

BAB II

TINJAUAN TEORI

Bab ini akan menguraikan tentang hasil penelitian terdahulu (prior research) yang telah dilakukan oleh beberapa orang sebelumnya. Peneliti juga akan mengemukakan dan menunjukkan bahwa masalah yang akan diteliti berbeda dan belum pernah diteliti sebelumnya, sehingga akan terlihat bahwa posisi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berbeda dengan penelitian terdahulu. Kemudian dalam bab ini juga akan membahas tentang teori, teori tersebut akan digunakan untuk menganalisis permasalahan yang akan peneliti jawab melalui penelitian ini. Selanjutnya bab ini juga berisi tentang penjelasan konsep dariobyek yang akan diteliti, serta operasional yang akan digunakan dalam penelitian.

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan Christianto Pontoh (2015), yang meneliti tentang *Strategi Kampanye Pemenangan Bupati Dan Wakil Bupati Terpilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi kampanye pemenangan yang di susun oleh tim pemenangan pasangan kandidat bupati dan wakil bupati kabupaten Minahasa dapat dikategorikan berjalan dengan baik. Pada proses berjalannya masa kampanye terbukti terdapat beberapa gangguan dari intern tim yang memang

sudah ada dari jauh sebelum masa kampanye dimulai seperti yang terdapat pada kelemahan dari pasangan kandidat yaitu kesalahan bentuk dukungan dari parpol yang tidak menguasai kursi parlement pada daerah pemilihan, kemudian karakteristik gaya kepemimpinan dan personaliti dari kandidat bupati yang cenderung tidak stabil secara emosi, tingkat sosialisasi dengan masyarakat yang kurang, serta gangguan pada saat masa kampanye berlangsung seperti strategi politik uang, kampanye hitam, kampanye negatif, kecurangan pada masa tenang dan kekuatan dari incumbent. Tetapi semua masalah dapat diatasi dengan baik oleh tim pemenangan pasangan kandidat melalui rancangan strategi yang disusun sedemikian rupa, tertata baik, dan berjalan lancar, seperti halnya yang terdapat pada pemanfaatan kekuatan oleh pasangan kandidat seperti memanfaatkan kekuatan media massa, jaringan finansial dan kekuatan-kekuatan lainnya, begitu pula dengan pemanfaatan peluang yang ada seperti komunikasi publik, visi-misi, free ride publicity, dan penggunaan jasa riset politik.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Bowo Sugiarto, Oktaviani C Pratiwi dan Andi A Said Akbar (2014) yang meneliti tentang *Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Kepala Daerah*. Simpulan dari penelitian ini adalah, pertama, Calon Bupati yang petahana sebagai Wakil Bupati, seperti Husein, harus melepaskan diri dari bayang-bayang statusnya sebagai orang nomor dua itu agar kritik terhadap kegagalan pemerintahan tidak juga tertuju kepadanya. Kedua, pemilihan isu kampanye sebaiknya disesuaikan dengan kelemahan lawan dan sasaran yang menjadi target utama kampanye. Dalam konteks kemenangan Husein-Budhi, kelemahan lawan adalah sejumlah kegagalan

program Mardjoko, dan sasaran utama adalah masyarakat desa atau kalangan ekonomi lemah. Ketiga, pencitraan diri di media massa juga harus didukung dengan kemampuan pengakaran yang kuat di tingkat akar rumput. Hal itu dapat dilakukan dengan cara membangun jaringan dengan elemen-elemen masyarakat sipil. Keempat, selain urgensi pengakaran partai, pemilukada Banyumas 2013 juga menunjukkan kuatnya peran partai sebagai mesin pemenangan. Kuatnya peran partai itu mensyaratkan adanya konsolidasi internal partai yang mantap. Kelima, informasi tentang prestasi atau kegagalan calon petahana dapat mengkondisikan para pemilih untuk memilih atau tidak memilih calon petahana tersebut.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Budi Nugroho (2017), yang meneliti tentang *Kampanye Politik dan Pemilihan Kepala Daerah*, Hasil dari penelitian tersebut adalah tim pemenangan menggunakan strategi penggunaan iklan politik di media massa karena dengan penggunaan strategi iklan politik di media massa, masyarakat dianggap akan lebih mudah mengenal siapa calon yang diusung tim pemenangan kampanye bersama partai politiknya melalui media massa. Strategi kampanye politik yang kedua yaitu melakukan kegiatan propaganda sebagai alat untuk mempengaruhi masyarakat secara persuasif dengan tujuan masyarakat dapat dipengaruhi melalui iklan politik dan retorika politik saat tim pemenangan melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat melalui juru kampanyenya. Strategi kampanye politik yang ketiga yaitu melakukan pembentukan opini publik dengan cara menggabungkan pesan iklan politik di media massa secara massif dan kegiatan-kegiatan propaganda yang

dilakukan juru kampanye tim pemenangan saat melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ayub Liwang (2016), yang meneliti tentang *Kekuatan Dan Strategi Politik Dalam Pemilukada Analisis Terhadap Kemenangan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa*, Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kekuatan politik merupakan aktor politik maupun lembaga-lembaga yang memainkan peranan dalam kehidupan politik yang bertujuan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan politik. Dari hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa kekuatan politik yang mendukung kemenangan Adnan Purichta–Karaeng Kio dalam pemilihan Bupati Kabupaten Gowa tahun 2015 adalah Klan Politik, Partai Politik, Birokrasi dan Media Massa.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rapika Wulandari (2013). Yang berjudul *Strategi Kampanye Politik Koalisi Partai Pengusung Afi-Mukmin Dalam Pemilihan Gubernur Tahun 2013*, penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam penetapan juru kampanye, tim kampanye pasangan AFI-Mukmin lebih mengedapankan daya tarik figur serta keterlibatan para jurkam tersebut di pemerintahan. Dalam penetapan target sasaran tim kampanye pasangan AFI-Mukmin melakukan survei terlebih dahulu dan menetapkan beberapa target sasaran utama yakni para pedagang-pedagang dan usaha-usaha kecil, pemilih-pemilih muda/ pelajar dan mahasiswa serta masyarakat-masyarakat desa. Pada kampanye politik pasangan AFI-Mukmin, pesan-pesan persuasif terdapat pada slogan mereka yang berbunyi “Membangun Kaltim untuk semua, Lanjutkan dan

Tuntaskan”. Dalam pemilihan media, para tim kampanye memilih untuk menggunakan keseluruhan media yang tersedia. Mulai dari media cetak, media elektronik, media luar ruang, bahkan media social juga mereka gunakan dalam kampanye.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Andriyanus pada tahun 2013 yang meneliti tentang *Faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi politik masyarakat pada pemilihan umum legislative 2009 di Kecamatan Singing Hilir Kabupaten Kuantan Singingi*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Faktor eksternal dan internal mempengaruhi partisipasi politik masyarakat. Namun dilihat dari hasil penelitian bahwa faktor internal lebih dominan yaitu kesadaran politik masyarakat. Faktor eksternal yang berpengaruh adalah perilaku kandidat calon legislatif.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan Hasanuddin tahun 2016, yang meneliti tentang ; “*Peran Partai Politik Dalam Mensukseskan Pilkada Serentak Di Indonesia Tahun 2015*.” Kesimpulan penelitian ini adalah Partai Politik belum benar-benar serius menjalankan fungsinya terutama untuk melahirkan calon-calon pemimpin muda yang kompeten dan mampu survive dengan kondisi Indonesia saat ini. Ini disebabkan oleh mundurnya pengawasan kaderisasi di partai politik.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan Husni Amri pada tahun 2018 yang meneliti tentang ; “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kekalahan M.Amin Dan M. Shaleh Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati*

Kampar Periode 2017-2022". Adapun hasil dari penelitian ini adalah Basis dukungan terdiri dari basis parpol, basis kultural dan basis sosial dan juga dilihat dari Strategi politiknya yaitu komunikasi politik, marketing politik dan kapabilitas tim sukses dengan tujuan untuk memenangkan pasangan M.Amin dan M,Shaleh tidak berjalan maksimal.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah, Hermi Susiatianingsih dan Supratiwi (2014) tentang *kemenangan pasangan Yoyok Riyo Sudibyo dan H. Soetadi SH. MM sebagai Bupati dan Wakil Bupati Batang* adalah merupakan hasil dari daya tarik figur.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan Yovaldri Riki Putra pada tahun 2010 yang meneliti tentang *Optimalisasi Modal Politik Pasangan Ismet Amzis-Harma Zaldi Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2010*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Optimalisasi modal politik pasangan Ismet amzis-Harma zaldi didasarkan pada modal manusia dan modal moral yang dimiliki oleh Ismet Amzis.

Tabel II.I

Tinjauan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITIAN/TAHUN	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1.	Christianto Pontoh (2015)	<i>Strategi Kampanye Pemenangan Bupati Dan Wakil Bupati Terpilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa.</i>	Strategi kampanye pemenangan kandidat bupati dan wakil bupati kabupaten Minahasa adalah dengan memanfaatkan kekuatan media massa, jaringan finansial, komunikasi publik, visi-misi, free ride publicity, dan penggunaan jasa riset politik.
2.	Bowo Sugiarto, Oktaviani C Pratiwi, Andi A Said Akbar (2014)	<i>Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Kepala Daerah</i>	Pemilihan isu kampanye harus disesuaikan dengan kelemahan lawan dan sasaran yang menjadi target utama kampanye. Pencitraan di media massa harus didukung dengan kemampuan pengakaran yang kuat di tingkat akar rumput. Partai berperan penting dalam proses pemenangan. Informasi tentang prestasi atau kegagalan calon petahana dapat mengkondisikan para pemilih untuk memilih atau tidak memilih calon petahana tersebut.
3.	Wahyu Budi Nugroho (2017)	<i>Kampanye Politik dan Pemilihan Kepala Daerah</i>	Kandidat menggunakan strategi penggunaan iklan politik di media massa, melakukan kegiatan propaganda sebagai alat untuk mempengaruhi masyarakat secara persuasif,

			dan juga melakukan pembentukan opini publik dengan cara menggabungkan pesan iklan politik di media massa secara massif dan Kegiatan-kegiatan propaganda yang dilakukan juru kampanye tim pemenangan saat melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat.
4.	Muhammad Ayub Liwang (2016)	<i>Kekuatan Dan Strategi Politik Dalam Pemilukada Analisis Terhadap Kemenangan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa</i>	Kekuatan politik yang mendukung kemenangan Adnan Purichta dalam pemilihan Bupati Kabupaten Gowa tahun 2015 adalah Klan Politik, Partai Politik, Birokrasi dan Media Massa.
5.	Rapika Wulandari (2013)	<i>Strategi Kampanye Politik Koalisi Partai Pengusung Afi-Mukmin Dalam Pemilihan Gubernur Tahun 2013</i>	Tim kampanye pasangan AFI-Mukmin lebih mengedapankan daya tarik figur serta keterlibatan para jurkam di pemerintahan. Dalam penetapan target sasaran tim kampanye pasangan AFI-Mukmin melakukan survei terlebih dahulu dan menetapkan beberapa target sasaran. Dalam pemilihan media, para tim kampanye memilih untuk menggunakan keseluruhan media yang tersedia.
6.	Muhammad Ayub Liwang (2016)	<i>Kekuatan Dan Strategi Politik Dalam Pemilukada Analisis Terhadap Kemenangan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa</i>	Kekuatan politik yang mendukung kemenangan Adnan Purichta dalam pemilihan Bupati Kabupaten Gowa tahun 2015 adalah Klan Politik, Partai Politik, Birokrasi dan Media Massa.
7.	Hasannuddin(2016)	<i>Peran Partai Politik Dalam Mensukseskan Pilkada</i>	Partai Politik belum benar-benar serius menjalankan

		<i>Serentak Di Indonesia Tahun 2015</i>	fungsinya terutama untuk melahirkan calon-calon pemimpin muda yang kompeten dan mampu survive dengan kondisi Indonesia saat ini. Ini disebabkan oleh mundurnya pengawalan kaderisasi di partai politik.
8.	Husni Amri(2018)	<i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kekalahan M.Amin Dan M. Shaleh Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kampar Periode 2017-2022</i>	Basis dukungan terdiri dari basis parpol, basis kultural dan basis sosial dan juga dilihat dari Strategi politiknya yaitu komunikasi politik, marketing politik dan kapabilitas tim sukses dengan tujuan untuk memenangkan pasangan M.Amin dan M,Shaleh tidak berjalan maksimal.
9.	Fitriyah, Hermini Susiatianingsih dan Supratiwi (2014)	<i>kemenangan pasangan Yoyok Riyo Sudibyo dan H. Soetadi SH. MM sebagai Bupati dan Wakil Bupati Batang</i>	Faktor utama penentu kemenangan Kandidat Bupati dan Wakil Bupati adalah daya tarik figur.
10.	Yovaldri Riki Putra (2010)	<i>Optimalisasi Modal Politik Pasangan Ismet Amzis-Harma Zaldi Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2010.</i>	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Optimalisasi modal politik yang dilakukan tim sukses pasangan Ismet amzis-Harma zaldi didasarkan pada modal manusia dan modal moral yang dimiliki oleh Ismet Amzis.

Penelitian ini akan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kemenangan Haryadi Suyuti dan Heroe Poerwadi dalam Pilkada Walikota Yogyakarta tahun 2017 secara komprehensif dan mendalam. Penulis akan

mengkaji Pengaruh modalitas dan Strategi Kampanye tim pemenangan serta signifikansi kedua faktor tersebut dalam memenangkan kandidat. Penulis akan meneliti bagaimana pengaruh dari faktor-faktor tersebut dan juga bagaimana hubungan dan keterkaitan antar faktor yang satu dengan faktor yang lain. Jika dibandingkan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti yang penulis paparkan diatas, posisi penelitian ini sangat jelas, penelitian terdahulu hanya mengkaji strategi pemenangan , strategi kampanye, aspek modalitas kandidat dan strategi pemasaran politik saja, sedangkan penelitian ini mencoba melihat dan menganalisa bagaimana faktor-faktor penentu kemenangan kandidat bekerja dan juga meneliti hubungan atau korelasi antara faktor yang satu dengan yang lain atau dengan kata lain penulis akan membedah dan mengkaji permasalahan penelitian dengan menggabungkan aspek modalitas dan juga strategi kampanye guna menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kemenangan Haryadi-Suyuti dan Heroe Poerwadi dalam Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2017.

2.2 Kerangka Teori

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kerangka teori Modalitas dan Strategi Kampanye, Menurut hemat penulis semua bauran teori diatas dapat digunakan sebagai pisau analisis guna sukesi penelitian ini.

2.2.1 Modalitas

Salah satu teoritikus yang *concern* mengkaji tentang modal adalah Pierre Bourdieu (1986). Ia mengklasifikasikan modalitas kedalam beberapa bagian diantaranya ; modal sosial, modal ekonomi, dan juga modal budaya. Hal tersebut

dengan jelas dan terperinci di ungkapkan Bourdieu dalam karyanya yang sangat terkenal yang berjudul "*the form of capital*". Lebih lanjut, dalam karya tersebut Bourdieu mengungkapkan bahwa modal sejatinya merupakan sesuatu yang dapat mempunyai makna yang luas dan general, modal juga biasanya berkaitan erat sekali atau kerap kali di asosiasikan dengan segala sesuatu yang mempunyai nilai secara simbolik dengan kata lain bersifat material. Selanjutnya, Bourdieu juga mengungkapkan bahwa modal juga dapat dimaknai secara budaya dalam artian segala sesuatu yang berkaitan erat dengan pola konsumsi dan juga selera yang mengandung muatan kebudayaan. Dalam konteks ini Pierre Bourdieu lebih suka menyebut hal tersebut diatas sebagai modal budaya. Modal budaya menurutnya bisa melingkupi banyak aspek seperti; ragam bahasa, kesenian, dan juga pendidikan. Dalam pola relasi hubungan yang transaksional menurut Bourdieu modal dapat berfungsi sebagai perekat atau jembatan bagi sebuah jalinan hubungan sosial, dan modal secara entitas bias berarti sesuat yang berbentuk simbolik maupun berbentuk fisik (*materiil*). Sehingga dengan atau melalui hal tersebut barang atau sumberdaya yang disebut sebagai modal tadi memiliki karakter yang khas dan juga langka sehingga berharga dan mempunyai nilai yang tinggi dalam ranah sosial.

Selanjutnya, Bourdieu mengungkapkan bahwa peran modal dalam kehidupan sosial sangatlah penting. Modal memberikan makna bagi ruang yang melingkupinya. Ruang yang melingkupi modal bagi Bourdieu disebut sebagai ranah. Lebih jauh, modal berkaitan erat dengan dua entitas lain yang tidak kalah penting yakni habitus, dan juga ranah. Secara relasional modal memberi nilai

kemudian nilai tersebut berhubungan dengan kebudayaan dalam suatu habitus dan berbagai karakteristik sosial didalamnya. Relasi kuasa yang bersifat objektif dan memiliki akar secara materi mengisi sebuah ranah. Basis material dari relasi kuasa tersebut juga memberi makna terhadap berbagai modal, sehingga modal tersebut juga dapat di includekan dalam sebuah habitus. Selain itu, modal bagi Pierre Bourdieu (1986) juga merupakan syarat dasar untuk mencapai kekuasaan. Berbagai macam modal dapat di barter antara modal yang satu dengan yang lain, singkatnya, modal bersifat bisa ditukarkan. Dalam modal simbolik terdapat hubungan transaksional yang paling dahsyat, hal ini dikarenakan berbagai macam modal dipandang dan dimaknai sebagai entitas yang bernilai tinggi dengan adanya legitimasi. Sebagai contoh misalnya, agar seorang individu mendapat pengakuan ditengah masyarakat tempat dimana ia tinggal, ia terlebih dahulu harus mempunyai status dan juga *prestige* yang baik, sehingga dalam kondisi dan keadaan yang demikian, individu tersebut bisa mendapatkan kekuasaan untuk mewakili kelompoknya, hingga pada akhirnya melalui serangkaian proses tersebutlah modal dapat menjadi basis dominasi ditengah suatu habitus atau masyarakat.

Namun, didalam tesis atau penelitian ini penulis menggunakan modal sosial, modal politik, dan modal ekonomi sebagai pisau analisis dalam membantu memecahkan permasalahan penelitian. Melalui teori modal politik, modal sosial dan juga modal ekonomi besar harapan penulis segala permasalahan atau *problem* dalam penelitian ini dapat terpecahkan dengan basis dan uraian teoritik yang kuat dan juga analisis yang mendalam. Selain itu, modal politik dalam matriks

pagelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah ditentukan oleh adanya dukungan dan peran serta komponen-komponen politik, ekonomi, dan juga aktivitas figur politik yang bertarung. Berikut penulis paparkan tiga jenis modal yang wajib dimiliki kandidat dalam kontestasi Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

2.2.1.1 Modal Politik

Dalam sebuah pagelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) kontestan atau Calon Kepala Daerah yang bertarung membutuhkan dukungan dari komponen-komponen atau mesin politik. Dalam hal ini mesin politik yang dimaksud penulis adalah Partai Politik. Dalam definisi atau pengertian yang sederhana dan singkat, Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) merupakan ajang atau wadah bagi masyarakat guna menentukan individu-individu yang akan menduduki tampuk kekuasaan dan mewakilkan mereka dalam mengatur dan juga menjalankan sebuah rezim pemerintahan.

Sedangkan Partai Politik, merupakan organisasi politik yang *legitimate* untuk mendorong kandidat Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Kendaraan) dalam berkontestasi di ajang Pemilukada, agar kelak kandidat tersebut dapat menduduki tahta kepemimpinan jabatan politik, dengan jalan dipilih langsung oleh masyarakat melalui gelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada). Hal ini senada dengan yang disampaikan Budiharjo (2000) yang mengungkapkan bahwa Partai Politik

merupakan kumpulan individu-individu yang secara sadar dan terstruktur dalam lembaga yang bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan politik secara sah dan legitimate melalui Pemilihan Umum (Budiharjo, Miriam, 2000;45). Selanjutnya Nursal (2004) menambahkan bahwa Partai Politik merupakan mesin politik yang mempunyai beragam aktivitas politik, dengan tujuan memperoleh kekuasaan, atau berada pada lingkaran kekuasaan politik dan mengendalikannya (Nursal, Adman,2004;33). Jadi dalam sebuah Negara yang menganut faham Demokrasi Partai Politik adalah wadah sekaligus mesin yang sah dan legitimate untuk digunakan guna memperoleh kekuasaan. Titik fokus atau tujuan utama dari berdirinya Partai Politik adalah untuk memperoleh kekuasaan. Selanjutnya manakala kekuasaan tersebut telah didapatkan, maka program-program yang tadinya ditawarkan kepada pemilih bisa dilaksanakan atau di implementasikan. Budiharjo (2000) mengelaborasi beberapa fungsi strategis daripada Partai Politik yakni, Pertama, sebagai sarana sosialisasi politik, Kedua, sebagai media komunikasi, Ketiga, sebagai alat rekrutmen politik dan Terakhir Partai Politik berfungsi sebagai media guna mengatur kepentingan atau bahkan konflik yang terjadi dalam sebuah Negara. Bagi individu atau kader yang tergabung dalam institusi kepartaian wajib memahami fungsi strategis Partai Politik yang diungkapkan oleh Budiharjo diatas biala mau meraih simpati Pemilih.

Dalam Implementasinya, guna memaksimalkan modal politik yang dimiliki para kandidat Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah biasanya akan berusaha untuk memperoleh dukungan sebanyak mungkin dari Partai Politik. Partai yang diutamakan dan diprioritaskan dukungannya biasanya Partai Politik

dengan perolehan kursi legislatif dan perolehan suara yang besar. Namun demikian, kandidat juga hendaknya tidak boleh menggantungkan nasibnya hanya pada koalisi Partai Politik pengusung dan pendukungnya saja, melainkan kandidat tersebut juga hendaknya menggalang dukungan dari kantong-kantong maupun jaringan politik lainnya. Sebab, ruang politik dalam gelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang sekupnya terbilang sempit dan kecil membuat kandidat harus memaksimalkan sumberdaya dan upanyanya, mengingat di Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah pengaruh, ketokohan dari sosok kandidat lebih ditonjolkan dan berpengaruh ketimbang faktor lainnya.

Sejauh ini, definisi mengenai modal politik dalam disiplin ilmu sosial terus berdialektika. Jika dibandingkan dengan modal lainnya, literasi dan juga publikasi yang membahas modal politik bisa dibilang jarang dan juga masih sedikit. Tatkala berbicara mengenai modal, pandangan kita akan tertuju pada karya-karya tentang modal social, modal budaya, modal ekonomi dan juga modal simblolik. Salah satu figure yang *concern* dalam membahas tentang modal adalah pakar sosiologi asal Perancis Pierre Bourdieu (1930-2002), Ia juga dikenal sebagai orang pertama yang mengkaji dan mengklasifikasikan modalitas. Dalam perjalanannya dalam mengkaji modal pandangan dan pemikiran Bourdieu acapkali menemui kritikan lantaran meminggirkan fakta-fakta empirik dan juga Bourdieu dicap terlalu determinan dalam membangun teorinya tentang modal tersebut. Fakta-fakta yang demikian bisa jadi merupakan pangkal yang menyebabkan Bourdieu belum

sempat memberikan analisa dan pandangan yang jelas tentang modal politik. Padahal jika ditelisik lebih jauh, menurut Sudirman Nasir modal politik dan dinamika akumulasi berhubungan erat sebagai siklus dalam kehidupan bermasyarakat.

Masih dalam bahasan yang sama, Casey dalam Nasir (2009) mengungkapkan bahwa modal politik merupakan upaya yang dilakukan kandidat dalam meramu berbagai macam modal yang dipunyai, untuk memperoleh keuntungan secara politis dan juga mengokohkan kedudukan dan posisinya secara politik. Modal politik erat hubungannya dengan pasar politik, karena keduanya saling mempengaruhi. Selanjutnya, terdapat beberapa jenis atau macam pasar politik diantaranya ; (1) Pemilu sebagai ajang atau wadah yang *legitimate* bagi Negara yang mengaut paham Demokrasi, sehingga dengan dilaksanakannya Pemilu terjadi pula sirkulasi kepemimpinan. (2) Formulasi dan Implementasi kebijakan publik (3) Pasang surut dan juga konflik antara pelaku politik dan lembaga maupun organisasi politik ketika formulasi dan implementasi kebijakan publik. (4) Opini atau pandangan masyarakat terhadap actor politik maupun organisasi politik yang terlibat.

Selanjutnya, tindakan politik yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh aktor dan elit politik dan juga organisasi politik akan mendapatkan ganjaran atau *punishment* berupa *image*, reputasi, rasa hormat, dan juga legitimasi dari masyarakat dan menjadi modal simbolik dalam suatu hubungan politik. Merujuk

kepada pendapat pakar seperti Richard dan Booth misalnya yang mendefinisikan bahwa modal politik adalah serangkaian kegiatan dan usaha yang dilakukan oleh masyarakat dalam suatu bangsa agar tercipta suatu sistem yang demokratis dan berdaulat. Pendapat pakar lainnya seperti Misra dan juga Hick memandang bahwa modal politik sebagai segala bentuk atau upaya pendayagunaan segenap sumberdaya yang dimiliki aktor politik agar mendapatkan kedudukan dalam pemerintahan. Singkatnya, modal politik bisa diartikan sebagai kedudukan yang dimiliki seseorang, sehingga dengan adanya kedudukan tersebut individu dan orang yang bersangkutan dapat terbantu dalam memenangkan persaingan di medan politik seperti Pemilu.

Teoritikus lainnya seperti Michael Foucault (1982), berpendapat bahwa kekuasaan yang dalam konteks ini erat kaitannya dengan modal politik merupakan kemampuan guna melakukan beberapa hal dengan leluasa. Saat individu yang satu dengan yang lain saling berhubungan, disitulah kadang kekuasaan diterapkan, Secara praktikal kekuasaan biasanya berperan signifikan dalam mengatur regulasi apa saja yang boleh dan tidak boleh diperbuat, namun dalam wajah yang lain seperti sistem yang bersifat otoriter, hubungan kekuasaan ekstrem di perkuat keberadaannya oleh lembaga-lembaga Negara dan organisasi pemerintah. (Philpot, Simon, 2003 ; 202).

Dalam Negara Demokrasi keberadaan Pemilihan Umum amatlah penting, mengingat jabatan dalam birokrasi perlu pergantian secara periodeik dalam kurun

waktu tertentu. Dan melalui gelaran Pemilihan Umum lah hal tersebut mungkin untuk diwujudkan. Mengingat Pemilihan Umum merupakan wadah yang sah dalam upaya sirkulasi kepemimpinan politik. Tokoh politik atau aktor politik hendaknya mempunyai kelebihan, seringkali dalam beberapa momen Pemilihan Umum terdapat kandidat Kepala Daerah yang mendapatkan dukungan atau usungan dari Koalisi Partai Politik dengan massif. Ada kandidat yang didukung dan diusung oleh Partai dengan perolehan suara dan jumlah kursi yang sangat banyak disbanding pesaingnya. Akan tetapi, hal tersebut tidak serta-merta membuat kandidat yang diusung maupun didukung keluar sebagai pemenang dengan jalan yang mudah. Sebab, biasanya dalam suatu gelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah faktor kualitas dan kapabilitas sosok dan tokoh politik lebih berpengaruh ketimbang persaingan Koalisi Partai yang mendukung kandidat tersebut. Oleh sebab itu, para kandidat dan kontestan Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang bertarung dalam Pemilu, hendaknya juga menggalang dukungan dari komponen-komponen lain dalam lapisan masyarakat seperti misalnya ; Organisasi Masyarakat Keagamaan, Organisasi Masyarakat Profesi, Paguyuban, Kelompok Pemuda dan juga kelompok-kelompok lainnya, agar peluang atau *chance* dari si kandidat untuk menang tetap besar (Haryanto, 2005;73).

Pertarungan dan percaturan politik di aras local dan Daerah biasanya di dominasi oleh para tokoh yang mempunyai jabatan secara politis, dan juga menguntungkan sehingga dengannya mereka berkuasa atas sebagian kalangan

ditengah masyarakat di daerahnya itu. Karenanya, kandidat yang bertarung dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) hendaknya memanfaatkan celah ini, tentunya selain ditopang dengan kualitas pribadi yang baik hendaknya kandidat juga menjalin kerjasama dengan elit-elit politik lain ditingkat local, agar peluang mereka terpilih semakin besar. Elit seperti tokoh agama, birokrat dan pimpinan partai politik dapat menjadi mitra strategis yang dapat memperbesar peluang kandidat dalam meraih simpati pemilih dan memenangkan Pemilukada.

2.2.1.2 Modal Sosial

Individu berhubungan erat dengan lingkungan social tempat dimana ia hidup. Karenanya berbagai background social kandidat seperti ; sosok, kepribadian, kiprahnya ditengah masyarakat, pendidikan dan juga factor lainnya, merupakan aspek penunjang yang menjadi modal social dalam berhubungan dengan masyarakat agar kandidat tersebut dapat mendapatkan kepercayaan. Sebab, secara alamiah dalam bangunan struktur social, seseorang yang dipercaya masyarakat akan menduduki jabatan strategis atau ditokohkan. Sebaliknya, *punishment* merupakan konsekuensi logis yang harus diterima manakala kekuasaan curas dan curang, sebab masyarakat biasanya krisis kepercayaan terhadap sipelanggar. Karenanya, agar kandidat dapat memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) dengan mendapatkan empati dan *trust* dari masyarakat, ia harus mempunyai klasifikasi modal social yang baik seperti : Ketokohan, Kepopuleran, Kedudukan dan lain-lain.

Selanjutnya, secara definitive terdapat dua aliran dari para teoritikus dalam menjelaskan modal sosial. Kelompok dalam aliran pertama mengedepankan pada adanya *network* dalam suatu relasi sosial, sedangkan yang lainnya lebih mengedepankan pada sifat alamiah yang terdapat dalam diri individu ditengah kehidupan sosialnya. Seperti yang dikutip penulis dalam Hermawati menurut beberapa teoritisi menjelaskan tentang modal social dengan berbagai macam pengertian seperti :

- a. Menurut Robert Putnam (1993) Modal social merupakan kesamaan pandangan yang memunculkan kepercayaan dari masyarakat terhadap tokoh yang di idolakan atau dijadikan panutan. Kepercayaan social, nilai-nilai dan norma dalam masyarakat, jaringan, merupakan beberapa hal yang tergabung menjadi institusi sosial dalam upaya perwujudan kebaikan umum. Dalam hubungan dan ikatan antar masyarkat, jaringan social dan juga norma menjadi motor terciptanya produktivitas, sehingga apa yang diharapkan bersama dapat terwujud. Selain itu, hubungan yang demikian juga dapat memberikan manfaat positif yang lain (*undesirable Outcome*).
- b. James Coleman (1999), mengartikan bahwa modal social memiliki dua karakteristik, yang pertama menjadi bagian dari bangunan social dan kedua bertindak sebagai fasilitator perlakuan seseorang dalam kelompok sosialnya. Kontrak sosial dapat dihasilkan dari beberapa unsur modal social seperti : hubungan otoritatif, sanksi dan norma,

harapan dan kewajiban, dan juga kelompok-kelompok sosial. Selanjutnya, Coleman mengklasifikasikan modal social secara ekonomi dan sosiologis yang keduanya berbeda baik dalam dirinya maupun dalam penerapannya dalam hubungan bermasyarakat.

- c. Pierre Bourdieu (1976), Menurut Bourdieu modal sosial merupakan gabungan komponen sumberdaya potensial dan aktual dalam diri individu dan bersumber dari "*Social Network*" yang melembaga dan terjadi secara berkesinambungan dan melalui adanya interaksi. Selanjutnya, Bourdieu memandang modal sosial sangat erat kaitannya dengan modal ekonomi, modal budaya, dan juga modal politik. Secara spesifik Bourdieu memandang modal social dari profit yang diperoleh individu dalam interaksi dan keanggotaannya dalam kelompok sosial maupun dalam sebuah tatanan sosial.
- d. Olson (1982) dan North (1990) memandang aspek lingkungan sebagai sesuatu Nilai dan norma didalam masyarakat tumbuh dan berkembang dipengaruhi oleh keadaan lingkungan. Karenanya, lingkungan social dan politik merupakan modal sosial. Teoritis seperti Coleman dan Putnam mengedepankan pada hubungan interaksi secara horizontal dan vertikal, namun bagi Olson dan North menyempurnakan pandangan tersebut dengan memandang kedudukan secara struktural, relasi antar lembaga formal, misalnya ; birokrat, hukum, konstitusi, kebebasan berpendapat dan juga iklim politik (Hermawati Meffi, 2002 : 3).

Selanjutnya, teroritisi lain seperti Francis Fukuyama mengelaborasi kajian tentang modal social dengan meletakkan kepercayaan sebagai unsur yang dominan dalam sebuah percaturan sosial. Fukuyama memandang modal sosial sebagai kesatuan identitas, keseragaman nilai dan norma, yang dengannya dapat menjadi entitas perekat dalam masyarakat guna mencapai kebaikan bersama yang dikehendaki. Didalam masyarakat, individu atau kelompok social yang mempunyai *trust* yang baik akan menunjang tercapainya tujuan-tujuan yang diinginkan. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan publik yang dicirikan dengan kecurigaan yang berlebih dan juga adanya rasa iri hati menurut Fukuyama diistilahkan dengan *low trust society*. Misalnya seorang legislator yang duduk di DPR ataupun DPRD dikarenakan oleh faktor lain diluar kepercayaan public, niscaya dalam menjalankan tugasnya ketika berhadapan dengan masyarakat ia akan kesulitan. Menurut Francis Fukuyama modal social merupakan suatu kecocokan didalam masyarakat yang disebabkan oleh adanya kepercayaan, atau unit-unit yang menjadi bagian dari masyarakat tersebut. Lebih lanjut, Fukuyama menjelaskan bahwa kecocokan atau kapabilitas tersebut bisa dikelompokkan dari hal-hal yang sederhana dan mendasar dalam unit sosial, pun modal sosial juga tidak sama dengan modal manusia, selama ia bisa di kreasikan dan di transmisikan dengan upaya kebudayaan misalnya tradisi, historis, dan juga agama (*religion*) (Fukuyama Francis, 2002 : 24).

2.2.1.2.1 Tinjauan tentang politik identitas

Secara etimologi identitas menurut Castells seperti yang dikutip penulis dalam Nadjib (2015) bahwa suatu identitas eksistensinya akan muncul manakala melalui

upaya internalisasi dari suatu subyek identitas itu sendiri. Dengan demikian secara sederhana Castells ingin mengungkapkan bahwa identitas sejatinya berawal dari sebuah internalisasi, ia dipengaruhi oleh konsepsi-konsepsi terhadap regulasi yang sudah di implementasikan oleh sebuah lembaga (M. Najib Nurun, 2015; 5).

Suatu identitas dibangun atas dasar faktor-faktor social seperti agama, kebudayaan, sejarah dan lembaga. Hal tersebut disebut fase dasar atau awal yang membentuk *network society*. Setelehnya identitas akan memberi makna atau pengaruh terhadap aspek kehidupan yang lebih luas misalnya kebudayaan, ekonomi, dan juga kehidupan politik.

Muhtar Habodin memandang politik identitas sebagai serangkaian kegiatan politik, pendayagunaan dan mobilisasi identitas politik dan juga identitas social untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Heller politik identitas merupakan suatu kegiatan politik yang menjadikan perbedaan sebagai bagian yang paling penting. Selanjutnya, Morowitz menjelaskan bahwa politik identitas adalah tentang garis demarkasi siapa yang diajak dan tidak diajak (M.Haboddin, 2012 : 4). Sehingga dengan demikian secara garis besar politik identitas bisa difahami sebagai politik tentang perbedaan dan juga sebagai alat untuk memanipulasi agar mencapai tujuan tertentu.

Di Negara kita Indonesia, politik identitas dimaknai sebagai sesuatu yang erat kaitannya dengan faktor kesukuan, keagamaan, ideology, dan juga aliran-aliran yang biasanya mewujudkan melalui elit dan tokoh politik (Syafi'i Ma'rif, 2012 ;15).

Salah satu variabel yang sering dikaitkan dengan politik identitas adalah agama. Agama menjadi landasan pola pikir dan tindakan yang dilakukan oleh kelompok tertentu dalam menjalankan aktivitas politiknya. Keterlibatan agama tersebut biasanya meminggirkan kemungkinan adanya dialog yang bersifat akomodatif, kompromis, dan terbuka. Agama juga biasanya menjadi basis pengakuan dalam menilai suatu kebijakan politik.

Selanjutnya, politik identitas dalam kebudayaan biasanya eksis dalam beberapa wilayah didalam masyarakat seperti ; Pertama, diwilayah pemerintahan, pada praktek ini indicator kelompok tertentu akan meluas eksistensinya karena adanya Negara yang melegitimasi hegemoni tersebut. Kedua, identitas agama politik identitas dalam ranah ini dapat mendelegitimasi peran Negara, bilamana bagian-bagian dari identitas etnis bias diredam. Selanjutnya yang terakhir, adalah identitas didalam hokum, disini terjadi kolaborasi antara yang pertama dan kedua, sebab setiap identitas mempunyai regulasi sendiri-sendiri, sehingga karenanya diperlukan sinergi dimana identitas kelompok dapat memasukkan kepentingan identitasnya sendiri melalui upaya yang partikular.

2.2.1.2.2 Tinjauan tentang patronase politik

Hubungan patron-klien menurut Scott dalam Ramli adalah sebuah relasi yang melibatkan dua individu dan dalam penerapannya biasanya salah satu pihak yang lebih dominan dan lebih tinggi kedudukannya secara ekonomi maupun sosial mendayagunakan segenap sumberdaya didalam dirinya guna melindungi serta menguntungkan pihak lain yang kedudukannya berada dibawah dia. Sehingga

dalam suatu momen niscaya pihak yang kedudukannya lebih rendah tadi (klien) dapat membalas pemberian dari pihak yang kedudukannya lebih tinggi (patron) misalnya melalui jasa, dukungan dan juga bantuan.

Menurut para teoritis social terdapat beberapa alasan yang melandasi terciptanya ikatan atau hubungan patron dan klien. Alasan pertama, hubungan patron klien terjadi disebabkan karena keadaan-keadaan tertentu ditengah masyarakat. Alasan berikutnya, karena relasi patron-klien menjadi landasan penting yang membuat seorang individu tetap bertahan hidup sebagai mahluk social. Dalam konteks ini klien sangat bergantung terhadap bantuan dari patronnya.

Selanjutnya, Scott menambahkan bahwa hubungan patron-klien dipengaruhi keadaan seperti ; Pertama, adanya kesenjangan atau ketimpangan dalam kepemilikan sumberdaya, kekuasaan dan ekonomi. Biasanya seorang patron dalam memperoleh jabatan yang di inginkan lebih mengandalkan kekuatannya (*power*). Kedua, belum terdapat aturan atau regulasi yang dapat memberikan terhadap kekayaan (*royalty*) maupun status sehingga seorang individu dapat merasa aman. Selanjutnya yang terakhir, manakala hubungan kekeluargaan tidak bias dijadikan benteng untuk memberikan rasa aman dan juga sebagai sarana dalam mengembangkan potensi individu.

Dalam konteks patronase politik Shefter dalam Sukmajati dan aspinal mengemukakan bahwa patronase adalah sebuah hubungan yang tercipta atas dasar pembagian keuntungan antara para elit politik guna menyalurkan bantuan secara

pribadi bagi pegiat kampanye, pemilih, dan juga pekerja, agar sang politisi tersebut mendapatkan simpati dan dukungan. Selanjutnya, Hutahrot menambahkan bahwa patronase juga dapat dimaknai sebagai pembagian keuntungan yang dilakukan politisi kepada pemilih dengan cara memberikan keuntungan ekonomi, barang dan jasa, dan juga uang tunai.

Dalam Negara biasanya hubungan atau gejala patronase memberikan efek seperti penguatan hubungan politik (perekat). Contohnya elit politik sebagai patron dengan sumberdaya ekonomi yang melimpah acapkali mendominasi dan memegang peranan penting dalam setiap percaturan politik sehingga hubungannya dengan konstituen mereka saat pemilu (klien) bias menjadi perekat atau penguat ikatan politik diantara mereka. Hal tersebut biasanya diwujudkan dengan memberikan profit dan hal lain kepada klien sedang klien akan membalasnya dengan dukungan dan loyalitas.

Disisi lain, pemilihan Kepala Daerah secara langsung telah melahirkan beberapa konsekuensi logis seperti melanggengkan budaya patronase ini. Rasionalisasi dari hal ini adalah para elit politik yang pada periode ini terpilih menjadi Kepala Daerah akan berupaya sekuat tenaga untuk mendayagunakan segenap sumberdaya yang dimiliki seperti kedudukan dan jabatannya agar ia dapat terpilih kembali dalam Pemilihan Umum di periode berikutnya. Hal ini di elaborasi oleh Agustino (2014) sebagai upaya “ Incumbent” untuk memperkuat kekuasaannya dengan cara mendistribusikan sumberdaya publik, dan institusi pemerintah untuk menjadi alat pertukaran yang menguntungkan dalam suatu tujuan dan disaat diperlukan (Leo Agustino, 2004 ; 2).

Selanjutnya, ditilik dari imbalan yang didapatkan klien dan patron ada dua hal yang menjadi catatan penting. Pertama, imbalan patron hanya bisa diberikan individu dengan kedudukan yang lebih tinggi, sebaliknya imbalan klien kepada patron bisa diberikan oleh siapa saja tanpa klasifikasi lebih jauh.

Modal social adalah dukungan figure kandidat yang disebabkan karena ketokohnya sehingga memunculkan rasa percaya dari masyarakat yang tercipta dari relasi social dan keberadaan jaringan yang mendukungnya.

2.2.1.3 Modal Ekonomi

Modal ekonomi berperan penting dalam pagelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada). Setiap kandidat yang akan berkontestasi memerlukan persiapan modal ekonomi yang banyak, sebagai biaya operasional dalam berkampanye, konsolidasi politik, dan untuk menjaga agar kandidat tersebut dalam pagelaran Pilkada dapat tetap mempunyai peluang memenangkan kontestasi.

Secara mendasar, Modal ekonomi secara definitif didasarkan atas barang yang bernilai ekonomis dan ditandai melalui mata uang. Pandangan ekonomisme memandang modal sebagai sebuah investasi yang diberikan oleh individu yang satu kepada individu yang lain, selanjutnya investasi tersebut bias di barter dengan bentuk keuntungan lain materiil maupun materiil (jasa).

Dewasa ini, peran modal ekonomi dalam kontestasi politik seperti pagelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) sangatlah dominan. Modal ekonomi berfungsi sebagai sumberdaya

bagi keberlangsungan jalannya tim kampanye. Modal ekonomi dapat digunakan untuk berbagai keperluan seperti ; mencetak spanduk, mencetak baliho dan juga memasanginya, kalendernya untuk beriklan di Televisi atau Radio, serta bisa juga digunakan untuk konsolidasi tim sukses dan mobilisasi massa.

Selain itu, modal ekonomi juga menjadi magnet manakala kandidat tersebut notabene tidak memiliki Partai Politik, sehingga para Parpol berlomba-lomba memenangkan si kandidat. Sejak zaman dahulu kala, perbincangan mengenai modal ekonomi selalu ramai, hingga muncullah tokoh-tokoh terkenal seperti Karl Marx, Adam Smith, Stuart Mills dan lain-lain. Sebagian besar ekonom tersebut berpendapat bahwa modal ekonomi adalah sejumlah sumberdaya finansial (uang) yang bisa dipakai untuk mendatangkan alat produksi, atau uang tersebut dapat ditabung sebagai sebuah investasi bagi kehidupan mendatang.

Modal ekonomi dalam ide dan penerapannya acapkali disamakan dengan konsep kapitalisme. Stuart Mills dalam Bunga (2008) misalnya memandang bahwa capital sebagai; Pertama, benda materiil yang dikelola untuk dapat menghasilkan barang lainnya. Kedua, sebuah sumberdaya (uang) untuk membayar atau menggaji pekerja. Selanjutnya, Karl Marx dalam "Capital" menambahkan bahwa terdapat beberapa unsur penting dalam upaya produksi salah satunya modal secara materi yang diperuntukkan untuk mendatangkan barang lainnya, sedan factor atau unsur lainnya adalah buruh, serikat, dan juga penguasaan atas tanah.

Pagelaran Pemilu dengan durasi yang singkat dalam konteks pelaksanaan kampanye meniscayakan modal ekonomi dan modal politik untuk berkolaborasi dan saling terkait satu sama lain. Pengejawantahan dari hal ini adalah penggunaan politik uang sebagai jalan pintas untuk meraih meraih simpati pemilih praktik-praktik yang demikian biasanya terjadi dalam Negara yang belum maju secara ekonomi dan juga secara politik dan ketatanegaraan sehingga pemilihnya masih irasional. Keputusan memilih masyarakat dalam pandangan kolaboratif ekonomi dan politik dimaknai sebagai preferensi memilih pribadi yang digabungkan dengan keputusan memilih masyarakat secara umum.

Dominanya peran modal ekonomi membuat calon yang berkontestasi wajib membangun relasi dengan penguasha atau kaum pemodal lain yang notabene matang secara basis ekonomi sehingga dalam penerapan kampanyenya kandidat tersebut dapat terbantu dalam menarik simpati pemilih. Kenyataan yang demikian membuat pendewasaan kehidupan Demokrasi diaras lokal kian diuji. Habodin dan Sahdan menguraikan 3 alasan mengapa gelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) memerlukan biaya yang banyak diantaranya;

1. Partai Politik sebagai mesin politik dan prasyarat Calon agar dapat mengikuti Pemilukada memasang tarif yang tidak sedikit jumlahnya bagi kandidat. Malahan jumlah dana yang digelontorkan dapat bertambah jika si Kandidat bukan berasal dari Partai Politik tersebut, sehingga untuk membuat Parpol mau mengusung dan mendukungnya kandidat harus menyumbangkan sejumlah uang.

2. Perkembangan dan kemajuan teknologi meniscayakan mahal biaya kampanye, misalnya kandidat memasang dan menyewa tempat untuk Baliho, untuk beriklan di Televisi, beriklan di Stasiun Radio, yang sudah barang tentu membutuhkan ongkos yang sangat mahal.
3. Maraknya politik uang yang disebabkan oleh masyarakat yang masih belum rasional dalam menentukan pilihannya. Sehingga, memicu kandidat lain yang tadinya berkampanye secara sehat untuk mengimbangi upaya yang dilakukan oleh pesaingnya, hal ini mereka lakukan agar peluang untuk memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah tetap terbuka lebar.

Selanjutnya, berdasarkan penggunaan dan juga sumbernya dana politik sebagai instrument pokok yang dibutuhkan kandidat dalam Pilkada di klasifikasikan oleh Mouchtar dan Sahdan yakni ;

1. Berdasarkan asal muasal dana politik, biasanya bersumber dari sumbangan kandidat serta kolega politiknya yang menjadi donator. Melalui dana politik juga biasanya para simpatisan dan juga masyarakat mengkongkretkan dukungannya terhadap suatu calon.
2. Dana politik dalam penggunaannya di klasifikasikan berdasarkan tujuan utama penggunaan ataupun pengeluarannya. Biasanya dana politik digunakan untuk kebutuhan operasional kampanye, baik itu logistic seperti biaya pemasangan baliho, biaya kandidat untuk beriklan di stasiun radio dan televisi, biaya untuk konsolidasi Tim Sukses dan juga untuk

memobilisasi pemilih dengan upaya politik uang (Gregorius, Habodin, dan Syahdan, 2009 ; 45).

2.2.2 Strategi dalam Kampanye Politik

Dalam sebuah pagelaran Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) di aras politik local, diperlukan selain modalitas yang mendukung juga strategi kampanye yang baik. Sebab peran strategi yang kian penting dalam pelaksanaannya diperlukan penanganan yang seksama, sebab jika hal yang demikian terabaikan maka kandidat dan tim suksesnya akan mengalami kerugian secara tenaga, waktu, maupun finansial. Karenanya, perlu kiranya pemahaman yang mendalam dan kontinyu bahwa gelaran kampanye dilakukan untuk memenangkan kandidat yang berkontestasi dengan jalan Pemilukada dan dipilih secara langsung oleh rakyat didalam bilik suara.

Karenanya agar kandidat bisa memenangkan Pilkada dan tujuan politiknya tercapai hendaknya kandidat mempelajari dan menerapkan stratefi kampanye yang diformulasikan oleh pakar komunikasi politik Hafid Cangara. Menurut Cangara ada 4 fase yang harus dilakukan atau dilalui kandidat dalam meramu strategi saat melakukan kampanye yakni ;

2.2.2.1 Penetapan Komunikator

Dalam Kegiatan kampanye politik, peran komunikator memegang signifikansi yang besar. Ketika berinteraksi dengan masyarakat misalnya, komunikasi menjadi ujung tombak tim pemenangan yang menjembatani ide dan visi kandidat dengan masyarakat maupun konstituen Partai Politik. Karenanya, apabila kandidat menghendaki kemenangan dalam pagelaran Pilkada, maka konsekuensi logisnya

ia harus memilih komunikator yang tepat untuk menjadi juru kampanye. Sebab jika kandidat tersebut salah dalam memilih komunikator sebagai juru kampanye maka hasil yang didapatkan pastilah akan kurang maksimal dan jauh dari yang diharapkan. Karenanya dalam memilih komunikator hendaknya kandidat menjadikan preferensi hal-hal seperti ; adanya kemampuan komunikasi yang baik yang dimiliki, si komunikator juga hendaknya mempunyai ide dan gagasan yang banyak, dan terakhir sang komunikator juga hendaknya merupakan figure yang kreatif, dan juga inovatif sehingga dapat menjawab tantangan-tantangan yang ada didalam masyarakat saat berkampanye.

2.2.2.2 Menetapkan target sasaran

Saat momentum kampanye digelar pada suatu pagelaran pilkada masyarakat menjadi obyek atau target yang akan disasar oleh kandidat guna mendulang suara. Karenanya, pengertian dan pemahaman yang baik tentang masyarakat sangat diperlukan. Apa yang dilakukan kandidat dan tim suksesnya semata hanya untuk masyarakat. Sebab melalui tangan masyarakatlah kandidat bisa dikatakan memenangkan Pilkada dengan jalan dipilih. Kandidat juga perlu focus dalam memahami masyarakat baik itu harapan, maupun perilakunya. Terakhir, dengan alasan efektifitas dan efisiensi sumberdaya hendaknya kandidat dan tim suksesnya menentukan kelompok masyarakat mana saja disasar. Hal ini perlu dilakukan mengingat sumberdaya yang dimiliki kandidat terbatas dan juga mencegah terjadinya pemborosan anggaran.

2.2.2.3 Menyusun pesan kampanye

Menyusun pesan kampanye perlu dilakukan mengingat apalah arti interaksi dan komunikasi dengan masyarakat jikalau kandidat dan tim suksesnya tidak mempunyai pesan dan juga program yang akan ditawarkan untuk masyarakat. Sebab, hanya dengan pesan yang baiklah benak dan hati masyarakat sebagai pemilih bisa diketuk agar mau memilih kandidat tersebut. Ada 4 hal yang perlu di perhatikan kandidat dan tim suksesnya dalam memformulasikan pesan yang akan disampaikan pada masyarakat yakni ; Pertama, Kandidat dan Tim Sukses hendaknya memahami betul makna pesan yang akan mereka sampaikan kepada masyarakat, termasuk didalamnya struktur penyusunan pesan tersebut. Kedua, pesan yang akan disampaikan hendaknya berdasarkan atas fakta, serta informasi yang valid, agar pesan tersebut logis mengandung kebenaran serta bukan hoax. Sehingga pesan yang disampaikan tersebut masuk akal karena didukung oleh fakta dan data yang valid dan dapat dipercaya. Ketiga, Komunikator yang akan menyampaikan pesan hendaknya menguasai seni retorika yang pandai memainkan intonasi dalam berbahasa serta didukung oleh gesture yang dapat membangkitkan antusias khalayak. Terakhir, komunikator dan pesan yang disampaikan hendaknya mengandung unsur komedi dan humor agar masyarakat yang mendengarkan tidak merasa jenuh dan bosan. Selanjutnya, pesan dapat digolongkan menjadi 3 macam jika dilihat dari cara pesan tersebut di sampaikan yakni ; Pesan yang di sampaikan dengan cara persuasif, pesan yang disampaikan dengan cara propaganda dan terakhir pesan yang di sampaikan untuk menginformasikan atau memberi informasi.

2.2.2.4 Memilih media yang digunakan

Pemilihan media dalam kampanye politik perlu mendapat perhatian serius. Kandidat dan Tim Suksesnya tidak boleh memandang hal ini sebelah mata. Hal ini mengingat sebaik apapun pesan dan komunikator kampanye akan kurang efektif apabila media yang dipilih salah atau kurang tepat. Banyak rupa dan jenis media yang bisa dipakai dalam pagelaran Pilkada saat berkampanye misalnya ; Media cetak seperti Koran dan majalah, Media elektronik seperti stasiun Televisi dan Radio, Media sosial seperti Whatsapp, Twitter dan Facebook atau bisa juga dengan cara bertatap muka secara langsung dengan pemilih misalnya dilapangan terbuka.

2.2.3 Pemilukada

2.2.3.1 Pengertian Pemilukada

Dalam sebuah Negara yang menganut paham Demokrasi pagelaran Pemilu menjadi suatu hal yang amat penting. Melalui pelaksanaan Pemilu lah sirkulasi kepemimpinan dalam pemerintahan bisa dilakukan. Karenanya Budiardjo (2008) mengemukakan bahwa: ‘‘Dalam Negara Demokrasi Pemilu menjadi penting karena ia adalah indikator dan tolak ukur baik atau tidaknya penerapan Demokrasi di Negara tersebut (Miriam Budiardjo, 2008 ;105). Selanjutnya, di Indonesia Pemilihan Umum di klasifikasikan kedalam 3 jenis yakni ; (1). Pemilu Parlemen (DPR, DPRD, dan DPD), (2). Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, (3). Pemilihan Umum Kepala Daerah dan juga Wakil Kepala Daerah. Selanjutnya, menurut PP No.5 Tahun 2005 bahwa Pemilihan Umum Kepala

Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang selanjutnya disebut Pemilukada adalah wadah atau ajang pelaksanaan kedaulatan rakyat di level Provinsi, Kabupaten, dan Kotamadya yang dilandasi Pancasila dan UUD 1945 untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Mengenai mekanisme Pemilukada yang dipilih secara langsung oleh rakyat secara lebih rigit dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004. Kepala Daerah merupakan Kepala Pemerintahan di tingkat Daerah dengan mekanisme pemilihan yang demokratis. Lebih lanjut pemaknaan tentang mekanisme pemilihan yang dipilih secara langsung oleh masyarakat ini dikarenakan bahwa menurut UU No.32 Tahun 2003 bahwa Dewan Perwakilan Rakyat Daerah tidak mempunyai tugas serta wewenang untuk melakukan pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Dengan demikian, disepakatilah secara bersama antara DPR, DPD, MPR serta DPRD bahwa Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dilakukan dengan demokratis melalui metode pemilihan langsung oleh rakyat.

Sementara itu, erat kaitannya dengan proses pendewasaan dalam kehidupan demokrasi di republik ini, Undang-undang No.32 Tahun 2004 tersebut kemudian mengalami perubahan atau amandemen. Lahirnya Undang-undang No.12 Tahun 2008 disebabkan atau dilatarbelakangi karena pada UU No.32 Tahun 2004 terdapat keterbatasan misalnya dalam pasal 52 ayat 2 yang berbunyi ‘ Pasangan Calon sebagaimana yang dimaksud dalam ayat 1 diajukan oleh Partai Politik atau gabungan Partai Politik’’. Pasal tersebut sesungguhnya membatasi ruang gerak individu atau calon yang bukan diusung oleh Partai Politik atau koalisi Partai

Politik untuk berpartisipasi dalam Pilkada. Sehingga, muncullah kemudian Undang-undang Tahun 2008 Nomor 12 yang berbunyi dalam salah satu pasalnya mengatur tentang pencalonan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Sehingga tiap Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dapat mencalonkan diri tanpa melalui dukungan Partai Politik (independen). Lebih jauh, Calon independen tersebut harus mendapatkan atau mengumpulkan KTP dan dukungan tertulis dari masyarakat atau pemilih sebagai syarat untuk mencalonkan diri.

Pembenahan di tubuh Demokrasi dalam Negara Indonesia terus dilakukan. Buah dari upaya tersebut adalah lahirnya UU Nomor 8 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang dilakukan secara serentak di Seluruh Indonesia. Pilkada serentak periode pertama dilaksanakan pada tahun 2015 dan di ikuti oleh 272 daerah, setelahnya pada tahun 2017 Pilkada langsung serentak periode berikutnya kembali digelar yakni pada tahun 2017 dan di ikuti oleh 101 Daerah. Dan Pilkada Kota Yogyakarta pada pada Tahun 2017 lalu termasuk kedalam gelaran Pilkada langsung serentak jilid II di seluruh Indonesia. Hal ini sesuai dengan penelitian terhadap pemilih di italia pada tahun 2000-an bahwa dengan dilaksanakannya Pilkada serentak dapat memberikan dampak positif pada meningkatnya partisipasi pemilih (Bracco Emanuele & Reffeli Feredico 2017).

2.2.3.2 Tujuan Pelaksanaan Pemilukada

Sebelumnya, Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang dipilih oleh DPRD Tingkat II, memiliki banyak masalah. Selain rawanya

KKN dan juga rawannya politik transaksional di aras local, Pilkada yang tidak langsung juga sesungguhnya bertolak belakang dengan semangat demokrasi. Nyawa demokrasi adalah kedaulatan rakyat dan sejak gelaran Pilkada dipilih oleh DPRD tingkat II nyawa tersebut seolah hilang. Sehingga, disepakatilah guna menciptakan iklim demokrasi yang sehat, dengan rakyat yang berdaulat UU no.22 Tahun 1999 perlu di amandemen. Lebih lanjut, Ma'ruf dalam Wahidin mengungkapkan beberapa landasan pelaksanaan Pilkada dengan mekanisme dipilih langsung oleh rakyat diantaranya ;

1. Pelaksanaan Pilkakada secara langsung merupakan pengejawantahan amanat konstitusi dan UUD 1945 utamanya pasal 14 ayat 4.
2. Dengan dilaksanakannya Pilkakada secara langsung diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat yang utamanya lahir pasca reformasi bergulir. Isi tuntutan tersebut adalah Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung, mengingat lembaga tinggi Negara yang lain seperti Presiden, DPD, DPR, dan DPRD sudah dipilih langsung oleh rakyat.
3. Pelaksanaan Pilkada secara langsung dapat menjadi wadah pendidikan politik, serta pendewasaan demokrasi bagi masyarakat.
4. Dengan dilaksanakannya Pilkada secara langsung diharapkan iklim dan pendewasaan semangat desentralisasi semakin menguat.
5. Pilkada langsung dapat menciptakan (create) figur-figur politik dari level yang paling kecil, sebelum beranjak menuju tingkat Nasional (Syamsul Wahidin, 2008 ; 138).

Sedangkan menurut Kristina (2005) Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah mempunyai tujuan sebagai berikut ;

1. Dengan dilaksanakannya Pemilukada, maka konflik kepentingan dari masyarakat otomatis berpindah kepada lembaga-lembaga pemerintah sehingga kesatuan dan persatuan dalam tubuh masyarakat menjadi semakin erat.
2. Melalui pelaksanaan Pemilukada diharapkan dapat mengkader tokoh-tokoh politik, menyeleksi, dengan cara para elit local tersebut berlomba-lomba menciptakan kebijakan yang baik untuk kesejahteraan masyarakat,
3. Pemilukada adalah pengejawantahan Demokratisasi, melalui Pemilukada Negara atau Pemerintah dapat menggerakkan dan memobilisasi masyarakat untuk ikut serta berpartisipasi dan ambil bagian dalam pagelarannya (Kristina,2005 : 39).

2.2.3.3 Asas Penyelenggaraan Pemilukada

Penyelenggaraan Pemilukada sebagai salah satu upaya untuk mengokohkan sistem Demokrasi, mempunyai beberapa asas dalam pelaksanaannya. Terdapat 6 (enam) asas dalam penyelenggaraan Pemilukada diantaranya ;

1. Pemilukada bersifat langsung artinya, bahwa masyarakat yang berada ditingkat Daerah bisa menggunakan hak pilihnya untuk memilih

pemimpin yang mereka kehendaki dengan langsung dan tanpa diwakilkan oleh pihak manapun.

2. Umum, yang mempunyai maksud segenap warga Negara maupun masyarakat sipil dapat berpartisipasi dalam Pemiluakada dan memilih pemimpin yang dikehendaki ansalkan tidak melanggar ketentuan perundang-undangan.
3. Pemiluakada bersifat bebas artinya, segenap warga Negara berahak berpartisipasi memilih pemimpin yang dikehendaki sesuai dengan hati nuraninya dan tanpa paksaan atau intimidasi dari pihak lain.
4. Rahasia, setiap pilihan rakyat dalam pelaksanaan Pemiluakada dijamin kerahasiannya, atau tanpa diketahui oleh pihak manapun.
5. Jujur, setiap pagelaran Pemiluakada mengharuskan semua stake holder yang terlibat didalamnya wajib bersifat jujur baik itu pihak penyelenggara maupun masyarakat yang berpartisipasi.
6. Adil, mempunyai makna bahwa pihak penyelenggara seperti KPU dan Badan Pengawas harus menjamin terciptanya rasa keadilan dalam penyelenggaraan Pilkada sehingga pasangan calon dan masyarakat sebagai partisipan dapat merasakan damai dan hikmadnya pelaksanaan Pemiluakada (Prihatmoko, 2005 ;24).

2.2.3.4 Proses dan tahapan dalam Pagelaran Pemiluakada

Menurut Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui yakni persiapan dan pelaksanaan. Adapun dalam masa persiapan adalah sebagai berikut ;

1. DPRD melakukan pemberitahuan kepada Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang sedang menjabat tentang akan berakhir atau selesainya masa jabatan.
2. DPRD melakukan pemberitahuan lebih lanjut kepada pihak penyelenggara Pemilu ditingkat lokal yakni KPUD tentang berakhirnya masa jabatan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah seperti yang disebutkan dalam poin pertama.
3. Fase selanjutnya yakni perencanaan dalam penyelenggaraan Pemilukada, yang dimana bagian dari hal tersebut adalah mekanisme pemilihan serta jadwal dilaksanakannya Pemilukada.
4. Dibentuknya pihak penyelenggara yang terdiri dari panitia pengawas, PPK, KPPS, dan PPS.
5. Fase terakhir dalam masa persiapan adalah pemberitahuan dan juga pendaftaran bagi pemantau.

Selanjutnya, setelah melalui serangkaian proses tahap persiapan fase selanjutnya dalam matriks penyelenggaraan Pemilukada adalah masa pelaksanaan yang terdiri dari ;

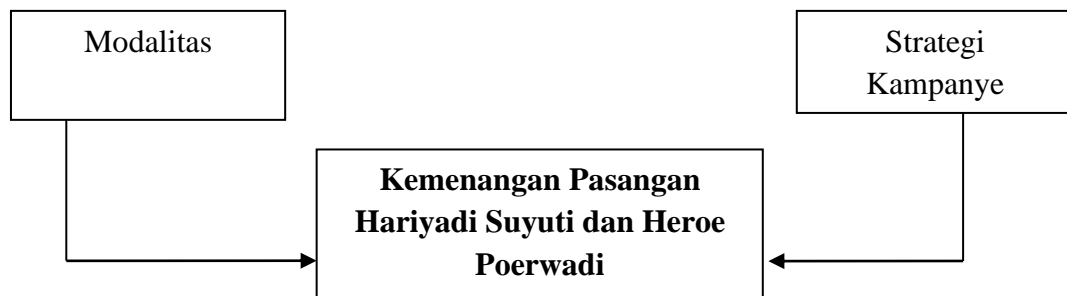
1. Melakukan penetapan terhadap daftar pemilih dalam masyarakat.
2. Pendaftaran dan penetapan Calon Kepala Daerah dan Wakilnya yang akan berkontestasi dalam Pemilukada.
3. Masa Pelaksanaan Kampanye yang dilakukan oleh Paslon.
4. Masa pemungutan dan atau pengambilan suara.
5. .Perhitungan suara yang dalam hal ini dilakukan oleh KPUD

6. Fase terakhir adalah penetapan Paslon Kepala Daerah dan juga Wakil Kepala Daerah yang terpilih, lalu pengesahan dan kemudian terakhir pelantikan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah bagan kerangka pemikiran dalam penelitian ini :

Bagan 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Definisi Konseptual

Definisi Konseptual dalam penelitian ini adalah:

1. Modalitas merupakan sumberdaya dasar yang dimiliki oleh pasangan calon untuk memenangkan pemilu kepala daerah, modal tersebut dibagi menjadi tiga bagian yakni modal politik, modal sosial, modal budaya dan modal ekonomi.
2. Strategi Kampanye, adalah strategi kandidat dalam merumuskan dan menyampaikan pesan politik kepada pemilih, agar pemilih mau memilih mereka.

3. Pemilukada adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan/atau kabupaten/kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

2.5 Definisi Operasional

Definisi operasional yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah;

1. Modalitas

a. Modal Politik

- 1). Kepemilikan jabatan politis
- 2). Adanya dukungan dari parpol tertentu
- 3). Adanya tim sukses yang solid

b. Modalitas Sosial

- 1). Adanya kepercayaan dari masyarakat
- 2). Adanya interaksi sosial
- 3). Adanya jaringan-jaringan yang mendukung

c. Modal Ekonomi

- 1). Adanya dukungan dana
- 2). Adanya kepemilikan alat produksi (perusahaan)

2. Strategi kampanye

- 1) Menetapkan target sasaran
- 2) Menyusun pesan-pesan kampanye
- 3) Memilih media yang akan digunakan