

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Sejak berakhirnya ordebaru, demokrasi terus digaungkan dalam setiap ranah perpolitikan di Indonesia yang turut melahirkan sebuah fenomena penjajakan kekuasaan dalam bentuk persaingan politik yang semakin kompetitif baik pada tingkat nasional maupun lokal. Hal ini dapat dilihat dari bermunculnya partai-partai politik baru yang hampir pada setiap perhelatan pemilu dilaksanakan yang tidak memperlihatkan tanda-tanda adanya penyusutan. Dalam konteks politik lokal, penanda untuk fenomena yang sama juga dapat dilihat dari semakin banyaknya individu atau masyarakat yang juga kian tertarik ikut terjun langsung pada persaingan dalam pemilihan kepala daerah (pilkada).

Pada medio tahun 2005, Indonesia untuk pertama kali mengadakan pemilihan kepala daerah secara langsung. Sistem pemilihan kepala daerah ini diberlakukan setelah Undang-Undang nomor 32 tahun 2004 melalui proses pengesahan DPR. Perubahan mekanisme pilkada tersebut telah membuka ruang kesempatan yang luas bagi seluruh warga negara untuk dapat berpartisipasi dalam politik. Partisipasi politik tersebut tidak hanya berjalan dalam bentuk pemberian hak suara, melainkan adanya antusiasme warga yang mendaftarkan diri sebagai kontestan dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) sebagai perwujudan dalam demokrasi dimana, konstitusi menjamin hak-hak setiap warga negara. Kondisi ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam meraih dukungan dari masyarakat untuk dapat menduduki jabatan politis baik ditingkat eksekutif

maupun pada tingkat legislatif. Persaingan antar partai politik dan kandidat dalam setiap pemilihan kemudian menuntut para kontestan untuk lebih kreatif dalam melakukan kampanye politik guna memperoleh dukungan suara dari masyarakat.

Meskipun selama ini partai politik atau kandidat telah berusaha untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat, akan tetapi pendekatan kampanye yang dilakukan dengan cara-cara yang lebih tradisional sepertinya kurang efektif lagi untuk digunakan pada saat ini. Banyak individu atau kelompok politik yang memiliki kemampuan dalam kampanye tetapi gagal karena kurangnya pemahaman dengan teknik untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat. Atas fenomena politik itulah maka perlu kiranya dihadirkan sebuah pendekatan atau metode marketing kedalam dunia politik. Strategi atau teknik yang dapat diterapkan untuk dapat memenangkan persaingan dalam politik elektoral adalah dengan penerapan konsep marketing di dalam politik (*political marketing*).

Dengan strategi pemasaran politik, setiap partai politik maupun individu yang ikut dalam kontestasi dapat menggunakan memberikan sejumlah perangkat dalam memaksimalkan dukungan sumberdaya yang dimiliki untuk memenangkan pemilihan umum. Sejatinya, dinamika demokrasi lokal dalam bentuk kontestasi pemilihan kepala daerah tidak hanya menunjukkan strategi pemasaran sebagai faktor utama dalam memenangkan persaingan. Untuk memenangkan persaingan dalam kontestasi politik, salah satu yang menjadi variabel yang turut menentukan terhadap hasil adalah adanya sejumlah akumulasi atas modalitas yang dimiliki. Pemilihan kepala daerah secara langsung sesungguhnya menggambarkan sebuah metafora perlombaan. Secara konseptual, metafora itu terwujud dari tiga modal

utama yang dimiliki oleh para calon yang hendak mengikuti kontestasi dalam pilkada secara langsung. Ketiga modal tersebut adalah modal politik (*political capital*), modal sosial (*social capital*) dan modal ekonomi (*economical capital*). (Menurut Marijan, 2009: 184). Pasangan calon yang mampu mengakumulasi ketiga modal tersebut kemungkinan akan mampu memenangkan pemilihan tersebut. Dari ketiga jenis modal tersebut memang dapat berdiri sendiri tetapi secara umum, ketiganya seringkali berkaitan. Pendekatan modalitas dalam kontestasi politik sendiri merupakan sebuah model pemenangan kompetisi elektoral dengan berbasiskan pada modal yang dimiliki. Ini berarti bahwa kandidat yang memiliki akumulasi modalitas tersebut memiliki peluang yang lebih besar untuk memenangkan kontestasi politik

Pelaksanaan pemilihan kepala daerah langsung (pilkada) gelombang kedua secara serentak di ikuti oleh 101 wilayah diantaranya 18 kota, dan 76 Kabupaten, serta 7 provinsi di Indonesia, (Muhammad et.al, 2017: 11). Dalam pilkada serentak tahun 2017, Kabupaten Takalar merupakan satu-satunya daerah yang menggelar pemilihan kepala daerah (pilkada) di Sulawesi Selatan. Pemilihan kepala Pilkada serentak yang dilaksanakan di Kabupaten Takalar diikuti oleh dua pasangan kandidat yakni pasangan kandidat petahana Burhanuddin Bahruddin dan Natsir Ibrahim serta pasangan Syamsari Kitta dan Ahmad Daeng Se're sebagai penantang petahana. Pada pilkada di Kabupaten Takalar, kemenangan yang diraih oleh pasangan Syamsari Kitta dan Achmad Daeng Se're dapat dikatakan sebagai sebuah *mission impossible*. Hal ini tidak terlepas dari adanya disparitas yang lebar dalam hal kepemilikan modal oleh ke dua pasangan kandidat. Untuk mengikuti

kontestasi pemilihan kepala daerah, pasangan Syamsari Kitta dan Achmad Daeng Se're hanya di usung oleh dua partai politik. Pada sisi yang lain, pasangan petahana Burhanuddin Baharuddin dan Natsir Ibrahim diusung oleh delapan partai politik. Dengan hanya di usung oleh dua partai politik, secara praktis akan berimbas pada efektivitas kerja serta kinerja mesin partai dalam melakukan aktivitas pemasaran untuk menggalang dan memobilisasi dukungan. Selain itu, sebagai kandidat penantang petahana, pasangan Syamsari kitta dan Achmad daeng Se're tidak memiliki kemampuan untuk mengakses sumber daya yang berada pada ranah negara seperti kekuasaan, jabatan dan legitimasi yang dapat digunakan sebagai instrument untuk meraih kuasa.

Keunggulan pasangan petahana Burhanuddin Bahruddin dan Natsir Ibrahim di banding pasangan Syamsari Kitta dan Achmad Daeng Se're tidak hanya terlihat dari dukungan partai politik. Ketokohan Nurdin Khalid sebagai tokoh nasional dan lokal sekaligus ketua DPD Partai Golkar juga dapat memberikan daya ungkit elektabilitas untuk pasangan Burhanuddin Baharuddin serta dapat menjadi rujukan pemilih. Selain itu, keunggulan Burhanuddin Baharuddin dan Natsir Ibrahim sebagai kandidat petahana yang mampu menggerakkan tokoh formal dan informal, jaringan organisasi, dan birokrasi serta jaringan di masyarakat. Dalam studi ilmu politik, modal sosial biasanya dimiliki oleh kandidat yang telah membangun jaringan dari individu, kelompok sosial dan perusahaan. Semakin besar jumlah sumber daya, informasi dan jaringan sosial yang dimiliki maka semakin tinggi probabilitas bahwa kandidat kampanye akan mendapatkan suara selama pemilihan umum (Lorenzen, 2007: 3).

Berdasarkan kemenangan yang diraih oleh pasangan Syamsari Kitta dan Ahmad Daeng Se're dengan keterbatasan modalitas dibanding pasangan patahana Burhanuddin Baharuddin dan Natsir Ibrahim yang telah diuraikan tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian. Adapun hasil identifikasi dari permasalahan dalam penelitian ini yaitu berusaha menjawab pertanyaan: “Bagaimana peran modalitas dalam pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Syamsari Kitta dan Achmad Daeng Se're pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Takalar?”

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam sebuah pertanyaan besar untuk penelitian yaitu:

Bagaimana peran modal dalam pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Syamsari Kitta—Ahmad Dg Se're dalam pilkada di Kabupaten Takalar 2017?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran modal dalam pemasaran politik yang dilakukan oleh kandidat pasangan Syamsari Kitta—Ahmad Dg Se're dalam pilkada di Kabupaten Takalar 2017.

I.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu politik dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat dalam kajian politik lokal

2. Secara praktis

Diharapkan penelitian ini dalam tataran yang luas dapat menjadi masukan bagi para aktivis atau pelaku politik dan sebagai inspirasi untuk memahami bahwa kemenangan yang diraih oleh kandidat dalam pemilihan kepala daerah sangat erat kaitannya dengan efektivitas dari peran modalitas yang dimiliki dan penerapan *political marketing*.

I.5. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dalam menganalisa penelitian ini, sistematika pembahasan diperlukan untuk memudahkan dan mengarahkan peneliti guna menghindari tumpang tindih dalam setiap pembahasan yang disampaikan. Dalam penelitian ini akan terdiri dari 5 (lima) Sub Bab yang meliputi:

Bab I terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II terdiri atas kajian terhadap penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian. Kerangka teoritik yang terdiri atas strategi pemasaran politik dan modal, kerangkapiikir dan definisi operasionl.

Bab III berisi tentang metodologi yang terdiri dari 7 (tujuh) sub yaitu, jenis penelitian, objek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data teknik analisis data, serta keabsahan data.

Bab IV berisi memuat tentang gambaran umum dari obyek penelitian yaitu profil kandidat dan pelaksanaan Pilkada 2017.

Bab V berisi pembahasan dan analisis terhadap temuan penelitian yang membahas tentang strategi pemasaran politik dan peran modal SK-HD dalam pilkada Kabupaten Takalar 2017.

Bab VI yaitu penutup, pada bab ini akan membahas tentang kesimpulan penelitian dan rekomendasi/saran.