

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebagai negara penganut sistem demokrasi perwakilan, penyelenggaraan pemilihan umum menjadi hal yang sangat penting untuk memilih para wakil rakyat yang akan menjabat dalam pemerintahan. Pemilu bukan hanya menjadi ajang untuk menyalurkan kehendak rakyat dan mengintegrasikan mereka ke dalam perpolitikan. Lebih dari itu, Pemilu juga berfungsi sebagai legitimasi dan kontrol terhadap kekuasaan pemerintahan (Sinaga, 2013: 112). Dalam pemilihan kepala daerah telah terjadi pergeseran sistem dari yang semula Kepala daerah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menjadi dipilih langsung oleh rakyat. Transisi pemilihan kepala daerah menjadi dipilih langsung oleh rakyat ditandai dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang menyatakan bahwa jabatan Gubernur, Bupati dan Walikota dipilih secara langsung oleh masyarakat dengan proses pemilihan umum yang berasaskan langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Saat ini regulasi mengenai mekanisme serta syarat pelaksanaan Pilkada secara langsung dan serentak di seluruh Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 yang menjadi perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015.

Pergeseran mekanisme yang terjadi otomatis membuat para calon harus menyiapkan strategi masing-masing guna memperoleh suara tertinggi. Disinilah strategi kampanye politik mengambil peran yang cukup krusial.

Kampanye menjadi rangkaian yang sangat menentukan kemana arah suara publik akan berlabuh. Karena tahapan ini dibatasi oleh waktu tertentu, maka setiap kandidat harus mempersiapkan strategi yang matang guna memperoleh hasil yang maksimal. Rogers dan Storey (1987 dalam Venus, 2018: 9) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Kampanye merupakan sebuah praktik kegiatan yang dilakukan untuk memengaruhi publik dengan jalan persuasi. Artinya bahwa dalam kegiatan kampanye, tidak ada unsur paksaan kepada siapapun. Hal ini karena kampanye pada dasarnya memiliki tujuan yang baik dan tidak untuk menyesatkan publik. Oleh karena itu, tidak diperlukan tindakan pemaksaan kepada siapapun. Publik didorong untuk menerima dan melakukan sesuatu yang dikampanyekan atas dasar sukarela. Penyelenggaraan kampanye pada umumnya bukan individu, tetapi lembaga atau organisasi. Dalam konteks kampanye politik, maka penyelenggaranya adalah partai politik tempat para calon eksekutif maupun legislatif bernaung.

Menang kalahnya pasangan calon pada Pilkada dipengaruhi oleh banyak faktor, baik internal yaitu partai pengusung dan calon yang diusung maupun eksternal yaitu masyarakat pemilih. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian dalam menyusun strategi kampanye politik oleh pasangan calon kepala daerah. Sementara itu, untuk membentuk sebuah strategi yang ideal tentu juga harus melalui berbagai pertimbangan dan perumusan dengan memperhatikan banyak hal seperti perilaku pemilih, kondisi sosial, dan lain sebagainya (Arif, 2019: 17).

UUD 1945 menjamin seluruh warga negara mempunyai kesempatan yang sama dalam pemerintahan seperti yang tertuang dalam UUD 1945 Pasal 28D ayat (3) yang berbunyi “setiap warga negara berhak memperoleh kesempatan yang sama dalam pemerintahan”. Partisipasi calon kepala daerah perempuan pada Pilkada serentak tahun 2020 berada di angka 10,6%. Angka tersebut menunjukkan kenaikan dibanding dengan Pilkada 2018 sebesar 8,85%. Namun demikian pada kenyataannya representasi perempuan dalam dunia politik masih sangat timpang dengan laki-laki. Pada kontestasi Pilkada serentak 2020 terdapat 5 calon perempuan dalam pemilihan gubernur, 26 perempuan dalam pemilihan wali kota dan 128 perempuan dalam pemilihan bupati. Hal itu sangat jauh dengan partisipasi laki-laki sebanyak 45 orang dalam pemilihan gubernur, 126 orang dalam pemilihan wali kota dan 1102 orang dalam pemilihan bupati (detiknews.com, 2020). Masalah gender ini juga yang membuat para calon kepala daerah perempuan harus lebih bekerja keras untuk memenangkan pemilihan terutama dalam hal meyakinkan masyarakat pemilih mengenai kemampuan perempuan dalam memimpin daerah. Belum lagi Pilkada yang dilaksanakan pada masa pandemi membuat para calon harus menyiapkan strategi yang benar-benar matang. Mereka harus membangun citra dan menjaga tingkat visibilitas (tingkat kemunculan) dalam masyarakat meskipun interaksi langsung sangat dibatasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fure, Pati & Posumah (2020) pada Pilkada Legislatif Halmahera Barat tahun 2019 menemukan bahwa salah satu strategi kemenangan yang dilakukan oleh partai politik (dalam penelitian ini PDI-Perjuangan) adalah membangun citra baik partai maupun individual kandidat.

Hal itu dilakukan dengan meningkatkan visibilitas calon melalui berbagai kegiatan di ruang publik sehingga potensi untuk menjadi perhatian akan semakin besar. Para kandidat tersebut juga membawa isu mengenai pemberdayaan perempuan dan keterwakilan perempuan dalam politik untuk menarik simpati kaum perempuan agar memilih calon perempuan. Namun karena adanya pandemi, maka para kandidat politik ini harus memutar otak bagaimana untuk membangun citra dan elektabilitasnya.

Dewanti dan Sari (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Kampanye Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Gresik pada Pilkada 2020 di Masa Pandemi Covid-19”, menunjukkan bahwa pasangan calon bupati dan wakil bupati Gresik masih tetap menggunakan metode kampanye konvensional dengan beberapa penyesuaian dikarenakan pandemi Covid-19. Pada penelitian ini, strategi kampanye politik calon bupati dan wakil bupati Gresik dianalisis menggunakan teori strategi kampanye politik yang dikemukakan Hafied Cangara (2014, dalam Dewanti & Sari, 2021: 707) yaitu penetapan juru kampanye, menetapkan target dan sasaran, menyusun pesan kampanye, pemilihan media komunikasi dan produksi media. Penelitian ini menemukan bahwa dalam masa pandemi, calon bupati dan wakil bupati Gresik yang sama-sama berlatarbelakang islamis yaitu organisasi Nahdlatul Ulama menggunakan tiga jenis model kampanye yaitu kampanye tatap muka, kampanye virtual dan kampanye silaturahmi. Lebih lanjut lagi, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan model kampanye virtual belum efektif karena beberapa hal seperti akses terhadap internet yang tidak semua orang memilikinya. Walaupun demikian, kampanye virtual tetap dapat memudahkan pasangan calon untuk

melakukan komunikasi politik. Pemanfaatan media sosial juga dapat menjadi peluang terutama untuk menjaring pemilih dari kalangan muda. Pasangan Eisti'anah-Ali Makhsun sendiri mendaftarkan 5 akun media sosial ke KPUD demak yaitu Gema Eisti-Alim, Mbak Eisti (facebook), Sedulur Eisti-Jos (facebook), dr eistianah gemaesti\_alim (instagram) dan akun youtube Demak Bermartabat.

Yuniar (2025) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Kampanye Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Umum Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024” menunjukkan bahwa calon legislatif perempuan berupaya untuk menembus market politik yang selama ini didominasi oleh laki-laki dengan pendekatan bersifat proaktif seperti pengembangan pesan yang menarik, penggunaan media sosial secara aktif, dan membentuk koalisi dengan organisasi perempuan. Calon anggota legislatif perempuan merancang pesan-pesan kampanye yang relevan dengan isu lokal seperti pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi. pesan-pesan tersebut dirancang agar kelompok pemilih tertentu seperti perempuan dan keluarga muda merasa aspirasi mereka terwakili. Dalam hal mencari basis dukungan, mereka memanfaatkan jaringan komunitas dan organisasi perempuan untuk memperkuat basis dukungan.

Firmansyah, Kariyani, & Rizkia (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Barat tahun 2019” menemukan bahwa dua kandidat legislator perempuan yang berhasil menjadi pemenang dalam pemilu tersebut sama-sama menggunakan strategi yang bersifat ofensif dengan menggunakan metode kampanye *door to door*, agenda turun lapangan dan

memperkuat isu-isu perempuan dalam politik. Caleg perempuan melakukan strategi kampanye dengan membawa isu terkait keterwakilan perempuan di parlemen, karena selama ini paham patriarki di kalangan masyarakat umum masih mengakar kuat. Kedua kandidat perempuan tersebut berupaya untuk meyakinkan pemilih bahwa perempuan memiliki kapasitas dan kapabilitas yang sama dengan laki-laki dalam urusan politik. pengangkatan isu perempuan sebagai salah satu strategi kampanye kandidat perempuan dilatar belakangi oleh beberapa alasan. Pertama, pemilih perempuan memiliki kecenderungan anti kepada caleg perempuan yang didasari oleh distorsi dominasi laki-laki dalam keluarganya baik secara marital atau perkawinan. Kedua, isu-isu perempuan jarang dibicarakan oleh perempuan itu sendiri. Dalam hal ini, masih banyak perempuan yang merasa bahwa segala urusan yang berkaitan dengan dirinya telah dan harus diwakili oleh laki-laki, baik dari suami ataupun keluarganya.

Kabupaten Demak menjadi salah satu diantara 21 daerah di Provinsi Jawa Tengah yang turut serta dalam pelaksanaan Pilkada Serentak tahun 2020. Dalam kontestasi tersebut terdapat dua calon kepala daerah di mana salah satunya merupakan perempuan. Kedua calon tersebut adalah dr. Hj. Eisti'anah, S.E – KH. Ali Makhsun, M,Si di nomor urut 1 dan nomor urut 2 ditempati oleh H. Mugiyono, M.H – KH. Muhammad Badruddin. Pemilihan kepala daerah tersebut kemudian dimenangkan oleh pasangan nomor urut 1 dengan dr. Hj. Eisti'anah, S.E menjadi bupati dan KH. Ali Makhsun menjadi wakilnya. Hasil ini menjadi menarik karena menurut Samsul Huda, seorang pengamat politik Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Semarang, penolakan masyarakat Demak terhadap pemimpin perempuan masih kuat meskipun sudah pernah

dipimpin oleh Bupati perempuan yaitu Endang Setyaningdyah pada 2001-2006 (mediaindonesia.com, 2020).

Keberadaan pemimpin perempuan di Kabupaten Demak bukanlah tanpa histori. Pada tahun 2001, Endang Setyaningdyah naik ke kursi pemimpin nomor 1 di Kabupaten Demak. Endang berpasangan dengan Noer Hamid Wijaya, seorang tokoh NU di demak yang berasal dari partai NU (selanjutnya menjadi PPP) dan juga merupakan mantan Wakil Ketua DPRD Demak selama 4 periode. Seolah tak cukup dengan satu periode, istri Sukawi Sutarip (Walikota Semarang 2001-2010) ini kemudian kembali mencoba peruntungannya untuk menduduki kursi nomor satu Demak itu pada Pilkada 2006. Endang tetap maju pada Pilkada walaupun pada akhir periode kepemimpinannya terdapat penolakan dari warga atas pencalonannya kembali. Massa yang di motori oleh Gabungan Pelaksana Nasional Konstruksi Indonesia (Gapensi) Kabupaten Demak meminta Endang untuk tidak maju pada Pilkada 2006. Hal itu karena mereka menganggap bahwa Endang terlibat dalam pemotongan anggaran di semua proyek pemerintah daerah hingga separuhnya.

Pada saat itu, kepala daerah sudah dipilih langsung oleh rakyat. Ia kembali menggandeng kalangan ulama yaitu KH. Nurul Huda sebagai pasangannya untuk menjadi Wakil Bupati. Sayangnya dia gagal untuk menjadi Bupati terpilih. Status sebagai Bupati petahana, Ketua DPC PDIP Kabupaten Demak dan kuatnya parpol pengusung nyatanya tidak mampu mengambil hati warga Kabupaten Demak. Pada tahun 2013 kemudian diketahui bahwa Endang terlibat dalam kasus korupsi penyimpangan dana bantuan desa sebesar Rp 2,1 miliar. Ia ditangkap pada tahun 2014 setelah satu tahun buron dan dijatuhi hukuman satu

tahun penjara, denda sebesar Rp 50 juta serta harus mengganti kerugian negara sebesar Rp 2,1 miliar.

Setelah kegagalan Endang pada tahun 2006, sosok calon Bupati perempuan kembali muncul pada Pilkada Kabupaten Demak tahun 2011. Ia adalah Saidah Sakwan yang pada saat itu berpasangan dengan Haryanto. Saidah Sakwan merupakan seorang perempuan kelahiran Demak, 7 Juli 1971. Sebelum mencalonkan diri sebagai Bupati, ia sudah terlebih dahulu mempunyai karir politik yang cukup mentereng dengan menjadi sataf khusus Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan pada tahun 2001-2003 dan anggota DPR komisi X dan IV pada periode 2004-2009. Pasangan calon ini diusung oleh Partai Demokrat dan Partai Amanat Nasional. Dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Demak 2011 ini mereka menempati urutan perolehan suara ke dua, kalah dari pasangan petahana Tafta Zani-Dachirin Said.

Pada Pilkada serentak tahun 2020, muncul sosok Eisti'anah yang merupakan pendatang baru dalam dunia politik. Sebelumnya ia aktif bekerja di bidang kesehatan sebagai seorang dokter dan baru mengawali karir politiknya pada tahun 2019 di DPC PDIP Kab. Demak sebagai bendahara. Sementara itu, wakilnya Ali Makhsun merupakan seorang tokoh agama dari Nahdlatul Ulama (NU). Ali Makhsun aktif sebagai pengasuh pondok pesantren Al-Amin Suburan Mranggen, Demak sejak tahun 1995. Ia juga menjabat sebagai ketua Dewan Syura PKB Cabang Demak periode 2018-2023.

Ketika masih menggandeng Joko Sutanto sebagai pasangannya dan KH Ali Makhsun masih dipasangkan dengan Mugiyono, Eisti'anah menghadapi penolakan dari para ulama NU Demak. Penolakan tersebut disampaikan oleh

KH. Hanif Muslih pada saat penyelenggaraan Jalsah Ulama Nahdliyin Demak pada 12 Desember 2019 di Pondok Pesantren Futuhiyyah Mranggen. Kyai Hanif mengatakan bahwa pemimpin Demak haruslah seseorang yang boleh berkhotbah yang berarti bahwa perempuan tidak bisa melakukannya. Forum Jalsah Ulama NU Demak sepakat bahwa posisi bupati maupun wakil bupati harus diisi oleh laki-laki. Adanya perpecahan dukungan ulama karena ada dua figur yang maju dalam pilkada yaitu KH. Ali Makhsun yang berpasangan dengan Eisti'anah dan KH. Muhammad Badruddin yang berpasangan dengan Mugiyono.

Dalam pencalonan pertamanya, Eisti berhasil unggul 13% suara atas lawannya dengan memperoleh total 346.878 suara atau sebanyak 56,82%. Terlepas dari fakta bahwa pasangan ini memang diusung oleh koalisi gemuk yaitu PDIP,PKB, Golkar, PAN dan Demokrat, strategi kampanye politik yang digunakan menarik untuk dikaji. Eisti juga menghadapi tantangan tersendiri untuk meyakinkan warga Demak bahwa pemimpin perempuan berkompeten untuk menjadi pemimpin setelah adanya rekam jejak buruk dari Bupati perempuan terdahulu. Kemenangan tersebut menjadi sebuah capaian besar mengingat bahwa Eisti'anah merupakan calon bupati perempuan pertama di Kabupaten Demak yang terpilih melalui pilkada langsung.

Latar belakangnya yang bukan berasal dari dunia politik juga menambah daftar mengapa kemenangannya terasa berbeda karena ia berhasil mengalahkan Mugiyono yang memiliki riwayat karir politik lebih tinggi darinya. Eisti'anah baru terjun ke dunia politik pada tahun 2019 dengan menjadi wakil bendahara DPC Kabupaten Demak, sementara Mugiyono telah merasakan bangku

legislatif sebanyak dua kali yaitu menjadi anggota DPRD Demak periode 2004-2009 dan 2009-2014 serta anggota DPRD Jateng periode 2014-2019. Secara elektabilitas, Mugiyono sebagai politisi senior yang telah memiliki basis massa rill lebih diunggulkan. Adanya perpecahan dukungan dari kalangan NU saat ia masih dipasangkan dengan Joko Sutanto juga menjadi satu hal yang menarik untuk dikaji guna melihat bagaimana Eisti-Ali kemudian mampu membangun kembali jaringan dukungan dari kalangan tertentu. Oleh karena itulah penulis tertarik untuk meneliti mengenai strategi kampanye politik seperti apa yang digunakan oleh pasangan Eisti – Ali sehingga mampu mengantarkan mereka menduduki jabatan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Demak periode 2021-2024.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi kampanye politik pasangan Eisti'anah-Ali Makhsun dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Demak pada Pilkada Serentak 2020?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana strategi kampanye politik yang digunakan oleh pasangan Eisti'anah-Ali Makhsun sehingga mampu mengantarkan mereka terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Demak periode 2020-2024.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **a) Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dalam kluster gender dan politik. Penelitian ini memberikan

bukti empiris bagaimana strategi komunikasi, jaringan dan pendekatan kampanye yang dilakukan oleh aktor perempuan di tingkat lokal sehingga dapat dilihat bagaimana calon Perempuan menempatkan identitasnya pada realita sosiologis Masyarakat pemilih.

b) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bahwa dalam mempromosikan produk politik (kandidat, ideologi, visi misi) juga memerlukan strategi komunikasi tersendiri untuk meraih hasil sesuai dengan yang diinginkan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

## **1.5 Kerangka Teori**

### **1.5.1 Strategi Politik**

Setiap kontestasi politik yang diselenggarakan, sudah pasti akan didahului dengan sebuah kampanye. Kampanye merupakan salah satu tahapan krusial dalam perjalanan seorang kandidat pemimpin politik untuk meraih posisi yang diinginkannya. Kampanye politik merupakan sebuah sarana untuk menggerakkan dukungan massa terhadap seorang kandidat. Oleh karena itu, untuk mendapatkan dukungan tersebut maka diperlukan sebuah strategi kampanye yang tepat. Pembuatan strategi kampanye perlu memperhatikan 3 unsur penting yaitu tujuan (*ends*), sarana (*means*) dan cara (*ways*). 3 unsur tersebut berarti bahwa setiap strategi yang dibuat harus memiliki tujuan akhir yang jelas, ditunjang dengan sarana yang memadai dan dilakukan dengan cara-cara yang tepat dan taktis.

Larson (1992 dalam Venus 2018: 17) mengategorikan kampanye menjadi tiga jenis yaitu *product oriented campaign*, *candidate oriented campaign* dan *ideologically or caused oriented campaign*. Kampanye politik termasuk pada jenis *candidate oriented campaign* di mana tujuan dari adanya kampanye tersebut adalah untuk mendapatkan kekuasaan politik. Karena kekuasaan politik hanya akan diperoleh apabila kandidat memiliki suara terbanyak dari masyarakat pemilih, maka dilakukanlah kampanye sebagai media promosi baik bagi partai politik maupun bagi kandidat secara individu. Contoh-contoh jenis kampanye ini adalah kampanye pemilihan umum, kampanye pemilihan kepala daerah dan kampanye penggalangan dukungan bagi partai politik.

Menurut Schroder (dalam Gunawan, Bainus & Paskarina, 2020: 57) strategi politik adalah sebuah kerangka dari suatu langkah atau cara yang digunakan dalam rangka mewujudkan cita-cita politik. Dalam konteks pemilu, strategi politik digunakan sebagai cara untuk memenangkan kontestasi pemilu. Kemenangan akan didapatkan oleh kandidat politik saat Ia mampu mempersuasi pemilih agar memberikan dukungan dan suara kepadanya. Di sinilah strategi digunakan untuk menganalisa kekuatan dan potensi suara serta mengetahui pendekatan yang paling efektif dan efisien terhadap masyarakat pemilih.

Schroder mengategorikan strategi politik menjadi dua jenis yaitu strategi ofensif dan strategi defensif. Berikut adalah penjelasan dari kedua strategi tersebut:

- a. Strategi ofensif merupakan strategi yang digunakan untuk memperluas dukungan politik dan meningkatkan jumlah pemilih. Strategi ini umumnya diterapkan oleh kandidat atau partai politik yang ingin memperbesar pangsa pasar politiknya, baik dengan menarik pemilih baru maupun merebut pemilih dari lawan politik. Dalam pelaksanaannya, kampanye harus mampu menampilkan perbedaan yang jelas, menarik, dan meyakinkan dibandingkan dengan pesaing, sehingga publik memiliki alasan rasional untuk mengalihkan dukungannya. Strategi ofensif terdiri dari strategi memperluas pasar dan mempertahankan pasar
- b. Strategi defensif merupakan strategi yang digunakan untuk mempertahankan posisi politik dan menjaga basis dukungan yang telah dimiliki. Strategi ini lazim diterapkan oleh kandidat atau partai politik yang telah memiliki pangsa pasar politik yang kuat, misalnya petahana (*incumbent*) atau partai yang telah memiliki konstituen loyal. Tujuan utamanya adalah mencegah berkurangnya dukungan akibat serangan politik, perubahan preferensi pemilih, maupun kompetisi dari kandidat lain.

### **1.5.2 Modalitas dalam Politik**

Jika seseorang ingin berkuasa, pasti membutuhkan modal karena akan sulit sekali bahkan untuk sekedar dibayangkan seorang aktor sosial dapat mewujudkan ide, gagasan, tujuan politik dan tugas sosialnya tanpa memiliki sumber daya apapun. Modal politik ini sangat mempengaruhi strategi kampanye kandidat politik mulai dari perencanaan hingga penerapan

strategi tersebut. Para aktor yang mampu membangun, mengumpulkan dan menggali sumber daya politik dapat dipastikan memiliki posisi tawar-menawar yang lebih tinggi dibandingkan dengan aktor lain yang tidak memilikinya. Bagaimanapun juga, tidak dapat dipungkiri bahwa setiap politisi yang maju dalam kontestasi pemilihan harus memiliki atau paling tidak membangun modal politik yang kuat.

Dalam teori praktik sosial, Pierre Bourdieu (1986) menjelaskan bahwa kekuasaan dalam suatu bidang (*field*) tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan kekayaan ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan aktor mengakumulasi dan mengonversi berbagai bentuk modal (*capital*). Menurut Bourdieu, modal merupakan sumber daya yang dapat digunakan untuk memperoleh posisi, pengaruh, dan kekuasaan dalam suatu arena sosial, termasuk arena politik. Keempat bentuk modal tersebut adalah modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik. Masing-masing modal memiliki karakteristik yang berbeda, tetapi dapat saling dikonversi untuk memperkuat posisi seorang aktor politik.

Bourdieu mengkategorikan modal (*capital*) menjadi 4 macam yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Di bawah ini adalah penjelasan dari 4 modal tersebut:

a. Modal Ekonomi

Modal ekonomi merupakan sumber daya yang berbentuk kekayaan material, seperti uang, aset, tanah, maupun kepemilikan lainnya yang dapat secara langsung dikonversi menjadi nilai ekonomi.

Dalam konteks politik, modal ekonomi berfungsi sebagai sumber

pembiayaan berbagai aktivitas politik, seperti penyelenggaraan kampanye, produksi alat peraga kampanye, pemasangan iklan politik, survei elektabilitas, operasional tim pemenangan, hingga mobilisasi relawan. Kandidat yang memiliki modal ekonomi lebih besar umumnya memiliki peluang lebih luas untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi politik.

b. Modal Sosial

Modal sosial adalah keseluruhan sumber daya aktual maupun potensial yang diperoleh seseorang melalui kepemilikan jaringan hubungan sosial yang bersifat berkelanjutan dan dilembagakan, baik dalam bentuk keanggotaan organisasi maupun hubungan saling mengenal dan saling mengakui. Dalam konteks politik, modal sosial tercermin melalui jaringan partai politik, organisasi kemasyarakatan, organisasi keagamaan, komunitas lokal, tokoh masyarakat, relawan, maupun hubungan personal dengan pemilih. Semakin luas dan kuat jaringan yang dimiliki seorang kandidat, semakin besar pula kemampuannya untuk menyebarkan informasi politik, membangun kepercayaan masyarakat, serta melakukan mobilisasi dukungan.

c. Modal Budaya

Modal budaya merupakan seperangkat pengetahuan, keterampilan, pendidikan, kompetensi, gaya hidup, serta kemampuan intelektual yang dimiliki seseorang dan diakui bernilai dalam suatu masyarakat. Dalam bidang politik, modal budaya tampak pada kemampuan

kandidat menyusun visi-misi, menguasai isu publik, berkomunikasi secara persuasif, mengikuti debat politik, serta menunjukkan kompetensi kepemimpinan. Latar belakang pendidikan, pengalaman birokrasi, maupun profesi tertentu juga dapat meningkatkan legitimasi kandidat di mata pemilih karena dianggap mencerminkan kapasitas dan kualitas kepemimpinan.

d. Modal Simbolik

Modal simbolik merupakan bentuk modal yang memperoleh pengakuan, legitimasi, kehormatan, prestise, atau reputasi dari masyarakat. Dalam ranah politik, modal simbolik dapat berupa reputasi sebagai tokoh agama, akademisi, mantan pejabat, aktivis, dokter, pemimpin organisasi, maupun figur yang dikenal memiliki integritas dan dedikasi tinggi.

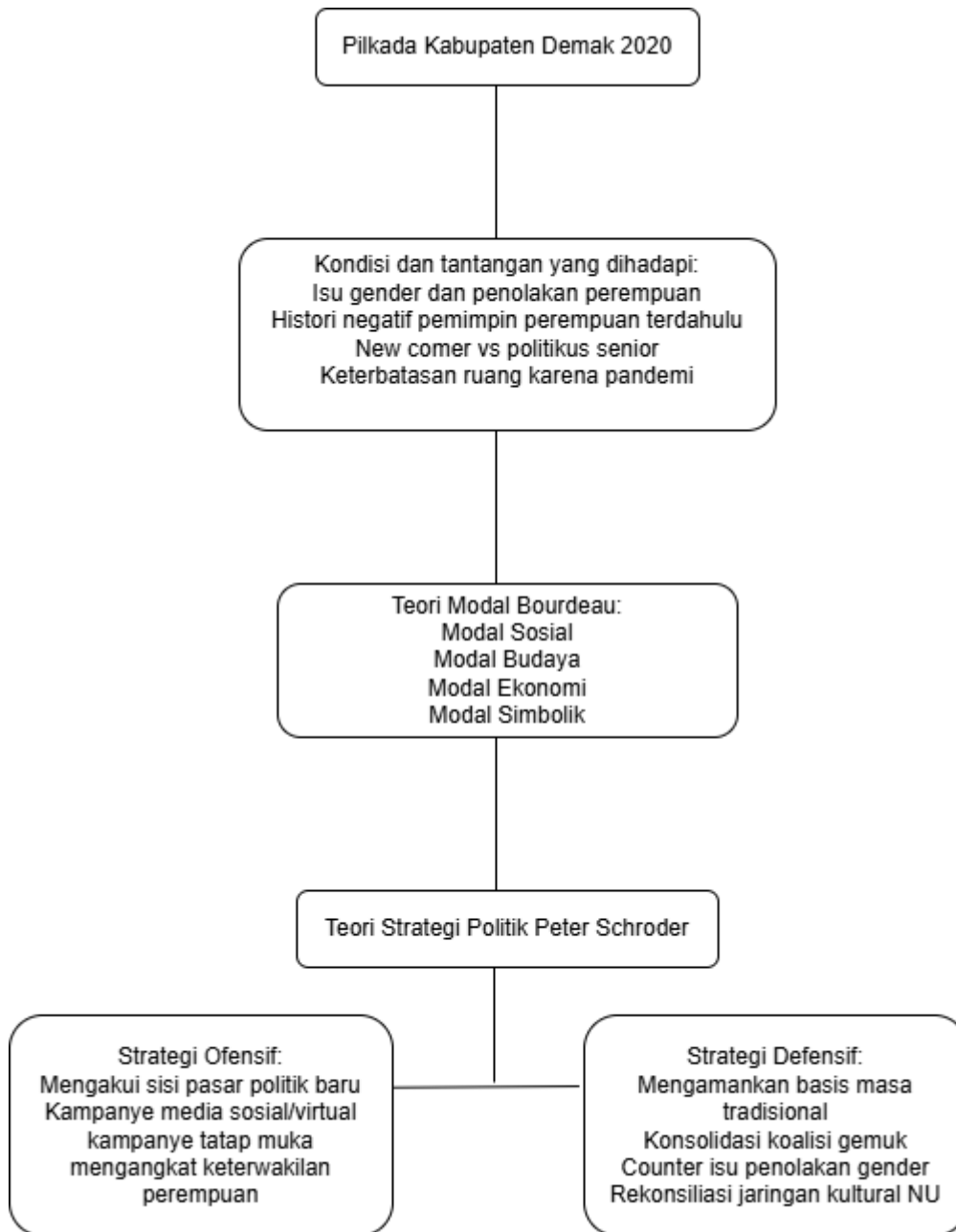
## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

Penelitian ini menganalisis mengenai bagaimana strategi kampanye politik yang digunakan oleh pasangan calon Eistianah-Ali Makhsun pada saat keikutsertaan mereka dalam kontestasi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Demak. Operasional konsep yang digunakan melibatkan dua teori yaitu strategi politik dan modal politik. Kedua teori tersebut akan saling berkesinambungan di mana teori strategi politik dalam penelitian ini digunakan untuk melihat seperti apa upaya dan seperti apa pola kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Eisti'anah-Ali Makhsun bersama timsesnya dan teori modal politik digunakan untuk melihat bagaimana modal politik yang dimiliki suatu pasangan calon berpengaruh terhadap strategi politik yang direncanakan.

**Tabel 1. 1**  
**Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Utama</b>	<b>Sub-Variabel</b>	<b>Indikator</b>
Strategi Politik (Peter Schroder)	Tindakan yang dirancang secara sistematis melalui pendekatan ofensif (perluasan) atau defensif (bertahan) untuk memenangkan pemilu	Strategi Ofensif	Perluasan basis dukungan secara geografis
			Akuisisi pemilih baru
			Mobilisasi masif dengan audiensi lapangan
		Strategi Defensif	Mengamankan basis suara utama melalui mesin partai
			Manajemen krisis dengan meredam penolakan yang bersifat kultural
			Merawat Jaringan Tradisional
Modal Politik (Pierre Bourdieu)	Merupakan akumulasi sumber daya berwujud dan tidak berwujud yang dimiliki kandidat untuk menggerakkan dukungan dan memenangkan pemilu	Modal Ekonomi	Dukungan Finansial
			Logistik Kampanye
		Modal Sosial	Pemanfaatan Jaringan yang dimiliki Paslon
		Modal Simbolik	Framing identitas Paslon
			Legitimasi Keagamaan
		Modal Budaya	Kompetensi dan keterampilan

## 1.7 Kerangka Berpikir



## 1.8 Metode Penelitian

### 1.8.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, yang didefinisikan oleh Creswell (dalam Raco, 2010) sebagai metode penelusuran untuk memahami suatu gejala sentral. Dalam pelaksanaannya, pemahaman terhadap gejala tersebut diperoleh melalui wawancara mendalam bersama

partisipan, menggunakan instrumen pertanyaan yang bersifat umum sebelum kemudian mengerucut secara spesifik pada topik pembahasan. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis untuk disajikan dalam bentuk deskripsi naratif. Merujuk pada Sukandarrumidi (2012), hasil penelitian kualitatif ini bersifat objektif namun terikat pada konteks ruang dan waktu tertentu.

Penelitian kualitatif ini memiliki beberapa resiko seperti permasalahan dalam reabilitas data karena subyektifitas yang ekstrim, banyak data yang kemungkinan akan terbuang karena tidak berarti, memerlukan waktu yang relatif lama, serta tidak menutup kemungkinan peneliti akan larut dalam persoalan yang dihadapi oleh subyek penelitian sehingga tidak mampu berperan sebagai peneliti yang objektif (Pramono, 2010: 18). Penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus, yang menurut Creswell (2009) merupakan strategi penelitian kualitatif untuk mengeksplorasi secara mendalam suatu program, aktivitas, peristiwa, proses, atau individu. Eksplorasi tersebut dibatasi oleh ruang lingkup waktu dan aktivitas, dengan pengumpulan data terperinci melalui berbagai prosedur yang berkesinambungan. Melalui pendekatan ini, peneliti bertujuan mendalami proses penyusunan hingga implementasi strategi kampanye politik yang dijalankan oleh pasangan calon Eisti'anah-Ali Makhsun pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak tahun 2020 di Kabupaten Demak.

### **1.8.2 Situs Penelitian**

Sesuai dengan studi kasus penelitian dan untuk mendapatkan data yang sesuai, penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Demak, Provinsi Jawa Tengah. Lokasi tersebut adalah tempat pasangan calon Eisti'anah-Ali Makhsun maju dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak tahun 2020 dan akhirnya berhasil menjadi Bupati dan Wakil Bupati Demak periode 2020-2024.

### **1.8.3 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini merupakan individu atau kelompok yang memiliki informasi relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Merujuk pada Sugiyono (2023), pertimbangan tersebut didasarkan pada kapasitas informan yang dianggap paling memahami fenomena yang dikaji, atau kedudukannya sebagai pemegang otoritas yang dapat memfasilitasi peneliti dalam mengeksplorasi objek serta situasi sosial di lapangan. Dikarenakan penelitian ini membahas mengenai strategi kampanye politik pasangan Eisti'anah-Ali Makhsun pada Pilkada Serentak tahun 2020 di Kabupaten Demak, maka dipilih orang-orang yang terlibat didalamnya sehingga mampu memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih adalah Ali Makhsun sebagai pasangan dari Eisti'anah pada Pilkada Serentak tahun 2020.

#### **1.8.4 Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Siyoto (2018: 67) berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber datanya. Data primer berbentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek penelitian (informan) yang dapat dipercaya dan berkenaan dengan variable yang diteliti. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang sifatnya terkini atau *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung dengan teknik pengumpulan data yang dapat digunakan antara lain observasi, wawancara, *focus group discussion* dan menyebarkan kuesioner.

Data sekunder dalam penelitian ini merujuk pada informasi yang diperoleh dari sumber pihak ketiga yang telah ada sebelumnya. Sumber data sekunder ini mencakup buku, jurnal, laporan, serta dokumentasi instansi, baik berwujud fisik maupun digital yang diakses melalui kanal resmi lembaga terkait. Keberadaan data sekunder ini dimanfaatkan sebagai instrumen pelengkap guna memperkaya analisis dan memperkuat data primer yang telah dikumpulkan oleh peneliti.

#### **1.8.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan menunjukkan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi yang dicari. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *in depth interview* dengan wawancara terstruktur. Metode wawancara terstruktur digunakan ketika peneliti sudah mengetahui dengan pasti informasi apa saja yang akan diperoleh. Oleh karena itu, sebelum melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Pada metode wawancara jenis ini, setiap informan diberikan pertanyaan yang sama, kemudian peneliti mencatat jawabannya. Selain membawa instrumen pertanyaan sebagai pedoman, beberapa alat seperti recorder, brosur dan foto dapat membantu jalannya proses wawancara.

## 2. Dokumentasi

Studi dokumen dapat menjadi pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari buku/literatur, jurnal penelitian terdahulu, artikel berita (cetak maupun *online*), arsip dan lain sebagainya yang dapat mendukung data penelitian.

### **1.8.6 Analisis dan Interpretasi Data**

Miles dan Huberman (1984 dalam Sugiyono, 2023: 133) menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus-menerus sampai tuntas, hingga mencapai titik jenuh data. Hal tersebut berarti bahwa seorang peneliti terjun ke lapangan dengan tujuan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya lalu setelah itu baru dianalisis secara keseluruhan

adalah hal yang tidak benar. Apabila dilakukan dengan cara seperti itu, dikhawatirkan akan banyak hal-hal yang tidak terekam sehingga data yang dikumpulkan menjadi tidak begitu berarti. Miles dan Huberman kemudian membagi analisis data menjadi 3 (tiga) tahapan yaitu:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Data yang telah terkumpul dari lapangan harus segera di reduksi mengingat data dalam penelitian kualitatif sangat banyak dan kompleks. Langkah mereduksi data ini dilakukan dengan cara merangkum, memilih hal-hal penting serta mencari pola dari data tersebut. Reduksi data membantu peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas sehingga dapat memutuskan arah pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data akan membuat data lebih terorganisir dan tersusun dalam sebuah pola hubungan sehingga akan lebih mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, pada umumnya penyajian datanya dilakukan dengan menjabarkan kedalam teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan (Conclusion Drawing)

Tahap akhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif hakikatnya merupakan temuan kebaruan (*novelty*) yang belum

pernah ada sebelumnya. Karakteristik temuan ini sejalan dengan sifat penelitian kualitatif yang hasilnya terikat pada konteks ruang dan waktu tertentu. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi komprehensif mengenai objek penelitian yang semula masih samar, hubungan kausalitas maupun interaktif, hingga perumusan hipotesis atau teori baru.

### **1.8.7 Kualitas Data**

Untuk menguji kredibilitas data, penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber satu dan lainnya. Menurut Sugiyono (2013: 241), tujuan penelitian kualitatif sebenarnya bukan semata-mata untuk mencari pembenaran, tetapi lebih kepada pemahaman subjek terhadap dunia di sekelilingnya. Dalam pemahaman tersebut, mungkin saja apa yang dikemukakan oleh informan adalah hal yang salah karena tidak sesuai dengan teori maupun tidak sesuai dengan aturan hukum.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan gambaran informasi secara utuh. Sementara triangulasi data ditunjukkan dengan digunakannya berbagai sumber data seperti hasil literatur, dokumen, arsip dan hasil wawancara. Wawancara juga dilakukan kepada beberapa orang untuk mendapatkan sudut pandang yang berbeda sehingga diharapkan bisa saling melengkapi dan memperkuat informasi yang diperoleh.