua mobil yang akan melakukan penjemputan telah dikondisikan untuk memudahkan mengingat calon yang akan dipilih, maka sudah sangat biasa masyarakat akan menyebutkan mobilnya calon tertentu.

Mobil-mobil ini biasanya dikerahkan oleh calon kepala desa dengan menggunakan mobil-mobil yang dimiliki oleh tim pendukungnya atau bahkan para juragan yang mendukung pemenangnya. Mobil-mobil tersebut disewa atau juga dengan sistem memenuhi seluruh kepentingan operasionalnya, mulai dari bahan bakar ataupun kebutuhan para sopir yang mengemudikannya.

Tabel 8: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik malam hari H

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
Malam hari H	<i>bheddhulen</i>	Biaya pembelian suara pemilih dengan harga yang mahal	Biaya= Uang x jumlah orang yang bersedia menjual suaranya

Sumber: Data diolah

Pada pemilihan kepala desa serentak tahun 2022, mengalami sedikit perubahan, dimana tempat pemungutan suara disebar ke beberapa titik di desa yang kapasitas maksimumnya tiap tempat pemungutan suara adalah sebanyak 400 orang yang menjadikan pemilih lebih dekat ke tempat pemungutan suaranya. Komunikasi yang dibangun oleh para panglima adalah memberikan seragam sponsor pemenang calon kepala desa tertentu. Kondisi ini akan mampu menguatkan psikologi pemilih bahwa calon tersebut bukanlah calon yang tanpa backing orang hebat dibelakangnya.

Pada saat hari H pemungutan suara ini, pengeluaran calon kepala desa akan cukup besar, karena semua tim sukses harus mengawal seluruh proses di lapangan, mulai dari keluarga inti, orang yang bisa *kaloar masok*, para panglima, para koordinator lapangan dan juga para blater. Para panglima

ini akan mendapatkan jatah akomodasi dari mulai menggerakkan massa sampai selesainya perhitungan suara, mulai dari uang representasi, makanan dan minuman, serta rokok. Selain tim utama tersebut, calon kepala desa harus menggerakkan sopir-sopir untuk angkutan para calon pemilih yang juga akan mendapatkan akomodasi yang sama dengan para panglima tersebut. Selain itu juga ada biaya lain yang sewa mobil yang memang disiapkan untuk memobilisasi massanya dan tambahan tenda yang akan menjadi *shelter* bagi calon pemilih yang telah membangun komitmen dengan kepala desa tertentu.

Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang akan dikeluarkan satu kali selama proses pemilihan kepala desa dalam satu periode tertentu. Secara intensitasnya biaya-biaya ini akan dikategorikan sebagai biaya tetap dan jumlah yang dikeluarkan adalah tergantung

kepada seberapa banyak tim yang terlibat dan jumlah akomodasi yang disediakan untuk para pemilih yang telah membentuk komitmen untuk memilih calon kepala desa yang memobilisasinya. Biaya ini pada besaran tertentu akan tetap dikeluarkan oleh calon kepala desa, karena pada momen ini akan sangat menentukan keberhasilan seseorang dalam memenangkan kontestasi pemilihannya. Biaya-biaya yang teridentifikasi dalam kegiatan pelaksanaan pemungutan suara disajikan sebagaimana pada tabel 9.

Pasca Pilkades

Pasca pilkades, pengeluaran yang pasti akan dikeluarkan oleh calon kepala desa terpilih, adalah konsumsi dinyatakan dengan komunikasi *phêlli pas sapenah* (sembelih langsung sapinya). Istilah ini sangat umum ditemukan dalam sebuah kontestasi pilkades di Madura, untuk konsolidasi internal dalam bentuk makan bersama. Menyembelih sapi ini akan dilakukan, walaupun kepala desa

terpilih tersebut tidak memiliki cukup dana untuk membeli sapi tersebut ataupun belum disiapkan sapi untuk disembelih, karena belum adanya kepercayaan diri dalam memenangkan kontestasi. Kegiatan makan bersama dan duduk bersama akan mampu meredakan perbedaan yang pernah ada, karena mereka telah memiliki *oreng toah* (orang tua) yang baru, sebagaimana prinsip orang Madura yang menganggap kepala desa dengan *e kareng towa'ah* (menjadikan kepala desa sebagai orang tua). Pada saat penetapan calon terpilih, selain hidangan berupa makan dan minuman yang disajikan, maka yang tidak boleh dilupakan untuk disajikan adalah rokok. Jumlah hidangan dan rokok dari pelaksanaan kegiatan ini tidak bisa ditentukan sebelumnya, karena kebahagiaan ini tidak hanya dinikmati oleh warga desa tersebut, tapi semua pihak yang merasa turut memenangkan dan merasa senang atas kemenangan kandidat terpilih, baik dari dalam ataupun luar desa akan datang pada acara tersebut.

Tabel 9: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik hari pelaksanaan pemungutan suara

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
Pelaksanaan pemungutan suara	Panglima dan koordinator lapangan	Biaya akomodasi untuk memobilisasi massa pemilih yang berupa makanan, minuman, rokok, dan uang.	Biaya= (Makanan + Minuman + Rokok + Uang) x jumlah panglima.
	Mobil	Biaya transportasi berupa sewa mobil, bahan bakar, sopir, rokok, makanan dan minuman, uang saku sopir.	Biaya= (sewa mobil + bahan bakar + rokok sopir + makanan dan minuman sopir + uang saku sopir) x banyaknya mobil
	Nasi bungkus	Biaya pembuatan dan sisipan uang saku dari calon kepala desa	Biaya= (Makanan + Uang) x jumlah pemilih yang menyatakan dukungannya.
	Tenda	Biaya sewa tenda	Biaya= biaya sewa tenda x jumlah tenda yang digunakan

Sumber: Data diolah

Setelah penetapan kepala desa terpilih dilakukan, maka kemudian berikutnya akan

ada dua pagelaran yang akan dilakukan oleh kepala desa terpilih. Pelantikan kepala desa

mengandung biaya dalam dua bentuk, yaitu persiapan dirinya sendiri dan acara parade sambutan pelantikan kepala desa. Kebutuhan pribadi adalah kelengkapan seragam untuk dirinya sendiri dan juga istri yang akan mendampingi pada saat pelantikan. Sementara itu acara parade penyambutan pelantikan biasanya akan banyak mobil dan sepeda motor yang mengiringi kepala desa yang sah yang telah dilantik dan bahkan satu desa bisa turut serta dengan segenap parade seni seperti *marching band* dan *ul daul* bahkan *can macanan*. Segenap kendaraan pengiring akan dilakukan penggantian biaya bahan bakar. Selain itu, setelah sampai di rumah kepala desa, maka akan diberikan sajian hidangan berupa makanan dan minuman dan pastinya yang harus ada adalah rokok. Bahkan para tim utama biasanya akan diberikan seragam khusus sebagai sebuah tanda kebanggaan atas terpilihnya kepala desa yang didukungnya.

Prosesi terakhir pasca pelantikan adalah selamat yang dihadiri semua tokoh agama, baik itu yang berasal daerah tersebut ataupun tokoh agama penting yang dihormati oleh masyarakat di desa tersebut. Setelah itu, acara terakhir adalah hiburan yang bentuknya bisa bermacam-macam, diantaranya adalah dangdut, ludruk, sholawatan atau bahkan karawitan yang disesuaikan dengan keinginan sebagian besar masyarakatnya. Biaya ini adalah biaya yang akan dikeluarkan satu kali dalam satu periode jabatan kepala desa dan menjadi biaya tetap. Besaran biaya yang harus dilakukan akan sangat bergantung dengan jumlah tokoh yang diundang, jenis hidangan yang disajikan, atau juga jenis hiburan dan penghibur yang dihadirkan.

Dalam konsep penyusunan harga perolehan sebagaimana klasifikasi biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan juga biaya *over head* (Dewi & Kristanto, 2013b; Dunia et al., 2012; Mulyadi, 2001, 2012). Pada tahap awal pengenalan calon dan proses memelihara panitia pemilihan, dalam kegiatan-kegiatan *parnyo'onan*, *angina tang ngin*, *ajégéh*,

citra diri ini, kandidat kepala desa masih lebih banyak mengeluarkan biaya bahan habis pakai yang berupa pemberian tali kasih, sumbangan, transportasi dan bahkan rokok yang akan menjadi pembuka pembicaraan di setiap situasi. Jumlah pengorbanan biayanya tidak bisa diidentifikasi dengan baik, karena masih bergantung dengan variabilitas kegiatan dan juga pihak yang dikunjungi. Adapun biaya tenaga kerjanya masih hanya mengorbankan kesempatan yang dimiliki oleh kandidat kepala desa atau kepala desa petahana dan keluarga dekatnya. Sementara biaya *over head* akan bisa diperlakukan untuk biaya yang dikorbankan oleh kepala desa petahana, karena biaya itu akan sebenarnya akan menjadi biaya pada pencalonan di periode berikutnya. Biaya-biaya tersebut akan diidentifikasi sebagaimana pada tabel 10.

Sementara itu pengeluaran untuk sumberdaya manusia atau secara spesifik adalah pada panglima (tim sukses) dan juga *ghuruh*, dimana biaya tersebut dilakukan secara reguler dan ada yang dibiayai secara temporer. Tim sukses ini tersebut terdiri dari keluarga dekat, panglima dan koordinator lapangan yang harus ditanggung segenap keperluan akomodasi kegiatannya dalam menggalang suara pemilih dan menjaganya sampai selesai penghitungan suara, yang biayanya berupa biaya bahan habis pakai adalah rokok, makan dan minum serta transportasi. Biaya reguler yang harus dikeluarkan dalam bentuk tali asih yang harus tetap diberikan kepada tim-tim utama utama pada saat melaksanakan hajatan tertentu dan pada saat hari raya dengan jumlahnya yang tidak bisa dinyatakan dengan pasti, karena berkaitan dengan variable jumlah yang terlibat, tingkat keterkenalan dan jumlah jaringan yang dimiliki selain intensitas kegiatan yang dilakukan.

Biaya yang lebih mudah diukur adalah pada saat pasca pernyataan pencalonan dirinya dan setelah penetapan calon oleh malam hari H, dan pelaksanaan pemungutan suara akan dinyatakan secara lebih tegas oleh

para calon dengan para pemilihnya atau sebaliknya. Selain rokok, makan dan minum, transportasi, pada masa-masa ini transaksi jual beli suara mulai tampak yang dinyatakan dalam bahasa-bahasa simbolik yang mengandung isyarat permintaan uang tertentu, mulai dari Rp 50.000,-, Rp 100.000,- atau bahkan jutaan per orang untuk kategori mempengaruhi psikologis pemilih yang dikenal dengan *bêddhulên*. Jumlah yang diberikan ini akan bergantung dengan tingkat pengaruh yang dimiliki oleh masing-masing orang yang diinginkan suaranya. Bahkan tenaga manusia yang berupa tim sukses akan semakin bersemangat dalam melaksanakan konsolidasinya, karena akomodasi yang

diberikan akan lebih sering intensitasnya dan hal ini masih berkaitan dengan tingkat kepentingan situasi yang terjadi pada saat malam hari H pemilihan. Sementara itu pasca pemilihan ada pengorbanan biaya selama satu kali masa jabatan dan ini akan cukup besar, karena harus menyajikan hidangan kepada sejumlah orang yang tidak bisa diperkirakan jumlahnya, yang bisa berasal dari desa tersebut, atau bahkan dari desa-desa sekitar yang sedari awal juga telah ikut memberikan dukungan kepada kepala desa terpilih. Setelah itu, masih ada acara pamuncak yang dilaksanakan pada hari pelantikan dan syukuran setelah pelantikan.

Tabel 10: Biaya teridentifikasi dalam bahasa simbolik pasca pilkades

Bahasa simbolik	Kegiatan teridentifikasi	Biaya teridentifikasi	Keterangan
Pasca pelaksanaan pilkades	<i>phêlli pas sapenah</i>	Harga perolehan sapi, bumbu-bumbu yang dibutuhkan, beras dan bahan makanan pelengkap lainnya.	Biaya= Bahan Makanan + Sapi
	Makan bersama	Makanan dan minuman dan rokok disuguhkan oleh yang calon kepala desa yang menang.	Biaya= (Rokok + makanan dan minuman x jumlah warga yang datang
	Pelantikan kepala desa	Untuk kepala desanya sendiri: Seragam dan kelengkapan pelantikan lainnya	Biaya= seragam dan kelengkapan lainnya
	Parade penyambutan	Biaya subsidi bahan bakar, makanan dan minuman serta rokok dan seragam pendukung	Biaya= (rokok + makanan dan minuman + subsidi bahan bakar + seragam) x jumlah warga yang ikut serta
	Syukuran	Makanan dan minuman, rokok, dan uang untuk tokoh-tokoh agama	Biaya= (rokok + makanan dan minuman) x jumlah warga yang datang. Biaya untuk tokoh agama= (rokok + makanan dan minuman + uang) x jumlah tokoh masyarakat dan agama yang datang.

Sumber: Data diolah

KESIMPULAN

Jenis biaya yang dikorbankan oleh calon kepala desa di Madura akan sangat bergantung kepada komunikasi yang disampaikan oleh masing-masing pihak yang terlibat dalam proses pemilihan kepala desa di suatu daerah. Pada tahap awal pencalonan, baik sebagai penantang ataupun petahana harus memperhatikan bahasa *nyaghêrêh, e kareng towa'ah. Ghuruh* sebagai elemen penting yang menyebabkan adanya *cabisan* dan harus terus dilakukan sebagai sebuah upaya membina koneksi dengan berbagai pusat kekuasaan di Madura. Pada saat menjelang pemungutan suara akan semakin banyak komunikasi simbolik yang disampaikan oleh pemilih ataupun oleh calon, semisal *parnyo'onan, angin tang ngin, ajêgêh*, dan bahkan banyak cara berkomunikasi dengan calon kepala desa dalam bentuk *tongkêt, bhêrse, tekos asongko'an, tekos acalana'an*. Malam hari H pemungutan dan pada saat pemungutan suara, akan menjadi pertarungan puncak para kandidat untuk mendapatkan simpati pemilih dengan komunikasi simbolik yang muncul sebagaimana serangan fajar, *bhêddhulên*, bahkan seragam tertentu yang dikenakan saat pelaksanaan pemungutan suara, selain itu secara gerakan adalah mobilisasi massa. Biaya masih harus dikeluarkan oleh kepada desa terpilih untuk pelantikan dan juga syukuran kemenangan dan syukuran pelantikan. Hal yang menjadi unik di Madura bahwa setiap akomodasi yang disajikan dan disediakan itu selalu ada rokok di dalamnya.

Berdasarkan karakteristik biaya yang dikeluarkan oleh seorang calon kepala desa, bisa bersifat berkelanjutan pasca kemenangan kontestasi dan juga pelantikan dan juga ada yang terputus hanya sampai saat penetapan kepala desa usai pelantikan. Adapun jumlah yang harus dikeluarkan sangat bersifat kondisional yang bergantung dengan jumlah pihak yang terlibat dan juga jumlah akomodasi yang disajikan oleh para kandidat. Biaya ini tidak semuanya dikeluarkan dari

sumber daya pribadinya semata, akan tetapi juga kadang berasal dari sumber daya poros kekuasaan lain di desa yang terdiri dari juragan, kiai, dan juga bahkan para blater.

Hal yang penting untuk diperhatikan oleh para kontestan adalah untuk memperhatikan segenap kegiatan pencalonan kepala desa tersebut dengan menggunakan pendekatan *resources based view* yang akan meningkatkan keberhasilan strategi yang akan dilakukan. Selain biaya-biaya *over head* yang akan dikeluarkan oleh para kandidat bisa dimaksimalkan sebagai pengganti pertukaran kepentingan dalam bentuk jual beli suara. Biaya-biaya tersebut juga bisa dieliminir dengan dimaksimalkan edukasi politik yang lebih komprehensif kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdur Rozaki. (2009). Social origin dan Politik Kuasa Blater di Madura. *Kyoto Review of Southeast Asia*, 11.
- Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *Jurnal Mediator*, 9(2), 301–316.
- Ahmadi, D. (2011). Pemaknaan Hakikat Diri Akuntan. *MIMBAR*, XXVII(2), 165–172.
- Ahwan, Z., & Marzuki, E. (2020). Komunikasi Simbolik Dalam Tradisi Bari'an Di Jawa Tengah Dan Jawa Timur (Tinjauan Interaksionisme Simbolik). *Al-Ittishol Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 51–70.
- Ainillah, S. R. (2016). Elite Politik Dalam Kontestasi di Desa dengan menggunakan studi Peran Blater dalam Pilkades di desa Banjar, Galis, Bangkalan Madura. *Jurnal Politik Muda*, 5(3), 282–290. <http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpm018f034c4e2full.pdf>
- Alamsyah, M. I., & Prasetyo, I. J. (2018). Persebaya dan Bonek: Simbol-Simbol Komunikasi Supporter Sepakbola Komunitas “Syndicate Bonek Keputih (SBK).” *Communicatus: Jurnal Ilmu*

- Komunikasi*, 2(2), 223–238.
<https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.5032>
- Alfia, Y. D., Triyuwono, I., & Mulawarman, A. D. (2018). Kritik Atas Tujuan Akuntansi Syariah: Perspektif Realitas Sadrian. *Jurnal AKSI (Akuntansi Dan Sistem Informasi)*, 3(2), 93–111.
<https://doi.org/10.32486/aksi.v2i2.266>
- Anugerah, D. (2011). Marketing Politik: Urgensi dan Posisinya dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(2), 575–598.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i18.379>
- Bala, A. (2022). Kajian Tentang Hakikat, Tindak Tutur, Konteks, dan Muka Dalam Pragmatik. *Jurnal Retorika*, 3(1), 38–39.
<http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/RJPBSI/article/view/1889%0Ahttp://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/RJPBSI/article/download/1889/1370>
- Benito, B., & Bastida, F. (2016). Budget Transparency , Fiscal Performance , and Political Turnout : An International Approach. *Public Administration Review*, 69(3), 403–417.
- Chanel, R. (2022). *Part Iii//Perang Dunia (Serangan Fajar) Kepala Desa, Sampai Ribut.*
youtube.com/watch?v=X9xly_GY0uM
- Chariri, A. (2009). *Landasan filsafat dan metode penelitian kualitatif.*
- Dewi, S. P., & Kristanto, S. B. (2013a). *Akuntansi Biaya*. In Media.
- Dewi, S. P., & Kristanto, S. B. (2013b). *Akuntansi Biaya*.
- Dunia, F. A., Abdulah, W., & Sasongko, C. (2012). *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat.
- Emzir, M., & Pd, M. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (1st ed.). RAJAGRAFINDO.
- Farida, I. (2019). Mahar Politik Dalam Pandangan Politik Hukum Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(1), 1.
<https://doi.org/10.25157/jigj.v7i1.2137>
- Farida Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Fitriyah. (2011). Fenomena Politik Uang Dalam Pilkada. *Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 5–14.
<https://doi.org/10.14710/politika.3.1.2012.5-14>
- Fitriyah, F. (2015). No Title. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 6(2), 101–111.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). *Teori Akuntansi* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilar, G. (2008). Makna Komunikasi Simbolik di Kalangan Pengguna Tato Kota Bandung. *MEDIATOR*, 9(1), 51–62.
- Halili. (2009). Praktik Politik Uang Dalam Pemilihan Kepala Desa (Studi Di Desa Pakandangan Barat Bluto Sumenep Madura). *Jurnal Humaniora (Lemlit UNY)*, 14(2), 99–112.
<https://doi.org/10.1038/132817a0>
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), 16.
<https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>
- Hefni, M. (2009). Patron-Client Relationship Pada Masyarakat Madura. *Karsa*, XV(1).
- Hendrikson, E. S., & Breda, M. F. Van. (1992). *Accounting Theory* (5th ed.). IRWIN.
- Herrnson, P. S. (1992). Campaign professionalism and fundraising in congressional elections. *The Journal of Politics*, 54(3), 859–870.
<https://doi.org/10.2307/2132315>
- Ikmal, M., & Arifin, M. (2020). Anarkisme Politik di Aras Lokal (Peran “Bandit” Politik dalam Pilkadaes Di Kabupaten Sumenep). *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 06(02), 123–152.
<https://doi.org/10.37058/jipp.v6i2.2219>
- Imam, A., & Ma'mun, S. (2017). Evaluasi Efektivitas Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Serentak di Kabupaten Pamekasan Tahun 2015.

- Jurnal Ilmiah Administrasi Negara*, 2(1), 25–34.
- Irianto, A. M. (2015). “*Interaksionalisme Simbolik*.” Gigih Pustaka Mandiri.
- Iswanaji, M. C., & Wahyudi, M. (2017). Formalitas Fikih Dalam Penerapan Akuntansi Syariah Aliran Pragmatis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(3), 583–599.
- Kertamukti, R. (2013). Komunikasi Simbol: Peci Dan Pancasila. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 6(1), 53–66.
- Kompung, K. (2021). *Serangan Fajar Pilkada Film Komedi Kampung Kompung*.
youtube.com/watch?v=NXhsGkczj0
- M.S, K. (2004). Filsafat Analitis Menurut Ludwig Wittgenstein. *Humaniora*, 16(2), 133–146.
- McWilliams, A., Van Fleet, D. D., & Cory, K. D. (2002). Raising rivals’ costs through political strategy: An extension of resource-based theory. *Journal of Management Studies*, 39(5), 707–724.
<https://doi.org/10.1111/1467-6486.00308>
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cetakan Ke). PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Z. (2016). *Komunikasi Politik*. Pustaka Setia.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa* (ketiga). Bagian Penerbitan UGM.
- Mulyadi. (2007). *Activity-Based Cost System* (keenam). UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya* (Edisi ke-5). Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Nufaisa, Lating, A. I. S., & Muflihin, M. D. (2022). Refleksi Standar Akuntansi Pemerintahan Dalam Manifestasi Good Governance. *Jurnal Akuntansi Integratif*, 8(2).
- Nurhasanah, N. (2018). Pesan Komunikasi Politik Persis Dalam Pemilu Tahun 2014. *Syntax Literate*, 3(4), 159–161.
- O’Cass, A. (2009). A resource-based view of the political party and value creation for the voter-citizen: An integrated framework for political marketing. *Marketing Theory*, 9(2), 189–208.
<https://doi.org/10.1177/1470593109103066>
- Pena, M. (2022a). *Siasat Pilkadaes (1)-Mata Pena*.
youtube.com/watch?v=TVjGr54l51w
- Pena, M. (2022b). *Siasat Pilkadaes (2)-Mata Pena*.
youtube.com/watch?v=2B2zvNuiqOw
- Perdana, A., Minan, A., Budi, A., Mellaz, A., Muhtadi, B., Cahyati, D. D., Fariz, D., Ilyas, F., Fitriyah, Telaumbanua, H. B., Haryanto, Pratama, H. M., Agustiyati, K. N., Alfirdaus, L. K., Sukmajati, M., Afifuddin, M., Sadikin, U. H., Prasetyo, W., Wahyu, Y., ... Yusfitriadi. (2018). Pembiayaan Pemilu di Indonesia. In *Bawaslu RI* (Issue December).
- Pitoyo, A. J., & Triwahyudi, H. (2017). Dinamika Perkembangan Etnis di Indonesia dalam Konteks Persatuan Negara. *Populasi*, 25(1), 64–81.
<https://doi.org/10.22146/jp.32416>
- PSAK 14, (2019).
- PSAK 16, (2019).
- Raditya, A. (2011). Politik Keamanan Jagoan Madura. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 2(1), 98–133.
- Raziq Hasan. (2014). Perancangan Arsitektur Dan Upaya Pertahanan Keluarga Dalam Komunitas Bermukim Masyarakat Muslim Madura. *Seminar Nasional Arsitektur Pertahanan (Arshan)*, 67–78.
- Riduwan, A., Triyuwono, I., Irianto, G., & Ludigdo, U. (2010). Semiotika Laba Akuntansi: Studi Kritisal-Posmodernis Derridean. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 7(1), 38–60.
<https://doi.org/10.21002/jaki.2010.03>

- Rochayatun, S., & Andriani, F. (2018). Laba: Ketidakstabilan Makna. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 117–136. <http://dx.doi.org/10.1186/s13662-017-1121-6><https://doi.org/10.1007/s41980-018-0101-2><https://doi.org/10.1016/j.cnsns.2018.04.019><https://doi.org/10.1016/j.cam.2017.10.014><http://dx.doi.org/10.1016/j.apm.2011.07.041><http://arxiv.org/abs/1502.020>
- Sarman, M. (2014). *Banalitas Kontestasi Politik Lokal Refleksi Pemilu Legislatif 2014 di Kalimantan Selatan*. KPU Provinsi Kalimantan Selatan dan Program Magister Sains Administrasi Pembangunan Universitas Lambung Mangkurat.
- Satori, D., & Komariah, Aa. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Siregar, N. S. S. (2011). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Perspektif*, 4(2), 100–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>
- Sjafrina, A. G. P. (2019). Dampak Politik Uang Terhadap Mahalnya Biaya Pemenangan Pemilu dan Korupsi Politik. *Jurnal Anti Korupsi*, 5(1). <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.389>
- Solihah, R. (2018). Peluang dan tantangan pemilu serentak 2019 dalam perspektif politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 73–88. <https://doi.org/10.14710/jiip.v3i1.3234>
- Suwardjono. (2014). *Teori Akuntansi Perekayasaan Laporan Keuangan* (Ketiga). BPFE-Yogyakarta.
- Tini, D. L. R. (2017). Relasi Budaya Politik Di Madura Terhadap Demokrasi Lokal: Analisis Reformasi Birokrasi dan Pemilihan Kepala Desa. *Public Corner*, 12(2), 9–25.
- Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative.
- Umar, N. J. (2018). Penggunaan Simbol-Symbol Komunikasi Non Verbal Antara Pengungsi Iran Dan Warga Lokal Di Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 7(2), 295–303.
- Undang-Undang Tentang Desa, (2014).
- Zamroni, I. (2007). Juragan, Kiai dan Politik di Madura. *Jurnal Inovasi Da Kewirausahaan*, 30(65), 264–276. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol30.is65.art5>
- Zamroni, M. I. (2007). Kekuasaan Juragan Dan Kiai Di Madura. *KARSA: Journal of Social and Islamic Culture*, 12(2), 168–179. <http://www.ejournal.stainpamekasan.ac.id/index.php/karsa/article/view/140>