

## ABSTRAK

Penelitian ini berusaha melihat dinamika penggunaan isu air bersih sebagai strategi kampanye pemilihan Bupati Gunungkidul 2020 dan dampak dari strategi tersebut terhadap tingkat penyelesaian masalah air bersih di Gunungkidul. Mengingat kondisi akses air bersih yang tidak menentu dan sering kali terhambat dengan adanya bencana kekeringan, momen pilkada menjadi hal yang menarik untuk dibahas sebagai salah satu alternatif menemukan jalan keluar melalui para calon kepala daerah.

Penelitian ini didesain menggunakan teori klientelisme dan kampanye politik serta metode kualitatif yang secara spesifik memperdalam studi kasus dengan tujuan dapat memberikan informasi secara terinci. Pengumpulan data dari penelitian ini melalui wawancara mendalam dan konten analisis video debat publik pemilihan Bupati Gunungkidul 2020 dalam akun YouTube milik KPU Gunungkidul.

Hasil temuan dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi klientelisme masih menjadi senjata utama para calon bupati dan wakil bupati guna mendapatkan suara masyarakat khususnya terkait isu air bersih di Gunungkidul. Para calon memecahkan permasalahan air bersih dengan memberikan bantuan berupa armada tangki di daerah sulit air tanpa memberikan solusi jangka panjang. Pembahasan terkait isu air bersih dalam kampanye hanya digunakan untuk menarik simpati masyarakat.

*Kata kunci: klientelisme, kampanye politik, isu air bersih*

## ABSTRACT

This study seeks to see the dynamics of the use of clean water issues as a campaign strategy for the 2020 Gunungkidul Regent election and the impact of this strategy on the level of solving the clean water problem in Gunungkidul. Given the condition of access to clean water that is uncertain and often hampered by drought, the election moment is an interesting thing to discuss as an alternative to find a way out through candidates for regional heads.

This research is designed using clientelism theory and political campaigns as well as qualitative methods that specifically deepen case studies with the aim of providing detailed information. Collecting data from this research through in-depth interviews and video analysis content of the 2020 Gunungkidul Regent election public debate on the YouTube account of the Gunungkidul General Election Commission.

The findings of this study can be concluded that the clientelism strategy is still the main weapon for the candidates for regent and deputy regent in order to get people's votes, especially regarding the issue of clean water in Gunungkidul. The candidates solved the clean water problem by providing assistance in the form of a fleet of tanks in water-poor areas without providing long-term solutions. Discussions related to the issue of clean water in the campaign are only used to attract public sympathy.

*Keywords: clientelism, political campaign, clean water issue*