

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan Umum (Pemilu) menjadi konsensus politik nasional sebagai salah satu instrumen untuk mendorong proses demokratisasi di Indonesia. Chusnul M, dan Reni S, (2013: 101) mengatakan bahwa pemilu merupakan salah satu syarat untuk dikatakan suatu negara menganut sistem demokrasi, dengan pemilu akan dapat mewujudkan kedaulatan rakyat, pemerintah yang memiliki kredibilitas, memahami aspirasi rakyat, serta terjadinya regenerasi kepemimpinan kepala daerah. Pentingnya format pemilu dalam suatu negara yang demokratis akan membawa dampak perubahan dan pengaruh secara mendasar kepada rakyat dalam jangka waktu tertentu baik secara nasional maupun lokal.

Berdasarkan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, dan Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah, merupakan tonggak baru penegakan kedaulatan rakyat daerah di Indonesia. Kedua produk perundangan tersebut memuat ketentuan mengenai Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung (Prihatmoko, 2005: 33). Dengan lahirnya UU No. 32/2004 dan PP No. 6/2005, sebagaimana disebutkan di atas, akhirnya Pilkada langsung merupakan keputusan hukum yang harus dilaksanakan dengan pemilihan langsung, yang menggunakan asas-asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Pilkada langsung layak disebut sebagai

sistem rekrutmen pejabat publik yang hampir memenuhi parameter demokratis (Prihatmoko, 2005: 19).

Kemudian Pilkada langsung sebagai sebuah cara baru yang bermakna bagi proses konsolidasi demokrasi di tingkat lokal. Pilkada langsung akan membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat dalam proses demokrasi untuk menentukan kepemimpinan politik di tingkat lokal (Utomo, 2010: 3). Pelaksanaan Pilkada langsung bertujuan untuk menguatkan legitimasi politik penguasa di tingkat lokal. Pemimpin lokal membutuhkan legitimasi tersendiri dengan dipilih sendiri oleh rakyat dan mereka juga wajib bertanggungjawab kepada rakyat. Pilkada langsung juga merupakan wujud nyata asas responsibilitas dan akuntabilitas (Agustino, 2009: 126). Dalam konteks ini negara memberikan kesempatan kepada masyarakat di daerah untuk menentukan sendiri pemimpin mereka, serta menentukan sendiri segala bentuk kebijaksanaan yang menyangkut harkat hidup masyarakat daerah.

Selanjutnya dikeluarkannya putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Nomor 5/PUU-V/2007 tentang putusan perkara permohonan pengajuan UU No. 32/2004 yang pada dasarnya merupakan putusan untuk melegitimasi secara tegas posisi calon perseorangan¹ untuk dapat maju dalam sebuah pemilihan kepala daerah

¹ Wacana calon perseorangan muncul pertama kali di Aceh. Latar belakang kemunculannya karena sejarah sosio-politik Aceh yang begitu kompleks, sehingga pemerintah pusat memberikan otoritas kepada Aceh untuk pemilihan kepala daerah melalui jalur perseorangan. Pengesahan ini berdasarkan Undang-Undang No 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh. Aceh merupakan daerah pertama yang melaksanakan pemilihan Gubernur dengan melibatkan calon perseorangan pada tahun 2006, yang menempatkan pasangan Irwandi Yusuf & Muhammad Nazar, mantan anggota Gerakan Aceh Merdeka (GAM) sebagai Gubernur dan Wakilnya. Seiring berjalannya waktu banyak daerah lain juga menuntut hak yang sama yakni diperbolehkannya calon perseorangan untuk ikut berpartisipasi dalam pemilihan kepala daerah.

(Gubernur, Walikota, dan Bupati) tanpa partai politik. Putusan MK tersebut merupakan langkah maju dari pelebagaan demokratisasi baik secara nasional maupun lokal. Secara sederhana, pengertian calon independen yang dimaksud di dalam keputusan Mahkamah Konstitusi adalah calon perseorangan yang dapat berkompetisi dalam rekrutmen pencalonan kepala daerah dan wakil kepala daerah melalui mekanisme Pilkada tanpa mempergunakan partai politik sebagai media perjuangannya (Kartika, 2010: 11).

Sebagai jaminan konstitusional atas hak perseorangan untuk dapat dicalonkan sebagai calon independen, maka putusan MK tersebut membutuhkan perangkat hukum berupa revisi terhadap UU No. 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah yang di dalamnya telah secara tegas mengatur hak-hak calon independen. Landasan hukum mengenai calon independen ini pun semakin menguat pasca dikeluarkannya UU No. 12/2008 yang secara lebih rinci mengatur mengenai persyaratan calon independen untuk dapat maju dalam Pilkada.

Diberlakukannya UU No. 12/2008 tentang perubahan kedua atas UU No. 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah, bahwa pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dapat diusulkan oleh partai politik, gabungan partai politik, atau perseorangan (independen) yang didukung oleh sejumlah orang yang memenuhi persyaratan. Sejalan dengan dikatakan Croissant (2004: 178) sebagai bentuk dari transisi demokrasi, bahwa demokrasi bergerak dalam menentukan bentuknya. Berdasarkan Undang-undang tersebut peluang melalui jalur

Tuntutan ini menemukan momentumnya ketika dikeluarkannya putusan MK Nomor 5/PUU-V/2007.

independen (perseorangan) bagi masyarakat umum menjadi kepala daerah semakin besar dan terbuka, karena calon kepala daerah tidak lagi harus dari partai politik.

Calon independen harus mempunyai kompetensi yang baik, sehingga jika terpilih menjadi kepala daerah dan wakil kepala daerah dapat melaksanakan tugasnya sesuai dengan kapasitas dan kapabilitasnya sebagai pemimpin (Ulfah, 2012: 21). Keberadaan calon independen dalam Pilkada kedepan akan memberikan nuansa baru dalam pelaksanaan demokrasi. Diharapkan dengan kehadiran calon independen dalam Pilkada, dapat mengurangi konflik dan sengketa yang umumnya diakibatkan ketidakpuasan terhadap Pilkada yang dianggap tidak mewakili aspirasi rakyat.

Kemunculan calon independen pada Pilkada bisa jadi merupakan manifestasi dari kegelisahan masyarakat terkait proses demokrasi elektoral selama ini yang menempatkan partai politik sebagai aktor utama. Rendahnya kepercayaan rakyat pada partai politik dapat pula menjadi faktor meningkatnya dukungan terhadap calon independen (Ulfah, 2012: 24-25). Hadirnya calon independen menurut Siti Zuhro (Sindonews, 2 Januari 2017) merupakan akibat dari turunnya kepercayaan rakyat terhadap partai politik. Pada akhirnya akan menumbuhkan deparpolisasi dan delegitimasi akibat perbuatan atau ulah partai politik itu sendiri. Kehadiran calon independen sesungguhnya merupakan tantangan bagi partai politik untuk memperbaiki diri. Artinya partai politik harus melakukan perubahan dan terobosan jika tidak ingin hilang atau ditinggalkan pemilih (deparpolisasi).

Walaupun telah dibuka kesempatan bagi calon independen untuk maju sebagai calon kepala daerah, namun pada prakteknya menjadi calon kepala daerah independen bukanlah hal yang mudah. Calon independen harus mampu memproduksi sebuah mesin politik baru untuk menuju ke tampuk kepemimpinan lokal. Meskipun pada kenyataannya calon independen memiliki banyak tantangan dibandingkan calon dari partai politik, tetapi masih ada beberapa calon yang mengikuti Pilkada melalui jalur independen di beberapa daerah di Indonesia.

Dalam konteks saat ini, Kota Pekanbaru masuk dalam lingkaran Pilkada Serentak 2017 gelombang kedua, setelah diadakan Pilkada Serentak 2015 gelombang pertama. Sekilas tentang Pilkada Serentak 2017, berdasarkan hasil keputusan dari KPU (kpu.go.id, 2 Januari 2017) bahwa Pilkada Serentak akan diselenggarakan pada tanggal 15 Februari 2017 di 101 daerah, yang terdiri dari 7 Provinsi, 18 Kota dan 76 Kabupaten. Adapun pasangan calon yang akan berkontestasi pada pada Pilkada serentak 2017 sebanyak 328 kandidat pasangan calon, kemudian ada 80 pasangan calon independen, terdiri dari 4 pasangan calon di tingkat Provinsi, 63 pasangan di tingkat Kabupaten dan 13 pasangan di tingkat Kota (Detik, 2 Januari 2017).

Pada kontestasi Pilkada tahun 2017 di Kota Pekanbaru, terdapat 5 pasangan calon yang akan berkompetisi untuk memperebutkan dukungan masyarakat secara demokratis. Pemetaan kontestasi politik di Kota Pekanbaru akan mempertemukan kutub partai politik *vis a vis* kutub non partai politik (independen). Secara keseluruhan, dalam kontestasi Pilkada di Kota Pekanbaru terdapat banyak pilihan ditawarkan untuk masyarakat dalam memeriahkan pesta demokrasi elektoral di

tingkat lokal. Berikut adalah tabel 1.1 tentang pasangan calon kepala daerah, beserta jumlah dukungan masing-masing (partai politik dan calon independen) :

Tabel 1.1
Dukungan Suara dan Kursi Pasangan Calon Kepala Daerah
Kota Pekanbaru Tahun 2017

Nomor Urut Pasangan Calon	Pasangan Calon		Dukungan Pasangan Partai Politik/Perseorangan	Jumlah Kursi	Jumlah Dukungan Suara
	Walikota	Wakil Walikota			
1	Syahril	Said Zohrin	Perseorangan	-	52000
2	Herman Nazar	Defi Warman	Perseorangan	-	50800
3	Firdaus	Ayat Cahyadi	Demokrat, Gerindra, PKS	13	-
4	M. Ramli	Irvan Herman	Golkar, PAN, PKB, Hanura, Nasdem	23	-
5	Dastrayan i Bibra	Said Usman A	PDIP, PPP	9	-

Sumber : KPU Kota Pekanbaru 2017

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa Pilkada Kota Pekanbaru diikuti oleh 5 pasangan calon, 3 pasangan berasal dari jalur partai politik dan 2 pasangan dari jalur independen. Adapun data yang telah penulis peroleh dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru, bahwa dukungan masyarakat dengan menyerahkan fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) menjadi syarat utama dalam meloloskan bakal calon independen dalam Pilkada, untuk bisa maju pada Pilkada Kota Pekanbaru, bakal calon independen minimal harus menyerahkan bukti dukungan sebanyak 47.041 dari jumlah pemilih 627.212 suara (KPU.go.id, 3 Januari 2017).

Kemunculan calon independen di Kota Pekanbaru untuk pertama kali pada Pilkada tahun 2017, disambut antusias oleh masyarakat dan berpartisipasi dalam

memberikan dukungan kepada pasangan calon independen. Dukungan dari masyarakat terhadap bakal calon independen memperoleh masing-masing suara yaitu : *Pertama*, Syahril-Said Zohrin² menyerahkan bukti dukungan kepada KPU Kota Pekanbaru sebanyak 52.000 dukungan suara. *Kedua*, Herman-Defi³ menyerahkan bukti dukungan sebanyak 50.800 dukungan suara (Inforiau, 3 Januari 2017).

Ketika keberadaan calon independen semakin memperoleh pengakuan dengan adanya UU No. 12/2008. Namun munculnya calon independen yang dapat dijadikan sebagai peningkatan dari sebuah demokrasi, tetapi tidak serta merta mendapat hasil positif, diantaranya: *Pertama*, pasangan calon independen harus memperoleh dukungan dari masyarakat, dukungan tersebut harus tersebar di lebih dari 50% jumlah kecamatan di kabupaten/kota dan dukungan tersebut dibuat dalam bentuk surat dukungan yang disertai dengan fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau Surat Keterangan Tanda Penduduk yang sesuai dengan

² Pasangan nomor urut 1 calon perseorangan pada Pilwako Kota Pekanbaru. Dr. Syahril. S.Pd., MM merupakan tokoh pendidikan Kota Pekanbaru yang mencalon diri sebagai bakal calon perseorangan yang saat ini menduduki posisi sebagai Ketua PGRI Prov. Riau Periode 2015-2020. Kemudian Said Zuhron. SH., MH merupakan seorang politisi dan mantan anggota DPRD Kota Pekanbaru Periode 2009-2014.

³ Pasangan nomor urut 2 calon perseorangan pada Pilwako Kota Pekanbaru, Herman Nazar SH., M.Si merupakan tokoh senior di Kota Pekanbaru, mulai dari pengusaha, pejabat pemerintah tingkat Kota dan Provinsi dan juga seorang konsultan. Beliau adalah seorang professional. Jabatan terakhir beliau adalah staf ahli bidang politik dan hukum tahun 2011. Kemudian Defi Warman M.Pd merupakan tokoh pendidikan Kota Pekanbaru yang saat ini menduduki posisi sebagai Ketua PGRI Kota Pekanbaru Periode 2015-2020.

peraturan perundang-undangan⁴. Syarat ini akan menjaring sejumlah bakal calon independen yang akan maju menjadi calon.

Ketika berhasil memperoleh dukungan yang disertai dengan tanda bukti surat dukungan sebagaimana yang telah digariskan dalam undang-undang dan lolos verifikasi⁵. Dan pasangan calon berhak menjadi calon kepala daerah dan berhak dipilih oleh masyarakat dalam Pilkada. Sebaliknya jika gagal mengumpulkan dukungan yang disertai dengan tanda bukti surat dukungan, dipastikan bahwa pasangan calon independen tidak akan lolos verifikasi dan tidak berhak bersaing dalam Pilkada.

Kedua, adanya sanksi yang harus diterima jika pasangan calon independen atau salah seorang diantara keduanya mengundurkan diri setelah ditetapkan sebagai pasangan calon oleh KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota. Sanksi tersebut adalah calon independen tidak dapat mencalonkan diri atau dicalonkan oleh partai politik dan gabungan dari partai politik sebagai calon kepala daerah dan wakil kepala daerah untuk selamanya di seluruh wilayah Republik Indonesia.

⁴ Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 59 ayat 2 poin (2b), (2d) dan (2e).

⁵ Verifikasi adalah penelitian keabsahan surat pernyataan dukungan, fotocopy kartu tanda penduduk atau surat keterangan tanda penduduk, pembuktian tidak adanya dukungan ganda, tidak adanya pendukung yang telah meninggal dunia, tidak adanya pendukung yang sudah tidak lagi menjadi penduduk di wilayah yang bersangkutan, atau tidak adanya pendukung yang tidak mempunyai hak pilih. Lihat Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Selain itu, calon perseorangan tersebut juga harus membayar denda sebesar Rp. 20 M (dua puluh miliar rupiah)⁶.

Kemudian *Ketiga*, kecilnya kemungkinan untuk dipilih masyarakat. Pada kenyataannya setelah pasangan calon independen bersaing dengan pasangan calon yang diusung oleh partai politik dalam Pilkada, calon independen hanya memperoleh suara sedikit dan bahkan kebanyakan diantara mereka kalah dan mendapatkan jumlah suara paling rendah (Tartila, 2011: 6).

Seperti yang terjadi pada Pilkada di Kota Pekanbaru tahun 2017, bahwa kandidat dari partai politik mendapatkan perolehan suara lebih banyak dibandingkan kandidat dari calon independen. Berikut adalah tabel 1.2 dari perolehan akhir pada Pilkada Kota Pekanbaru tahun 2017 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Penetapan Rekapitulasi Hasil Perolehan Suara Pasangan Calon
Kepala Daerah Kota Pekanbaru 2017

Nomor Urut Pasangan Calon	Pasangan Calon		Perolehan Suara	Persentase
	Walikota	Wakil Walikota		
1	Syahril	Said Zuhron	22.202	7,78%
2	Herman Nazar	Defi Warman	46.606	16,33%
3	Firdaus	Ayat Cahyadi	94.784	33,07%
4	M. Ramli	Irvan Herman	59.694	20,95%
5	Dastrayani Bibra	Said Usman A	62.501	21,87%

Sumber: KPU Kota Pekanbaru 2017

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dari kedua calon independen tersebut, peneliti lebih berfokus untuk meneliti pasangan calon independen nomor urut 2 yaitu

⁶ Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah pasal 62 ayat (1a), (1b), (1c).

Herman Nazar dan Defi Warman. Adapun hal yang menjadi alasan, yaitu, *Pertama*, dari hasil perolehan suara calon independen nomor urut 2 sebanyak 46.606 suara atau 16,33%, lebih besar dari pada calon independen nomor urut 1 sebanyak 22.202 suara atau 7,78%, meskipun pasangan calon independen mengalami kekalahan pada Pilkada Kota Pekanbaru dengan posisi *incumbent* yaitu Firdaus-Ayat Cahyadi⁷ yang lebih unggul sebanyak 94,784 suara atau 33,07%. Meskipun mengalami kekalahan pada kontestasi Pilkada di Kota Pekanbaru, pasangan Herman Nazar-Defi Warman telah menunjukkan pergerakan massif mereka bersama tim relawan dengan berhasil mengumpulkan fotocopy KTP sebanyak 120.000 lembar yang tersebar di 12 Kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru, kemudian melalui proses verifikasi oleh KPU dan dinyatakan lolos (Riausky, 5 Februari 2017).

Selanjutnya *Kedua*, kekuatan figure atau ketokohan dan popularitas calon independen nomor urut 2 yang menyebabkan masyarakat dapat memilih, seperti menjadi seorang pejabat publik di Kota Pekanbaru, menjadi ketua dalam suatu organisasi sosial, seperti, Persatuan Keluarga Daerah Piaman (PKDP) Riau, Persatuan Guru Republik Indonesia (PGRI) Kota Pekanbaru dan lain sebagainya.

Kemudian sesuai dengan tabel diatas, membuktikan bahwa kandidat partai politik ternyata masih mendominasi ditengah masyarakat sehingga masyarakat masih mempercayai pilihannya terhadap partai politik. Hal tersebut terbukti ketika

⁷ Pasangan nomor urut 3 yang diusung oleh partai politik (Partai Demokrat, Gerindra, PKS) pada Pilwako Kota Pekanbaru, merupakan pasangan incumbent yang telah menjabat sebagai Walikota dan Wakil Walikota pada tahun 2012. Kemudian kembali memperoleh kemenangan pada tahun 2017 dengan perolehan suara tertinggi diantara pasangan calon lainnya.

dari 2 orang calon kepala daerah perseorangan yang bertarung dalam Pilkada di Kota Pekanbaru keduanya mendapatkan jumlah perolehan suara paling sedikit. Menangnya partai politik dan kalahnya calon perseorangan pada Pilkada di Kota Pekanbaru terjadi karena pengaruh partai dalam mengusung calonnya.

Dengan jaringan struktur partai yang ada hingga tingkat bawah calon kepala daerah yang diusung oleh partai politik lebih dimudahkan dalam memobilisasi massa pendukung. Tidak hanya itu, hal lain yang menyebabkan kecilnya kemungkinan bagi calon kepala daerah perseorangan untuk dipilih adalah kuatnya posisi *incumbent* yang juga kembali mencalonkan diri pada Pilkada saat ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah untuk melakukan penelitian, yaitu : Faktor-faktor apakah yang menyebabkan kekalahan calon independen pasangan nomor urut 2 Herman Nazar-Defi Warman dalam Pilkada Kota Pekanbaru di tahun 2017 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan calon independen mengalami kekalahan dalam memperoleh dukungan politik pada Pilkada tahun 2017 di Kota Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dan kontribusi bagi khasanah ilmu pengetahuan pada umumnya, dan ilmu politik pada khususnya terkait kajian yang berhubungan dengan calon independen dalam pemilihan kepala daerah.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengalaman, pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai calon independen dalam pemilihan kepala daerah.

b. Bagi Pembaca

Dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai calon independen sebagai bentuk manifestasi dalam berdemokrasi dan pentingnya mengetahui secara mendalam faktor-faktor apa saja yang membuat calon independen mengalami kekalahan

c. Bagi Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dapat berkontribusi sebagai bahan bacaan dalam kajian ilmu politik, dan memberikan referensi mengenai studi-studi calon independen secara khusus.

d. Bagi Pelaku Politik

Pengkajian ini dapat dijadikan referensi atau pembelajaran oleh calon independen untuk meningkatkan elektabilitasnya dikemudian hari.

E. Literatur Review

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aini Rahmawati (2012) dengan judul '*Calon Perseorangan Dalam Pemilihan Kepala Daerah*'. Penelitian membahas tentang bagaimana kedudukan calon perseorangan dalam Pemilihan Kepala Daerah. Rahmawati mengatakan bahwa adanya kesempatan pada calon independen dalam Pilkada, tidak terlepas dari fakta-fakta bahwa partai politik mulai kehilangan arah ideologisnya kemudian mengantarkan pada sebuah arah yang berorientasi pada politik uang, monopoli partai, kegagalan dalam kaderisasi partai dan lain sebagainya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Muluk Lubis (2010) dengan judul '*Calon Independen Dalam Pemilihan Kepala Daerah Ditinjau Dari Undang-Undang Pemerintahan Daerah*', bahwa calon independen dalam pemilihan kepala daerah lahir salah satunya disebabkan oleh keinginan masyarakat yang kecewa terhadap kinerja partai politik. Pelaksanaan calon independen dalam Pilkada di beberapa daerah telah terlaksana sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang mengatur tentang calon independen. Namun jika dikaitkan dengan hasil yang diperoleh oleh calon independen, masih jauh

tertinggal dengan hasil perolehan calon dari partai politik dalam kemenangan Pilkada.

Penelitian Legalis Mahaaditya Syahadat (2010) yang berjudul '*Analisis Keikutsertaan Calon Independen Dalam Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Lampung Tahun 2008*', dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat elektabilitas calon independen dalam Pilkada di Provinsi Lampung tahun 2008 adalah fenomena masyarakat yang lebih mempercayai calon independen, waktu pelaksanaan masa kampanye yang terbatas, faktor figur (ketokohan) dalam bursa pemilihan Pilkada, pentingnya kaderisasi yang dimiliki oleh partai politik.

Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Muharini (2009) dengan judul '*Marketing Politik Parpol Dalam Pemilihan Kepala Daerah: Studi Penelitian Pada PDIP, Partai Golkar, dan Partai Demokrat Dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Magetan Periode 2008-2013*', menyebutkan bahwa marketing politik bukanlah satu-satunya cara untuk memperoleh kemenangan dalam suatu pemilihan akan tetapi marketing politik dapat menjadi *tools* untuk menjaga hubungan dengan pemilih untuk membangun kepercayaan dan selanjutnya memperoleh dukungan suara.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan, penelitian ini berangkat dari fenomena calon independen di Kota Pekanbaru yang muncul pertama kali dan berkontestasi pada Pilkada Kota Pekanbaru. Pengaruh ketokohan pasangan calon Herman Nazar-Defi Warman, kemudian marketing politik tim sukses untuk memenangkan calon independen tidak sesuai dengan harapan yang diharapkan.

Dengan alasan tersebut peneliti bertujuan untuk mengetahui faktor apakah yang menjadi penyebab kekalahan pasangan calon independen nomor urut 2 Herman Nazar-Defi Warman pada Pilkada di Kota Pekanbaru.

F. Kerangka Dasar Teori

Kerangka teori merupakan bagian untuk mengemukakan teori-teori atau temuan-temuan ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan atau pertanyaan penelitian. Dalam penelitian, teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antara variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena (Sugiyono, 2010). Sehubungan dengan itu, teori berguna menjadi titik tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan atau menyoroti masalah. Fungsi teori sendiri adalah untuk menerangkan, meramalkan, memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta yang ada secara sistematis (Effendy, 2004).

Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa kerangka teori berkaitan dengan penelitian yang berguna untuk mendapatkan jawaban atas suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Calon Independen

Sesuai dengan Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2016 disebutkan bahwa kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung,

umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pasangan calon sebagaimana dimaksud pada undang-undang ini diusulkan oleh partai politik, gabungan partai politik, atau perseorangan yang didukung oleh sejumlah orang yang memenuhi persyaratan sebagaimana ketentuan dalam undang-undang ini.

Berdasarkan Undang-undang tersebut mengartikan bahwa peluang bagi calon independen untuk ikut dalam pemilihan kepala daerah semakin terbuka. Pasangan calon independen dapat mendaftarkan diri sebagai pasangan calon bupati/wakil bupati atau walikota/wakil walikota apabila memenuhi syarat dukungan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Kabupaten/kota dengan jumlah penduduk sampai dengan 250.000 (dua ratus lima puluh ribu) jiwa harus didukung sekurang-kurangnya 10% (sepuluh persen).
- b. Kabupaten/kota dengan jumlah penduduk lebih dari 250.000 (dua ratus lima puluh ribu) sampai dengan 500.000 (lima ratus ribu) jiwa harus didukung sekurang-kurangnya 8,5% (delapan setengah persen).
- c. Kabupaten/kota dengan jumlah penduduk lebih dari 500.000 (lima ratus ribu) sampai dengan 1.000.000 (satu juta) jiwa harus didukung sekurang-kurangnya 7,5% (tujuh setengah persen).
- d. Kabupaten/kota dengan jumlah penduduk lebih dari 1.000.000 (satu juta) jiwa harus didukung sekurang-kurangnya 6,5% (enam setengah persen).

e. Jumlah dukungan sebagaimana dimaksud pada huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d tersebar di lebih dari 50% (lima puluh persen) jumlah kecamatan di kabupaten/kota dimaksud.

Kemudian secara etimologi, Independen merupakan terjemahan kata *independence* yang berasal dari bahasa Inggris. Adapun arti kata independen dalam kamus bahasa Indonesia (2008: 551) berarti yaitu, berdiri sendiri, berjiwa bebas dan tidak terikat pada pihak lain. Dalam arti bermakna tidak bergantung atau tidak mendasarkan diri pada orang lain, bertindak atau berpikir sesuai dengan kehendak hati, bebas dari pengendalian orang lain dan tidak dipengaruhi orang lain.

Adapun independen sebagai sesuatu hal yang memiliki pendirian menurut Rahayu dan Suhayati (2009) bahwa seorang independen harus memiliki sikap mental yang meliputi *independence in fact* dan *independen in appearance*. Selanjutnya hal ini juga sejalan dengan yang dikatakan Agus dan Ardana (2009) bahwa independensi mencerminkan sikap tidak memihak serta tidak dibawah pengaruh atau tekanan pihak tertentu dalam mengambil keputusan dan tindakan.

Salah satu karakteristik dari semua calon independen adalah mereka tidak berafiliasi dengan salah satu partai politik, yang merupakan hambatan utama untuk keberhasilan pemilu sejak partai-partai melayani sejumlah fungsi: mereka menurunkan biaya pemungutan suara (Downs 1957, Popkin 1991), mereka memungkinkan calon individu untuk mendapatkan keuntungan pemilu dari perhimpunan dengan sesama anggota partai

melalui *straight ticket voting* (Campbell dan Miller 1957: 293-312, Popkin 1991), dan mereka memberikan calon dengan dukungan organisasi dan keuangan yang signifikan. Partai-partai, bagaimanapun, masih dapat mendukung calon independen dan mendorong orang untuk memilih mereka, yang sering terjadi jika partai-partai tidak memiliki calon sendiri bersaing di kabupaten dan mempersiapkan calon independen tertentu untuk memenangi atas semua kandidat lainnya.

Dalam arti yang paling dasar, kurangnya gabungan partisan (dukungan) berarti bahwa nama dari salah satu calon independen di surat suara bukannya bersama pihak tertentu. Dengan demikian, calon independen tidak bergantung pada platform partai politik tertentu. Namun demikian, kebijakan mereka tidak selalu lebih ekstrim dari pihak yang ada atau bahkan terutama berbeda dari mereka, meskipun yang terakhir ini sering klaim independen. Dalam merancang agenda mereka sendiri, seringkali calon independen tidak mengembangkan secara penuh program politik, tetapi bersaing berdasarkan pada isu-isu sendiri, seperti peraturan senjata dan penutupan rumah sakit.

Calon independen tidak menerima dana dari partai-partai politik, mereka menggantungkan terutama pada sumbangan-sumbangan, dana pemerintah, dan, dalam banyak kasus, mereka mengeluarkan dana pribadi untuk membiayai kampanye mereka. Untuk alasan berhasilnya calon independen, pada umumnya karena mereka memiliki dukungan organisasi dan keuangan yang cukup besar, serta didukung nama besar yang diakui

oleh masyarakat banyak (Golosov 2003: 912). Sebagai contoh, ketika pemilihan legislatif nasional, H. Ross Perot, pernah mengatakan, salah satu calon independen yang gagal untuk presiden AS pada tahun 1992, dilaporkan menghabiskan lebih dari \$ 60 juta dari uangnya sendiri untuk membiayai kampanye pemilu. Berangkat dari apa yang terjadi dalam pemilu di AS dan Inggris, meskipun tidak secara eksplisit dikatakan tentang calon-calon independen, lebih lanjut menunjukkan bahwa pengeluaran dana besar untuk kampanye merupakan faktor penentu penting keberhasilan untuk mengangkat dukungan bagi calon independen dalam menantang calon incumbent (petahana) (Jacobson 1990: 334, Pattie, Jahnston, dan Fieldhouse 1995).

Meskipun semua calon independen mirip satu dengan yang lainnya dalam hal kurangnya afiliasi partisan (dukungan), mereka berbeda satu sama lainnya dalam beberapa hal. Banyak calon independen yang diluar partai politik tanpa pengalaman dalam pemerintahan. Seringkali orang yang diluar partai politik ditarik ke dalam arena politik dengan isu nama besar yang dimilikinya. Pada banyak kejadian mereka menggunakan posisinya sebagai orang luar untuk menggambarkan diri mereka sebagai satu-satunya yang dapat membersihkan pemerintah dari korupsi, sebagai jembatan penghubung antar partai politik, dan berhasil menegosiasikan penawaran dengan berbagai partai politik untuk kepentingan konstituen mereka sendiri.

Banyak dari calon independen, dalam kenyataannya, mereka adalah orang dalam politik yang sebelumnya berpartisipasi dalam pemerintah sebagai anggota partai politik tertentu atau birokrasi pemerintah. Banyak juga dari mereka adalah orang dalam (internal) partai tersebut yang memisahkan diri dari partai asli mereka dikarenakan perselisihan mengenai arah dan tujuan partai, konflik pribadi dengan anggota partai lainnya, atau kegagalan untuk mendapatkan kursi kandidat di partainya sendiri. Mendefinisikan calon independen dan memahami motif yang mendasarinya mencalonkan diri adalah dengan langkah pertama menjelaskan mengapa calon independen tersebut memiliki posisi kuat di beberapa negara dari pada orang calon yang lain. Mengidentifikasi kondisi yang memfasilitasi para politisi bertindak atas motivasi dan faktor-faktor yang mendorong para pemilih untuk memilih mereka adalah subjek berikutnya (Dawn B, 2008: 651).

2. Marketing Politik

Sebagai sebuah disiplin kajian, marketing politik merupakan kajian yang bersifat interdisipliner. Paling tidak terdapat tiga bidang perspektif ilmu yang terlibat dan saling melengkapi kajian marketing politik, yaitu: ilmu politik, ilmu komunikasi, dan ilmu marketing (manajemen marketing). Itu sebabnya, para teoritis yang merintis dan mengembangkan kajian ini juga secara umum berasal dari ketiga latar belakang keilmuan tersebut (Nyarwi A, 2012: 333).

Menurut Bagozzi (1975: 32-39), marketing itu sendiri adalah proses yang memungkinkan adanya pertukaran antara dua pihak atau lebih. Pertukaran terdapat proses hubungan (*relation*) yang memungkinkan interaksi, dimana dalam prosesnya masing-masing pihak ingin memaksimalkan dan menjamin bahwa kepentingannya sendiri akan terpenuhi.

Sejalan dengan dikatakan O’Cass (1996: 45-61) bahwa *political marketing* adalah analisis, perencanaan, implementasi dan control terhadap politik dan program-program pemilihan yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran hubungan yang menguntungkan antara partai dan pemilih demi tujuan untuk mencapai *political marketers objectives*.

Kemudian *political marketing* menjadi serangkaian aktivitas strategis yang berdimensi baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk meyebarkan makna politik kepada para pemilih. Tujuannya membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku pemilih. *Political marketing* bertitik dari konsep makna (*meaning*) yaitu *political meaning* yang dihasilkan oleh stimulus politik berupa komunikasi politik baik lisan maupun non lisan (Adman N, 2004: 23), baik langsung maupun melalui perantara dalam bahasa E. Aspinall & M. Sukmajati (2014: 33) disebut dengan *broker*. Broker merupakan perantara yang memainkan peran vital ditingkat akar rumput dalam relasi antara kandidat dan pemilih.

selanjutnya bentuk dari broker yang dikatakan E. Aspinall & M. Sukmajati seperti tim sukses, mesin jaringan sosial dan partai politik.

Adapun *political marketing* berhubungan dengan strategi komunikasi politik yang memberikan *positioning* tentang *image personality* yang ditawarkan sebagai salah satu nilai utama untuk mencari dukungan masyarakat. Sebagaimana yang dijelaskan Brian McNair (2003: 32) dalam An Introduction to Political Communication berikut :

“Only three ways to assess the effects of political communication on attitudes and behaviour. The first is to ask people how they have responded to specific messages, and then collate their responses into statistically significant aggregates, usually in the form of public opinion polls. Second, one may observe voting behaviour, relating this to the communication strategies of the contestants in a political campaign. Third, one may conduct experiments intended to isolate the effects of particular elements of the communication process”.

Brian McNair menjelaskan bahwa komunikasi politik yang bersinggungan dengan sikap dan perilaku memiliki tiga cara untuk menilai efeknya yang berhubungan dengan marketing politik. Pertama, bagaimana publik mampu merespon pesan politik yang disampaikan kandidat melalui media yang digunakannya, sehingga membentuk opini publik dalam menentukan sikap. Kedua, seseorang dapat mengamati perilaku pemilih berkaitan pada strategi komunikasi kandidat yang tidak memasukkan unsur politik ketika melakukan pendekatan (kampanye) kepada pemilih (apolitis). Ketiga, seseorang dapat melakukan eksperimentasi kepada pemilih lain untuk dapat mengubah sebuah pilihan kepada kandidat tertentu yang memiliki kedekatan secara emosional, ideologi dan rasional.

Melalui strategi komunikasi politik baik itu partai politik maupun calon perseorangan dapat memobilisasi pemilih pada waktu Pilkada, sehingga masyarakat menjatuhkan pilihannya berdasarkan segala sesuatu yang telah didengar, dilihat ataupun dirasakan.

Kemudian marketing politik bukanlah konsep untuk menjual partai politik atau kandidat ke pemilih, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah partai politik atau kandidat atau tim sukses bisa membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual (Firmanzah, 2012: 190). Mencari, mengumpulkan dan menganalisis informasi yang berasal dari masyarakat adalah hal penting yang harus dilakukan sebelum menyusun program kerja.

Marketing politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan secara terus-menerus oleh sebuah partai politik atau kandidat atau tim sukses dalam membangun kepercayaan dan image publik (Butler & Collins, 2001: 1026). Membangun kepercayaan dan image ini hanya bisa dilakukan melalui hubungan jangka panjang, tidak hanya pada masa kampanye (Dean & Croft, 2000: 1197).

Dari beberapa pandangan ahli diatas, kiranya dapat disimpulkan bahwa konsep marketing politik pada hakekatnya merupakan penerapan atau penggunaan prinsip-prinsip dan teknik-teknik marketing komersial-bisnis dalam aktivitas politik; aktivitas untuk memperoleh kepercayaan publik, dipilih oleh pemilih (*electorate*), memenangi kontestasi, dan akhirnya memperoleh kekuasaan/jabatan politik, dan sedapat mungkin

mempertahkannya di kemudian hari melalui pemeliharaan loyalitas para pemilih atau dalam rumusan yang paling sederhana, seperti dikemukakan oleh Firmanzah (2012) bahwa marketing politik adalah penggunaan metode marketing dalam bidang politik.

Selanjutnya proses marketing politik menurut Niffenegger (1989: 45-51) terdapat 4 elemen yang perlu diperhatikan meliputi 4Ps yaitu *product* (produk), *promotion* (promosi), *price* (harga), dan *place* (tempat).

a. Produk

Produk yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, kemudian pemilih akan menikmatinya setelah kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. Pemahaman pemilih juga memainkan peranan penting dalam memaknai dan menginterpretasikan sebuah produk politik.

Adapun menurut O'Shaughnessy (2001: 1047) memberikan penjelasan terkait karakteristik tentang produk politik. partai politik atau kandidat atau tim sukses menjual produk politik yang tidak nyata (*intangible product*) yaitu sangat terkait dengan sistem nilai (*value laden*) di dalamnya melekat janji dan harapan akan masa depan, di dalamnya terdapat visi yang bersifat atraktif, kepuasan yang dijanjikan tidaklah segera tercapai, tetapi hasilnya lebih bisa dinikmati dalam

jangka panjang, tidak pasti dan bisa ditafsirkan bermacam-macam (*multi-interpretable*).

b. Promosi

Sebagian besar literatur dalam marketing politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi ide, *platform* partai dan ideologi selama kampanye pemilihan. Tidak jarang institusi politik bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan.

Kemudian promosi merupakan cara untuk berkomunikasi dengan masyarakat pemilihan. dengan menggunakan perkembangan teknologi komunikasi membuat kandidat di era ini menggunakan fasilitas media atau agen iklan dalam membangun citra dan slogan kampanye untuk menarik minat masyarakat pemilihan.

c. Harga

Harga dalam marketing politik mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Dari biaya iklan, publikasi, biaya rapat-akbar sampai ke biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilihan merasa nyaman dengan latar belakang- etnis, agama, pendidikan dan lain-lain seorang kandidat.

d. Tempat

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. kampanye politik memang harus bisa menyentuh segenap lapisan masyarakat.

Semua bentuk bangunan teori ketika menggunakan 4P's marketing dalam dunia politik menjadikan marketing politik tidak hanya sebatas iklan dan komunikasi komprehensif. Lebih dari itu, yang kemudian akan digunakan untuk menganalisa calon independen nomor urut 2 pada Pilkada di Kota Pekanbaru.

3. Personalitas Kandidat

Person adalah profil dari kandidat yang akan dipilih melalui suatu kontestasi politik, yang secara otomatis dapat membentuk sikap politis pemilih dalam menetapkan pilihannya. Bahkan person atau figur kandidat seringkali menentukan keputusan pilihan dibandingkan dengan *policy*. Hal ini berkaitan dengan proses pembentukan keyakinan para pemilih, bahwa para pemilih lebih mudah diyakinkan dengan menawarkan figur manusia. Orang lebih mudah terinformasi oleh fakta mengenai manusia dibandingkan *policy* (Adman, N, 2004: 206).

Person atau citra kandidat seringkali menentukan keputusan pilihan, yang berkaitan dengan proses pembentukan keyakinan para pemilih (Adman N, 2004: 207).

“Personal image matters, for former Thatcher adviser Brendan Bruce, because its constituents clothes, hair, make-up, etc signify things about the politician. Image can, with skill, be enlisted to connote power, authority and other politically desirable attributes. (Brain M, 2003: 148).

Menurut Bruce, pembangunan citra pribadi politisi dari latar belakang konstituen seperti pakaian, rambut, make up secara signifikan menandakan hal-hal yang berkaitan tentang politisi. Citra tersebut menentukan perolehan kekuatan, kewenangan, atau atribut politik yang diinginkan lainnya.

Berdasarkan pendekatan rasional terutama yang berkaitan dengan orientasi utama pemilih yaitu dapat didasarkan atas orientasi isu dan orientasi kandidat. Orientasi kandidat sendiri dapat didasarkan pada kedudukan, informasi, prestasi, dan popularitas pribadi bersangkutan dalam berbagai bidang kehidupan seperti organisasi, kesenian, olah raga, dan politik.

Suatu literatur yang signifikan dan berkembang yang menyatakan bahwa kandidat-kandidat itu sendiri adalah sumber yang penting untuk mendapatkan suara di beberapa negara dan beberapa pemilihan yang signifikan. Kandidat-kandidat dapat menarik dukungan untuk siapakah mereka, atau apa yang telah mereka lakukan, atau apa yang akan mereka lakukan, bukan hanya atas pertimbangan partai yang mengusung mereka. Ada beberapa pertimbangan yang bagus untuk itu. Di bawah sistem pemilihan tertentu, kandidat secara individu memiliki dorongan yang kuat untuk membedakan diri mereka sendiri dari yang lain dalam partai mereka dan berguna untuk mengembangkan *image politik* (Firmanzah, 2012: 228).

Image biasanya diartikan sebagai cara anggota organisasi dalam melihat kesan dan citra yang berada dibenak orang (Dutton et al, 1994). Menurut Peteraf dan Shanley (1997) *image* bukan sekedar masalah persepsi atau identifikasi saja, tetapi juga memerlukan pelekatan (*attachment*) suatu individu terhadap kelompok atau grup. Pelekatan ini dapat dilakukan secara rasional maupun emosional. *Image* politik dapat mencerminkan tingkat kepercayaan dan kompetensi tertentu partai politik, kandidat atau tim sukses.

Image politik didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat (publik) akan suatu partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik⁸.

Ada beberapa hal terkait dengan strategi pembangunan *image* politik, antara lain (Firmanzah, 2012: 229):

- a. Dibutuhkan waktu yang relatif lama untuk membangun *image* publik membutuhkan rentang waktu yang panjang untuk dapat melihat kesesuaian pola dan alur politik.
- b. Membangun *image* membutuhkan konsistensi dari semua hal yang dilakukan partai politik, seperti platform partai, program kerja, reputasi pemimpin partai, latar belakang partai dan retorika partai.

⁸ Yang dimaksud dengan aktivitas politik adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh partai politik atau kandidat dalam usaha mereka untuk berkuasa, menciptakan keteraturan sosial (*social order*), menciptakan semangat kolektif, menciptakan dan menguatkan legitimasi dalam masyarakat, serta dalam menciptakan keselarasan dan perdamaian.

- c. Image politik terdapat dalam kesadaran publik yang berasal dari memori kolektif masyarakat. Semua hal yang dilakukan partai politik tidak hilang begitu saja, melainkan akan terekam dalam ingatan publik, seperti laporan media massa yang dapat dilihat kembali, ingatan dalam sistem kognitif dan emosi dalam diri masing-masing individu, serta semua hal yang membekas secara fisik maupun non fisik mengenai apa saja yang telah dilakukan oleh suatu partai politik atau kandidat.

Berbeda dengan Adman Nursal, Anwar Arifin lebih banyak menggunakan bahasa citra. Citra berasal dari bahasa Jawa, yang berarti gambar. Kemudian dikembangkan menjadi gambaran sebagai padanan perkataan image dalam bahasa Inggris. Citra merupakan kecenderungan yang tersusun dari pikiran, perasaan dan kemauan (Dan N, 1999: 6). Sedangkan citra politik adalah suatu gambaran tentang politik (kekuasaan, kewenangan, autoritas, konflik dan konsensus) yang memiliki makna, kendatipun tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang sebenarnya (Anwar A, 2006: 2).

Dan Nimmo (1999: 6) menjelaskan bahwa citra seseorang tentang politik yang terjalin melalui pikiran, perasaan, dan kesucian subyektif akan memberi kepuasan baginya dan memiliki paling sedikit tiga kegunaan. Pertama, memberi pemahaman tentang peristiwa politik. Kedua, kesukaan atau ketidaksukaan umum kepada citra seseorang tentang politik

menyajikan dasar untuk menilai objek politik. Ketiga, citra diri seseorang memberikan cara menghubungkan diri dengan orang lain.

Citra politik dapat berkembang melalui proses pembelajaran politik atau sosialisasi politik yang terus menerus, melalui komunikasi politik baik yang berlangsung secara antarpersona, maupun yang berlangsung melalui media massa (Anwar A, 2006: 5). Karena citra politik itu terus berkembang dalam kehidupan masyarakat, maka dapat memunculkan kesan yang positif dan juga negatif, dimana segala sesuatu itu pasti tidak ada yang sempurna.

Hal-hal yang mempengaruhi baik buruknya citra antara lain (Dyah P, 2007: 56):

- a. Dinamika : Pembahasan, orientasi tujuan dan pencari perhatian.
- b. Kerjasama : Ramah, disukai, mampu untuk melayani.
- c. Bisnis : Bijaksana, cerdas, persuasif, terorganisir.
- d. Karakter : Beretika, reputasi yang dihormati.
- e. Sukses : Penampilan keuangan, percaya diri.
- f. Penarikan mundur : Penuh rahasia, kecurigaan.

4. Party Oriented Voters (Orientasi Pemilih Partai)

Party oriented voters (Orientasi Pemilih Partai) dapat ditelaah dari *party identification* (identifikasi partai). Orientasi pemilih partai ini untuk melihat sejauh mana keterikatan antara masyarakat dengan partai, sehingga dapat dilihat hubungan keduanya dari sudut pandang psikologis-ideologis.

Identifikasi partai dapat didefinisikan sebagai *sense of personal* pada komunitas politik yang memiliki kedekatan berkaitan dengan segala aktivitas komunitas politik tertentu (Campbell, dkk : 1960). Menurut Afan Gaffar, salah satu yang mempengaruhi perilaku memilih adalah *party identification*, yang menyebutkan bahwa *party identification* sangat bergantung pada persoalan psikologis-ideologis, yaitu sejauh mana seseorang merasa dekat secara psikologis dengan partai atau kandidat tertentu, maka sejauh itu pula ia akan berhubungan dengan partai atau kandidat tersebut. Kelekatan psikologis-ideologis ini (*party identification*) dapat dibentuk melalui *sosialisasi politik* (Agustino, 2009: 203).

Herbert Hyman (1959) mengemukakan bahwa apa yang dinamakan sosialisasi politik itu tidak lain dari pada suatu proses penyerapan nilai dari lingkungan sistem politik ataupun dari masyarakat terhadap individu atau terhadap masyarakat secara keseluruhan. Proses sosialisasi politik ini berlangsung secara terus-menerus selama seseorang itu hidup.

Sosialisasi politik dalam konteks pemberian suara pada pasangan calon ketika Pilkada berlangsung sangat dipengaruhi oleh keterikatan emosional pemilih terhadap pasangan calon serta partai pengusung calon. Kedekatan atau keterikatan individu pada pasangan calon serta partai pengusung calon, dalam ilmu politik dapat dibentuk melalui sosialisasi politik (salah satunya yang paling dekat dengan hari pemilihan adalah kampanye). Karena itu sosialisasi politik dalam Pilkada mesti diartikan sebagai salah satu bagian dari proses sosialisasi nilai-nilai politik yang menunjukkan bagaimana

pasangan calon akan bekerja demi kemaslahatan anggota masyarakat dalam suatu sistem politiknya (Agustino, 2009: 210)

Sosialisasi aktivitas politik yang dilakukan instansi politik berhubungan dengan bagaimana keputusan akhir dari pilihan politik masyarakat. Orientasinya para pemilih yang telah tersosialisasikan mampu untuk membedakan *positioning* politik dari berbagai instansi politik pada saat berlangsungnya kampanye.

Positioning didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas dari kandidat untuk menanamkan kesan dan pesan kepada pemilih agar mereka bisa membedakan produk dan jasa yang diproduksi oleh komunitas politik bersangkutan (Ries & Trout, 1981). Dalam positioning, atribut produk dan jasa yang diterima dalam benak pemilih akan terekam dalam bentuk image yang terdapat pada kekuatan memori kolektif pemilih. Dengan demikian, pemilih akan mudah mengidentifikasi, menentukan suatu posisi, sekaligus membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh sebuah instansi politik lainnya (Firmanzah, 2011: 218).

Dalam hal ini, menurut Firmanzah (2011: 258) hal yang menentukan pilihan politik masyarakat ketika berhadapan dengan berbagai macam pilihan pada sebuah kontestasi politik adalah bagaimana pemilih dapat melakukan *positioning* dalam melihat atau menilai isu-isu politik yang berkembang seputar kandidat.

Dalam perkembangan isu politik seputar kandidat, perlu terus menerus memonitor cara kandidat atau tim sukses dalam membangun isu politik

mereka. Sebab, isu politik akan menentukan positioning pemilih. Misalnya, ketika suatu partai politik atau kandidat mengangkat isu tentang lingkungan hidup, kita dapat melihat kepedulian partai atau kandidat tersebut terhadap hal-hal yang berkenaan dengan lingkungan hidup. Akibatnya, kalau pesaing masuk ke isu tersebut justru akan merugikan partai atau kandidat itu sendiri. Untuk itu, perlu dicari isu-isu politik yang selama ini belum dieksploitasi oleh pihak lain. Sesuatu yang genuine dari suatu partai politik, suatu saat akan terekam dalam benak masyarakat sebagai bagian dari identitas dan karakteristik partai atau kandidat tersebut.

G. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi dari gejala yang menjadi pokok perhatian. Definisi konseptual dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas serta untuk menghindari kesalahpahaman terhadap pengertian istilah-istilah penting antara konsep satu dengan lainnya. Adapun definisi konseptual dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Calon Independen

Calon Independen adalah individu yang mengikuti, bersaing dalam pemilihan kepala daerah tanpa menggunakan partai politik, melainkan maju menggunakan syarat-syarat administrasi yang telah ditetapkan oleh undang-undang.

2. Marketing Politik

Marketing Politik adalah cara penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai dan program yang dilakukan oleh aktor-aktor politik (tim sukses) melalui saluran-saluran komunikasi tertentu yang ditujukan kepada pemilih (sasaran) tertentu dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap dan perilaku para calon pemilih sesuai dengan keinginan pemberi informasi.

3. Personalitas Kandidat

Personalitas image politik adalah pembangunan citra pribadi yang melatar belakangi secara signifikan kualitas seorang kandidat ketika melakukan aktivitas politik yang tertanam dalam ingatan kolektif masyarakat untuk mengingat dan mengetahui sosok kandidat.

4. Orientasi Pemilih Partai

Orientasi Pemilih Partai (*Party Oriented Voters*) adalah suatu cara yang menyangkut kepada hubungan psikologis-ideologis pemilih sehingga mampu membedakan satu kandidat dengan kandidat lainnya yang menjadi tujuan utama pemilih.

H. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan suatu usaha untuk menjelaskan sesuatu konsep yang masih berbentuk konstruk menjadi kata-kata yang bisa menggambarkan bentuk dan perilaku dari fokus penelitian yang dapat diuji kebenarannya oleh orang lain. Definisi operasional dimaksudkan untuk

memperjelas konsep-konsep dari calon independen yang tidak mempunyai basis massa dalam pemenangan Pilkada dan ideologi yang kuat untuk mempengaruhi pemilih, kemudian tidak didukung oleh partai politik. Dalam hal ini adapun faktor-faktor penyebab kekalahan calon independen, dilihat dari 3 faktor utama, yaitu :

1. Marketing Politik
 - a. Visi-Misi dan Program Kerja Calon
 - b. Media Promosi
 - c. Biaya Politik
 - d. Komunikasi Politik Calon

2. Personalitas Kandidat
 - a. Image Politik
 1. Keterbatasan Waktu Sosialisasi
 2. Keterbatasan Relasi Dengan Tim Relawan
 3. Tingkat Kesadaran Publik Tentang Calon Independen

3. Positioning Politik Pemilih
 - a. Isu Kandidat Incumbent
 - b. Isu Kandidat Independen

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses yang panjang, penelitian berawal dari minat yang ada dalam diri seseorang dalam memahami fenomena tertentu yang kemudian berkembang menjadi ide, teori dan konsep (Tanjung dan Ardial, 2005).

Kemudian penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisa kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis cara kualifikasi lainnya. Penelitian kualitatif mementingkan lebih banyak segi proses dari pada hasil. Hal ini disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas apabila diamati dalam proses (Moleong, 2001: 135).

Selanjutnya penelitian kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif, menurut Suyanto (2011) penelitian ini dilakukan untuk menjawab sebuah atau beberapa pertanyaan mengenai keadaan objek atau subjek pengamatan secara rinci. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, situasi kondisi, suatu sistem pemikiran atau pun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 1998).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru sebagai objek lokasi penelitian. Pilkada Kota Pekanbaru yang masuk dalam bursa Pilkada serentak 2017 gelombang kedua. Kemunculan calon independen

merupakan fenomena menarik untuk diteliti secara mendalam, dan kehadiran calon independen di Kota Pekanbaru dalam kontestasi politik menjadi catatan penting dan baru pada Pilkada saat ini.

3. Jenis Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan khusus, seperti data-data yang dihimpun dari hasil wawancara dengan informan. Misalnya, calon kandidat, tim sukses, tokoh-tokoh masyarakat dan lain-lain.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah dokumen peraturan perundang-undangan, literatur-literatur, buku-buku dan dokumen resmi dari pemerintah serta bahan-bahan lain yang berhubungan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya-jawab, sehingga dapat dikonstruksikan

makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data ketika pewawancara dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang di wawancarai (Sugiyono, 2014).

Ada pun daftar informan dapat dilihat sebagaimana tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Daftar Informan

No	Nama	Peran
1	Herman Nazar	Calon Walikota
2	Defi Warman	Calon Wakil Walikota
3	Martius Busti	Relawan
4	Arfendi	Relawan
5	Masri	Relawan
6	Fachru Chizrin	Relawan
7	Eri	Relawan
8	Bahtaruddin	Relawan
9	Rahma Danil	Timses Firdaus-Ayat
10	Refelino	Timses Firdaus-Ayat

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu pekerjaan yang bertugas mengumpulkan, menyusun, mencari, menyelidiki, meneliti dan mengelola serta memelihara dan juga menyiapkan sehingga menjadi dokumen baru yang bermanfaat (Tanjung dan Ardial, 2005). Adapun dokumentasi yang peneliti maksud adalah data-data dokumen terkait dengan interaksi calon kandidat dalam Pilkada. Berikut beberapa dokumen yang dikumpulkan pada tabel 1.4 :

Tabel 1.4
Daftar Dokumentasi

NO	Nama Dokumen	Sumber Data
1	Formulir Pernyataan Dukungan Pasangan Calon Perseorangan	KPU Kota Pekanbaru
2	Penyerahan Syarat Dukungan Pasangan Calon Perseorangan	KPU Kota Pekanbaru
3	Pendaftaran Bakal Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru	KPU Kota Pekanbaru
4	Syarat Pencalonan Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru	KPU Kota Pekanbaru
5	Hasil Penelitian Persyaratan Administrasi Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru	KPU Kota Pekanbaru
6	Penetapan Nomor Urut Pasangan Calon	KPU Kota Pekanbaru
7	Laporan Awal Dana Kampanye Pasangan Calon	KPU Kota Pekanbaru
8	Penetapan Jadwal dan Zona Kampanye Bagi Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru	KPU Kota Pekanbaru
9	Daftar Tim Kampanye Pasangan Calon	KPU Kota Pekanbaru
10	Penetapan Rekapitulasi Hasil Perhitungan Perolehan Suara Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru	KPU Kota Pekanbaru
11	Penetapan Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Terpilih Pada Pilkada Pekanbaru Tahun 2017	KPU Kota Pekanbaru

5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya

diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Dalam analisa data menggunakan proses penafsiran hasil penelitian, penafsirannya meliputi perbandingan antara apa yang diprediksi di awal penelitian dan hasil yang diperoleh sesudah penelitian. Dalam proses penafsiran data biasanya berlangsung dalam tiga tahap. Pertama, peneliti menafsirkan teks yang disampaikan oleh partisipan. Kedua, peneliti menyusun kembali hasil penelitian tingkat pertama dan mendapatkan tema-temanya. Ketiga, menghubungkan tema-tema tersebut sehingga membentuk teori, gagasan dan pemikiran baru (Raco, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, maka teknik analisa data pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dihasilkan dari proses studi pustaka, wawancara, observasi dan shadowing.

b. Penilaian Data

Data yang telah didapatkan kemudian dikaji dan dinilai untuk mendalami dan mengetahui keabsahan dan kesesuaian dari data primer dan data skunder.

c. Interpretasi Data

Data yang sudah dikaji dan dinilai kemudian diinterpretasikan lewat reduksi pada penelitian ini yang disesuaikan dengan teori-teori yang dijadikan landasan penelitian.

d. Generalisasi

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dengan cara menghubungkan hasil penelitian yang dihasilkan dari proses penelitian, bertolak dari fenomena yang terjadi dilapangan menuju kesimpulan umum. Dengan harapan dapat menambah wawasan secara teoritis yang sesuai dengan tujuan penelitian.