

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ada pernyataan yang mengungkapkan “Tidak ada demokrasi tanpa Pemilu.” Tampaknya pemilu menjadi prasyarat mutlak untuk menciptakan demokrasi. Pemilu menjadi sebuah jalan terwujudnya demokrasi. Tetapi mewujudkan pemilu yang demokratis bukankah pekerjaan mudah sebab praktek pemilu pada akhirnya hanya digunakan sebagai sebuah perhelatan procedural untuk pergantian kekuasaan atau unruk membentuk lembaga-lembaga politik (IDEA, 2000).

Ketidaksesuaian proses pemilu tentunya menjadi tantangan tersendiri. Pemilu yang dianggap sebagai sendi demokrasi tentunya pada penyelenggaraannya tidak terlepas dari kampanye pemilu. Kampanye pemilu mendapatkan legitimasi dari arti pemilu itu sendiri, karena pemilu adalah fondasi kebebasan individu (Pito et al., 2006).

Kampanye tersebut nantinya akan menjalin hubungan antara sang calon dengan masyarakat. Tujuannya adalah agar dapat membujuk sejumlah masyarakat yang akan memberikan suara untuk mendukung calon tersebut dalam Pemilihan umum. Pada sesi tersebutlah akan ada upaya-upaya identifikasi dan bagaimana citra dari seorang calon, menjelaskan pandangan calon terhadap adanya sebuah persoalan, ataupun terkait upaya untuk

memenuhi keinginan masyarakat di setiap wilayah dimana dilakukan kampanye tersebut.

Salah satunya yaitu yang terjadi dalam dunia olahraga yaitu sepak bola. Olahraga sepakbola merupakan olahraga yang digemari oleh semua orang, baik di nusantara maupun mancanegara. Penggemar dari sepakbola tidak hanya terbatas bagi kaum laki-laki semata, namun juga melibatkan kaum perempuan sekalipun. Tua, muda, remaja dan dewasa bukanlah penghalang untuk menyukai olahraga yang satu ini.

Ciri khas olahraga sepakbola ini tentunya menjadi berbeda dengan olahraga lainnya. Sepak bola juga bisa dikatakan mampu meningkatkan harkat dan martabat dari sebuah bangsa. Melalui sepakbola seringkali dalam upaya-upaya meningkatkan kehidupan bangsa kerap kali dimanfaatkan calon kandidat politik baik di tingkat nasional dan tingkat daerah, yang mana sepakbola tidak hanya menjadi alat yang dapat mengangkat potensi daerah atau kebudayaan daerah semata, akan tetapi menjadi media untuk menjaring modal sosial bagi seorang calon kandidat politik.

Sepak bola jelas tidak akan lengkap atau akan terasa hampa jika tidak ada suporter dengan beragam keunikan di dalamnya. Peran suporter juga cukup penting yaitu dalam hal memacu dan memotivasi semangat setiap tim sepakbola. Selain menjadi suatu asset yang berharga bagi tim sepakbola tentu kehadiran suporter akan lebih bermakna jika terdapat pengaturan yang baik pula di dalamnya. Pengelolaan yang baik tersebut mampu merekatkan

solidaritas yang kemudian menjadi semangat sebagai bentuk kebanggaan tersendiri bagi tim sepakbola.

Besarnya antusias suporter terhadap sepakbola, mendorong banyak unsur-unsur politik praktis yang masuk ke dalamnya. Banyak calon legislatif yang berusaha keras mencari dukungan suara. Upaya-upaya dalam mencari dukungan suara inilah menjadi bentuk modal sosial bagi para calon legislatif.

Menurut Bourdieu (1986: 249), menerangkan bahwa modal social adalah keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui. Arti lainnya yaitu dengan menjadi anggota suatu kelompok orang akan memperoleh dukungan dari modal yang dimiliki secara kolektif. Selanjutnya ia mengatakan bahwa besarnya modal social yang dimiliki seorang anggota dari suatu kelompok tergantung pada seberapa jauh kuantitas maupun kualitas jaringan hubungan yang dapat diciptakannya serta seberapa besar volume modal ekonomi, budaya dan social yang dimiliki oleh setiap orang yang ada dalam jaringan hubungannya, (Fathy, 2019).

Definisi tersebut menerangkan bahwa modal sosial yang dimiliki oleh seseorang ternyata mampu menjadi sumber kekuatan ataupun menjadi faktor pendorong seseorang dapat dilihat masyarakat. Masyarakat yang tergabung dalam sebuah kelompok social akan melihat seberapa jauh seseorang dapat memberikan kontribusi yang sesuai dan diharapkan oleh kelompok tersebut. Masyarakat pun melihat kualitas seseorang akan modal

sosialnya berdasarkan pada keunggulan dalam kepribadian yang meliputi etika, kepercayaan, dan jaringan (*network*).

Hal yang demikianlah seperti yang terjadi antara suporter PSIS Semarang dengan Yoyok Sukawi. PSIS Semarang merupakan satu-satunya tim sepakbola yang berasal dari Jawa Tengah, sehingga PSIS mampu berlaga dalam kancah persepakbolaan tingkat nasional. Tim PSIS berhasil menempati kasta tertinggi Liga Indonesia yaitu pada Liga 1. Prestasi tim PSIS juga tidak terlepas dari adanya pendukung atau supporter yang selalu setia mendukungnya.

Suporter PSIS lebih dikenal dengan Pasukan Pendukung Semarang Biru (Panser Biru). Saat ini anggota Panser Biru berjumlah sekitar 15.000 orang. Sebanyak 6000 orang diantaranya adalah anggota resmi atau yang memiliki Kartu Tanda Anggota (KTA). Meskipun sepak bola merupakan olahraga laki-laki namun kenyataannya terdapat sebanyak 700 orang wanita yang juga terdaftar sebagai anggota.

Pada tubuh Panser Biru terdapat koordinator wilayah atau biasa disebut dengan korwil. Korwil ini dibentuk untuk mempermudah kegiatan Panser Biru sendiri, seperti pembelian / pembagian tiket pertandingan dan pendataan anggota. Hal ini tentu membuat Panser Biru bisa menemani PSIS Semarang dimanapun dan kapanpun. Sepak bola yang diwakili PSIS bukan lagi menjadi sebuah tim sepak bola kebanggaan semata, tetapi menjadi identitas diri sebagai pengenalan atas kebudayaan Kota Semarang.

Jika melihat banyaknya jumlah supporter PSIS tentunya hal ini merupakan sebuah potensi atau peluang besar bagi calon kandidat politik. Alasan tersebut yang menjadikan sepakbola adalah cabang olahraga yang banyak dimasukkan kepentingan politik , sehingga sepakbola dan politik menjadi dua hal yang sulit terpisahkan. Kepentingan politik tersebut berupaya mencari banyaknya dukungan melalui kekuatan para supporter sepakbola. Unsur elemen politik praktis cepat atau lambat akan masuk kedalamnya. Para kandidat politik berlomba-lomba dalam mencari cara untuk mendapatkan dukungan suara melalui berbagai bentuk organisasi yang mampu membuat simpul kerumunan orang atau massa.

Adanya hubungan erat antara dunia politik dengan dunia olahraga yaitu diduga di dalam sebuah komunitas pecinta olahraga terdapat keinginan-keinginan tertentu yang berkaitan dengan kemajuan organisasi tersebut atau bahkan untuk meningkatkan club kecintaan para pendukung PSIS Semarang, maka dengan ini peran politik dimana yang diduga sebagai calon wakil rakyat yaitu Yoyok Sukawi berupaya untuk masuk ke dalam kepentingan tersebut dan berupaya dengan memanfaatkan memasukan modal sosial yang dimiliki guna mencari dukungan untuk Pemilihan Legislatif (Pileg) Tahun 2019

Keberhasilan Yoyok Sukawi tersebut diduga kuat tidak terlepas dari supporter PSIS yang menjadi daya dukung terbesarnya. Keterlibatan PSIS sebagai organisasi sepakbola tentunya memang tidak dapat dilepaskan dari seorang Yoyok Sukawi. Yoyok Sukawi sangat terkenal dan sangat akrab dengan dunia sepakbola memang sudah cukup lama. Yoyok Sukawi pun

mengawali karirnya sebagai manger tim hingga kini menjadi CEO PSIS. Pada salah satu situs online yaitu bola.com Yoyok Sukawi mengungkapkan bahwa dirinya membutuhkan perjalanan yang cukup panjang sampai menjadi seorang CEO, hal ini juga tidak terlepas dari dukungan sang ayah yaitu Sukawi Sutarip yang mengenalkan dunia sepakbola kepada Yoyok Sukawi.

Tubuh PSIS dengan focus utamanya yaitu para suporternya cukup memberikan dukungan yang sangat kuat. Keakraban suporter PSIS dengan Yoyok Sukawi diduga menjadi salah satu faktor dukungan terbesar bagi keberhasilan Yoyok Sukawi. Pihak yang memberikan dukungan untuk Yoyok Sukawi dalam Pileg 2019 juga menekankan keinginan mengenai arah perubahan bagi PSIS agar menjadi lebih baik.

Berbagai upaya yang telah dilakukan Yoyok Sukawi menjadi sebuah kekuatan besar hingga mampu memberikan sebuah *symbolic power* atas legitimasinya sebagai CEO di PSIS sehingga hal tersebut juga menjadi modal social dari Yoyok Sukawi. Selain itu Yoyok Sukawi yang telah lama meniti karirnya di PSIS, membuat dirinya makin dikenal dengan mudah oleh para suporter. Cukupnya pengalaman dalam mengelola dan memimpin PSIS menjadi bentuk modal kuat bagi seorang Yoyok Sukawi untuk dikenal masyarakat luas dalam pencalonannya dalam Pemilihan Legislatif (Pileg) 2019.

Seseorang yang dalam proses membangun modal sosial harus disertai dengan adanya proses membangun kepercayaan masyarakat, membentuk relasi sosial dengan masyarakat, dan berkontribusi dalam modal

sosial yang dimilikinya. Selanjutnya, para aktor politik akan memobilisasi para pemilih guna memenangkannya dalam *event* politik yang diikutinya.

Upaya Yoyok Sukawi dengan modal sosial yang dimilikinya, kemudian cukup membuat usahanya menjadi lebih berarti dan tidak sia-sia. Hal ini dilihat dari dukungan yang diperoleh Yoyok Sukawi yang dapat dilihat dalam salah satu postingan akun media sosial *Facebook*. Pemilik akun pribadi tersebut menyuarakan dukungannya untuk Yoyok Sukawi yang akan mengikuti Pileg 2019 pada saat itu.

Gambar 1. 1 Postingan Akun Facebook yang mendukung Yoyok Sukawi dalam Pileg 2019



Sumber : Facebook diakses pada tanggal 15 Juni 2021 Pukul 19.23

Gambar 1 menerangkan tentang salah satu unggahan akun *facebook* yang memposting beberapa foto. Gambar pertama menerangkan sekumpulan para pendukung PSIS yang tergabung dalam satu kelompok suporter yaitu Panser Biru yang sedang berfoto bersama. Terlihat ada juga foto yang

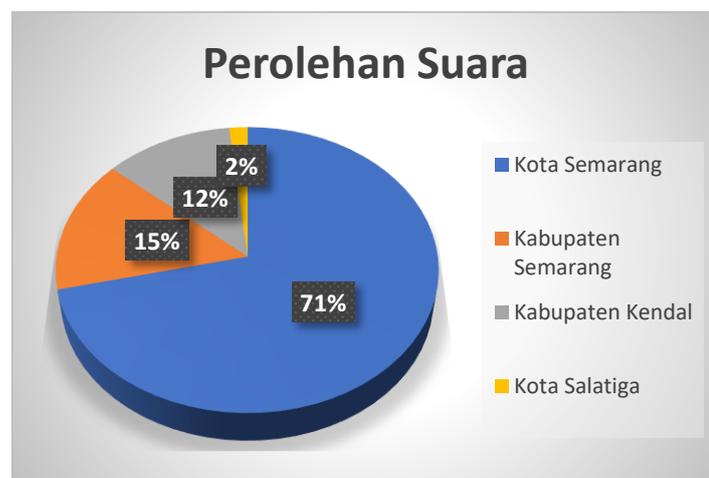
bertuliskan “Presiden Jokowi, DPR RI Yoyok Sukawi”. Adapun *caption* yang disertakan adalah :

*“Untuk indonesia lebih baik coblos jokowi, untuk PSIS Semarang yang lebih baik coblos Yoyok Sukawi cs. Untuk Kota Semarang dan Panser Biru yang lebih baik coblos podo Panser e”.*

Berdasarkan ungkapan dari unggahan salah satu akun media tersebut, benar adanya bahwa terdapat ungkapan-ungkapan yang menyatakan dengan jelas perihal dukungan dari suporter PSIS yang diberikan oleh seseorang kepada Yoyok Sukawi dalam pencalonannya ke DPR RI.

Yoyok Sukawi kemudian menjadi salah satu politisi asal Kota Semarang yang sukses dan berhasil melenggang ke Senayan sebagai calon legislative yang terpilih di DPR RI dari Dapil Jateng 1 yang berasal dari Partai Demokrat. Yoyok Sukawi berhasil menjadi salah satu politisi yang berhasil mendapatkan suara yang signifikan. Adapun perolah suara Yoyok Sukawi adalah sebagai berikut.

Gambar 1. 2 Perolehan Suara Yoyok Sukawi dalam Pileg 2019



Sumber : halosemarang.id diakses pada tanggal 16 Juni 2021 Pukul 12.12

Tabel 1 menjelaskan mengenai perolehan suara yang didapatkan oleh Yoyok Sukawi dalam Pemilu Legislatif Tahun 2019. Suara yang berhasil diperoleh di wilayah Kota Semarang yaitu sebesar 48.773 suara atau 71%, Kabupaten Semarang dengan perolehan 10.318 suara atau 15%, Kabupaten Kendal dengan perolehan sebesar 8.115 suara atau 12%, dan Kota Salatiga memperoleh sebesar 1.160 semua atau 1%. Total suaran yang berhasil dihimpun dari empat wilayah tersebut yaitu sebesar 68.366 suara, dengan demikian Yoyok Sukawi bisa melenggang ke Senayan sebagai anggota legislative Dapil Jateng 1.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana PSIS sebagai salah satu bentuk modal sosial yang berkontribusi dalam keterpilihan Yoyok Sukawi pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana PSIS sebagai salah satu bentuk modal sosial yang berkontribusi dalam keterpilihan Yoyok Sukawi pada Pemilu Legislatif 2019.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini antara lain :

### **1. Manfaat Teoritis :**

- a. Guna bagi keberadaan dan perkembangan Politik dan Ilmu Pemerintahan dari hasil penelitian ini

- b. Memberikan sumbangan informasi dan penentuan kebijakan oleh dan untuk lembaga atau instansi pemerintah yang terkait
- c. Memberikan sumbangan teoritik bagi perkembangan ilmu politik secara konseptual untuk mrnjrlaskan fenomena hubungan negara dengan rakyat.

2. Manfaat praktis :

- a. Digunakan sebagai pedoman bagi penelitian selanjutnya
- b. Menambah khasanah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dalam kaitannya dengan cara faktor PSIS sebagai salah satu bentuk modal sosial dalam keterpilihan Yoyok Sukawi dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019.

## **1.5 Kerangka Dasar Teori**

### ***1.5.1 Penelitian Terdahulu***

- a. Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ratnia Solihah dengan judul “Modal Sosial Jeje-Adang Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pangandaran Tahun 2015”. Hasil penelitian yang dilakukan bertujuan unutk menganalisis salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan Jeje-Adang dalam kemenangannya pada Pilkada Kabupaten Pangandaran Tahun 2015. Adapuun modal sosial dari Jeje-Adang meliputi faktor ketokohan, kapabilitas dan integrasinya, kepercayaan masyarakat, interaksi sosial dengan masyarakat, dan jarring-jaring sosial pendukung Jeje-Adang. Penelitian ini mengungkapkan bahwa modal sosial bereperan penting dalam kemenangan kandidat dalam kontestatsi politik, dan proses

pembentukan modal sosial tidak dapat dilakukan secara instan karena membutuhkan waktu yang lama (Solihah, 2019)

- b. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anyualatha Haridison dengan judul “Modal Sosial dalam Pembangunan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi konsepsi modal sosial dalam pembangunan, baik itu sumber, bentuk dan implikasi modal sosial bagi pembangunan. Modal sosial tersebut meliputi: sumber daya yang actual dan potensial, entitas yang terdiri dari struktur sosial dan entitas yang memfasilitasi tindakan individu, asosiasi yang bersifat horizontal, kemampuan aktor untuk menjamin manfaat, informasi, norma-norma, nilai-nilai, resiprioritas, kerjasama, dan jejaring. Modal sosial dinyatakan sebagai sumber yang dapat dipandang untuk investasi dalam memperoleh sumberdaya yang baru dalam masyarakat. Modal sosial ini menjadi syarat yang harus dipenuhi bagi pembangunan manusia, pembangunan ekonomi, sosial, politik dan stabilitas demokrasi (Haridison, 2013)
- c. Penelitian ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Doe Hidayat , Muhammad, Sukri dan Ariana yang membahas mengenai “Pemanfaatan Modal Sosial APPI Dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kota Makassar”. Penelitian dengan judul tersebut membahas mengenai perbandingan pemanfaatan dari modal sosial APPI yang terkait dengan Pemilihan Walikota Makassar yaitu dalam Pilkada Makassar tahun 2018 dan tahun 2020. Jaringan APPI ini merupakan organisasi dengan latarbelakang himpunan para pengusaha atau pebisnis yang memiliki jaringan bisnis

yang luas yang mana masih merupakan bagian dari keluarga besar Bosowa *Corporation* dan *Kalla Group*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan pemanfaatan modal sosial yang dilakukan Appi, hal ini dibuktikan dengan penggunaan modal sosial pada tahun 2020 dilakukan lebih maksimal dibandingkan dengan tahun 2018. Modal sosial yang digunakan yaitu memfokuskan pada jaringan (*network*) sebagai basis pemenangan, hal ini berakibat pada peningkatan solidaritas dan efektifitas upaya mencari dukungan suara di kalangan Appi. (Doe et al., 2020)

- d. Penelitian ke empat yaitu dilakukan oleh Nihayatus Sa'adah yang berjudul "Sepakbola dan Politik, Studi Keterlibatan LA Mania Dalam Pemenangan Kandidat Pemilukada Lamongan 2010". Penelitian ini tujuannya yaitu untuk menjelaskan tentang sepakbola dan politik terkait bagaimana keterlibatan LA Mania dalam pemilukada Lamongan tahun 2010. Hasil penelitian ini yaitu dengan jumlah anggota LA Mania yang besar, kemudian juga menjadi suatu hal yang banyak diperebutkan banyak pihak terlebih lagi saat menjelang pemilukada. Kelompok tersebut menjadi tidak pernah terlepas dari rezim elite yang berkuasa saat itu dan terkesan menjadi lebih dari mesin politik. (Saadah, 2013)
- e. Penelitian kelima dilakukan oleh Indah Adi Putri dengan judul "Jaringan Kekerabatan Matrilineal Sebagai Modal Sosial Perempuan Caleg Dalam Pemilu 2014". Penelitian tersebut membahas tentang jaringan kekerabatan matrilineal yang kemudian dijadikan sebagai modal sosial oleh caleg perempuan dalam Pemilu 2014. Hal ini didasarkan pada budaya

Minangkabau yang mengannut sistem kekerabatan tersebut dan kemudian menjadi modal sosial yang kuat sebagai bentuk strategi politik dalam mencari dukungan suara. Penelitian ini pun dilakukan terhadap tiganorang caleg perempuan yang mencalonkan diri maju ke DPRD Sumatera Barat. (Putri, 2018)

Berdasarkan paparan singkat penelitian terdahulu, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisa bagaimana PSIS sebagai salah satu bentuk modal sosial dalam keterpilihan Yoyok Sukawi pada Pemilu Tahun 2019. Modal sosial yang disorot yaitu terkait dengan jaringan dan kepercayaan yang dibangun oleh Yoyok Sukawi hingga akhirnya menjadi suatu dasar modal sosial yang kuat bagi dirinya dalam pencalonan Pemilu 2019. Hal ini juga didasarkan kepada lima jenis penelitian terdahulu yang hampir secara keseluruhan membahas beberapa teori bahwa modal sosial terbentuk melalui adanya kepercayaan dan jaringan, sehingga penelitian ini juga memfokuskan kepada dua hal tersebut untuk diteliti.

### ***1.5.2 Modal Sosial***

Perlu kita ketahui bahwa modal sosial terbagi menjadi beberapa jenis. Menurut Field (2008: 13-15) jenis modal sosial yang sering untuk diinvestasikan dalam rangka mendapatkan berbagai keuntungan ekonomi atau manfaat sosial (Usman, 2018:2-4). Pertama, modal finansial (*financial capital*) yang selalu membahas mengenai upaya dalam mengelola, meningkatkan, mengalokasikan dan menggunakan dana yang dimiliki oleh perorangan, organisasi, kelompok atau komunitas sebagai sumberdaya

moneter (keuangan) yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial melalui kegiatan produktif.

Kedua, yaitu modal fisik (*physical capital*) yang membahas mengenai faktor produksi barang dan jasa yang mendatangkan keuntungan ekonomi dan manfaat sosial. Ketiga, modal manusia (*human capital*) yang membahas mengenai usaha mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan kepandaian, keterampilan (*skill*), tingkat dan keragaman pendidikan serta pengalaman sebagai sumber daya manusia yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan atau manfaat sosial melalui kegiatan produktif.

Keempat, modal sosial (*social capital*) yang membahas tentang upaya mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan relasi-relasi sosial sebagai sumber daya yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial. Modal sosial ini di dalamnya terdapat relasi-relasi yang memiliki norma-norma yang mampu memberikan jaminan, nilai-nilai yang menghargai perkembangan (*trust*), serta melembagakan hubungan yang saling menguntungkan (*reciprocal relationship*). Modal sosial tentunya akan terlihat keberadaannya hanya apabila seseorang telah menjalin relasi-relasi sosial.

Menurut Koput (2014:4-6) peranan dari modal sosial yang dilakukan oleh seseorang untuk dapat mendayagunakan relasi-relasi sosial menjadi sumber daya dapat kita lihat melalui cara seseorang tersebut merealisasikannya (Usman, 2018:5-6). Pertama, relasi sosial memfasilitasi aliran informasi tentang beragam kebutuhan lingkungan, sehingga makin luas

jejaring relasi sosial maka makin banyak pula informasi yang di dapatkan. Kedua, relasi-relasi sosial memiliki hubungan positif dengan pengaruh yang mampu menjadi kekuatan memobilisasi dukungan sehingga posisi tawar kekuasaan juga semakin kuat. Ketiga, relasi sosial merupakan media menumbuhkan kepercayaan (*trust*) sehingga hubungan yang dikembangkan akan menguntungkan satu sama lain. Keempat, relasi sosial sebagai media untuk mempertegas identitas seseorang agar mudah dikenal dan mengembangkan hubungan dengan saling menghargai.

Beberapa ahli kemudian juga mengemukakan pandangannya mengenai modal sosial ke dalam definisi-definisi yang berkaitan pula dengan modal sosial.

Menurut Bourdieu (1986: 249), menerangkan bahwa modal sosial adalah keseluruhan sumberdaya baik yang aktual dan potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui. Pengertian lainnya adalah dengan menjadi anggota kelompok, orang akan mendapatkan dukungan dari modal yang dimiliki secara kolektif. Selanjutnya ia mengatakan bahwa besarnya modal sosial yang dimiliki seorang anggota dari suatu kelompok tergantung pada seberapa jauh kuantitas maupun kualitas jaringan hubungan yang dapat diciptakannya serta seberapa besar volume modal ekonomi, budaya dan social yang dimiliki oleh setiap orang yang ada dalam jaringan hubungannya (Fathy, 2019:2)

Sejalan dengan gagasan menurut Bhandari dan Yasinoubu (2009) mendefinisikan modal sosial yaitu terutama berakar pada gagasan kepercayaan, norma, dan jaringan informal dan percaya bahwa relasi sosial adalah sumber daya yang berharga, (Fathy, 2019:3).

Kedua gagasan atau definisi tersebut menerangkan bahwa modal sosial yang dimiliki oleh seseorang ternyata mampu menjadi sumber kekuatan ataupun menjadi faktor pendorong seseorang dapat dilihat masyarakat. Masyarakat yang tergabung dalam sebuah kelompok social akan melihat seberapa jauh seseorang dapat memberikan kontribusi yang sesuai dan diharapkan oleh kelompok tersebut. Masyarakat pun melihat kualitas seseorang akan modal sosialnya berdasarkan pada keunggulan dalam kepribadian yang meliputi etika, kepercayaan, dan jaringan (*network*).

Definisi lain mengenai modal sosial juga diungkapkan oleh Robert D. Putnam, modal sosial mengacu pada hubungan antara individu atau jaringan sosial, norma-norma, dan kepercayaan yang timbul diantara mereka. (Doe et al., 2020:300)

Definisi dari Robert D. Putnam dapat disimpulkan bahwa Modal sosial terdiri dari beberapa elemen penting yang perlu dihadirkan seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan yang terkoordinasi.

Robert D. Putnam juga membagi modal sosial ke dalam dua bentuk, yaitu : Pertama, modal sosial yang menjembatani (*bridging social capital*). Modal sosial ini menghubungkan orang-orang dan kelompok sosial yang

berbeda-beda. Modal sosial yang menjembatani tersebut dapat juga digunakan untuk menghubungkan sumber daya eksternal; menjamin arus informasi; dan menciptakan identitas yang menjembatani tersebut dapat juga digunakan untuk menghubungkan sumber daya eksternal; menjamin arus informasi; dan menciptakan identitas yang berbeda-beda. Kedua, modal sosial yang mengikat (*bonding social capital*). Modal sosial ini memperkuat homogenitas dan mengikat orang-orang atau kelompok sosial yang serupa dan bersifat eksklusif. Modal sosial mengikat juga dapat membantu memobilisasi hubungan timbal balik dan solidaritas, serta memperkuat identitas dan hubungan timbal balik.

Secara garis besar menurut Robert D. Putnam adapun komponen-komponen yang terdapat dalam modal sosial yang telah melekat dalam relasi-relasi sosial (Usman, 2018:30) adalah sebagai berikut:

1. *Trust* (kepercayaan) atau nilai-nilai positif yang menghargai perkembangan atau prestasi
2. Norma sosial dan obligasi
3. Jejaring sosial yang mejadi wadah kegiatan sosial, terutama dalam asosiasi-asosiasi sukarela (*voluntary associations*).

Putnam meyakini bahwa adanya asosiasi memiliki peranan yang penting dalam mengembangkan modal sosial. Asosiasi tersebut diyakini efektif dalam hal menyalurkan informasi. Biasanya asosiasi sukarela tersebut memiliki hubungan yang saling menguntungkan yaitu terkait dengan faktor

dalam menumbuhkan kepercayaan (*trust*) atau nilai-nilai positif yang menghargai perkembangan (Usman, 2018:31)

Berbicara mengenai konteks pilkada, modal sosial berkaitan dengan bangunan relasi dan kepercayaan (*trust*) yang dimiliki oleh pasangan calon dengan masyarakat yang memilihnya. Termasuk di dalamnya adalah sejauh mana pasangan calon itu mampu meyakinkan para pemilih bahwa mereka itu memiliki kompetensi untuk memimpin daerahnya dan memiliki integritas yang baik. Suatu kepercayaan tidak akan tumbuh begitu saja tanpa didahului oleh adanya pengenalan. Tetapi, keterkenalan atau popularitas saja kurang bermakna tanpa ditindaklanjuti oleh adanya integritas. (Marijan, 2010:91)

Berkaitan dengan pembahasan mengenai modal sosial dalam bingkai pilkada maka dalam hal ini penting bagi seorang calon kandidat politik untuk membangun hubungan atau jejaring sosial serta membangun kepercayaan yang kuat di lingkungan masyarakat. Kekuatan dua hal yaitu jejaring dan kepercayaan bertujuan untuk memastikan dan lebih dapat meyakinkan masyarakat sebagai pemilih terhadap calon kandidat politik yang akan dipilihnya. Langkah awal yang dapat dilakukan kandidat politik tentunya yaitu dengan pendekatan diri kepada masyarakat untuk selanjutnya bisa berlanjut ke tahapan berikutnya untuk menjalin kedekatan dengan masyarakat.

Modal sosial juga didefinisikan sebagai kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum di dalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu dari masyarakat tersebut. Selain itu, konsep ini juga diartikan sebagai

serangkaian nilai atau norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama, (Kuswandro, 2010).

Modal sosial yang berkaitan dengan pembangunan relasi dan kepercayaan yang dimiliki oleh calon anggota legislatif dengan masyarakat yang memilihnya. Termasuk di dalamnya adalah sejauh mana calon anggota legislative itu mampu meyakinkan para pemilih bahwa mereka itu memiliki kompetensi untuk menjadi wakilnya di parlemen dan memiliki integritas yang baik. Suatu kepercayaan tidak akan tumbuh begitu saja tanpa didahului adanya pengenalan, tetapi keterkenalan atau popularitas saja bermakna kurang tanpa ditindaklanjuti oleh adanya integritas.

Melalui modal sosial yang telah dimiliki, para kontestan tidak hanya dikenal oleh para pemilik hak suara. Lebih dari sekedar itu, apalagi pengenalan yang dilakukan secara langsung dan tanpa adanya jarak, para pemilik hak suara bisa melakukan penilaian apakah calon anggota legislative yang ada itu benar-benar layak dipilih atau tidak. Seseorang yang dikatakan memiliki modal social, berarti kontestan itu tidak hanya dikenal oleh masyarakat melainkan juga diberi kepercayaan.

Berdasarkan penjelasan yang telah di paparkan maka modal sosial yang dilihat dalam konteks Pemilihan Umum Legislatif juga memfokuskan bahwa modal sosial (*social capital*) terdiri dari :

**a. Jaringan sosial (*social network*)**

Paradigma jaringan sosial melihat hubungan sosial sebagai suatu proses reproduksi dan rekonstruksi sosial yang terus-menerus dalam kehidupan manusia sehingga memandang keterampilan, kemampuan, pengetahuan, symbol dan nilai dominan, pranata sosial, struktur sosial dan kebudayaan adalah sebagai sebuah hasil dari interaksi dan hubungan sosial antarmanusia. Jadi, premis dasar tentang hubungan sosial adalah modal sosial, secara sederhananya adalah investasi dalam hubungan, bahkan bisa mendatangkan “keuntungan-keuntungan”, tertentu yang seringkali belum terbayangkan pada saat interaksi dan hubungan sosial itu terjadi. (Agusyanto, 2012:44)

Jaringan sosial adalah sebuah hubungan yang diperlukan dalam kehidupan masyarakat yang di dalamnya berkembang ikatan solidaritas. Hubungan solidaritas oleh Emile Durkheim dibagi menjadi dua, yakni solidaritas mekanik dan solidaritas organic. Solidaritas mekanik terbentuk karena adanya persamaan dan kesadaran kolektif bersama. Sedangkan solidaritas organic terbangun karena adanya perbedaan peran dan fungsi sehingga anggota komunitas merasa saling membutuhkan. (Doe et al., 2020:301)

Jaringan sosial terdiri atas jaringan formal dan informal, yang diawali keanggotaannya dari sebuah asosiasi atau organisasi, yang kemudian membentuk hubungan yang saling simpatik. Jaringan sosial juga dapat disusun secara horizontal dan vertikal. Jaringan horizontal

mempertemukan orang dari status dan kekuasaan yang sama, sedangkan jaringan vertikal merupakan gabungan dari individu yang berbeda dan berada dalam relasi yang tidak simetris dalam hirarki dan ketergantungan. (Doe et al., 2020:301)

Beberapa contoh jaringan sosial yang dapat ditemukan dalam masyarakat, seperti jaringan kekerabatan, asosiasi profesi, bisnis, klub olahraga, lembaga swadaya masyarakat, organisasi kemasyarakatan, birokrasi, dan lainnya. (Doe et al., 2020:301)

Menurut Burt (2001:31) telah menggolongkan jejaring ke dalam dua kategori yaitu *structural holes* atau jejaring yang ditandai oleh peran penghubung atau jembatan (*broker*) dan *network closure* atau jejaring yang ditandai oleh interkoneksi antar actor yang amat kuat (tanpa *broker*) (Usman, 2018:43)

#### **b. Kepercayaan sosial (*social trust*)**

Menurut Robert D. Putnam, modal sosial meniscayakan adanya kepercayaan. Kepercayaan diibaratkan seperti pelumas kehidupan. Semakin tinggi tingkat saling percaya dalam suatu komunitas, semakin tinggi pula kemungkinan terjalinnya kerjasama. Kepercayaan sosial dalam lingkungan modern dapat tumbuh dari dua elemen lainnya, yaitu jaringan yang mengikat dan normal timbal balik yang berlaku di dalamnya. (Doe et al., 2020:301)

Sejalan dengan pendapat dari Francis Fukuyama yang menyatakan bahwa kepercayaan sebagai unsur dasar modal sosial:

“Modal sosial adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan abadi di tengah-tengah masyarakat atau pada bagian tertentu dari masyarakat tersebut.”(Fukuyama,1995:26) (dalam Field, 2018:102)

Definisi dari Fukuyama menyimpulkan bahwa kepercayaan menjadi unsur utama dan unsur yang paling penting dalam membangun modal sosial.

Definisi mengenai kepercayaan sosial banyak diungkapkan oleh banyak pihak. Salah satu definisi tentang *social trust* juga disampaikan oleh Gabby dan Leender (2003:553-83) dalam (Usman, 2018:50)

“..... *a set of beliefs about the other party (trustee), which lead one (trustor) to assume that the trustee's actions will have positive consequences for the trustor's self.*”

Pada definisi tersebut mengungkapkan tentang sedikitnya terdapat tiga hal yang harus diperharikan yaitu *belief* (keyakinan) , *trustor* (pihak yang menaruh kepercayaan) dan *trustee* (pihak yang dipercaya).

Membahas mengenai *trust*, pada dasarnya *trust* yang tumbuh dan berkembang dalam kehidupan kelompok mustahil terjadi secara kebetulan atau tidak terjadi secara tiba-tiba. Trust terjadi melalui proses yang melibatkan hubungan antar aktor-aktor yang terhimpun dalam kelompok atau komunitas. (Usman, 2018:51)

Terdapat beberapa hal menurut Herreros (2004:52-71) yang menyatakan penyebab tumbuhnya *trust* terkait tiga hal (Usman, 2018:51-53). Pertama, *trust* terkait persepsi individual aktor terhadap aktor lain yang terhimpun dalam suatu komunitas masyarakat. Artinya seorang individu menaruh kepercayaan pada individu lain meskipun tidak

mengenalnya secara pribadi namun ketika mampu menampilkan kesan baik meliputi sikap dan tindakan boleh jadi individu tersebut merasa percaya.

Kedua, *trust* terhadap nilai-nilai positif yang dapat menciptakan perubahan. Hal ini akan berkaitan dengan kemampuan individu dari seorang aktor dalam memahami nilai dan norma sosial yang melekat dalam kelompok atau komunitas masyarakat. Meskipun nilai dan norma tersebut sifatnya memaksa, akan tetapi melalui nilai dan norma mampu ditempatkan sebagai pengikat solidaritas sosial atau sebagai pedoman dalam menyelesaikan berbagai bentuk konflik dan penyimpangan.

Ketiga, *trust* terkait dengan kemampuan dalam melakukan transformasi nilai-nilai dan norma-norma sosial yang menjadi referensi sikap dan tindakan tersebut ke dalam kehidupan nyata. Sifat dari nilai dan norma yang meskipun memaksa, namun pada dasarnya bertujuan agar tetap menjaga jalinan relasi atau jejaring yang telah terbangun.

Melihat dari perspektif modal sosial, kepercayaan atau *trust* yang berada pada dimensi yang berlainan bisa menjadi cara untuk dapat merepresentasikan berbagai cara dalam mengakses sumber daya. Dapat dikatakan pula bahwa kepercayaan telah memainkan peran penting atau vital dalam memperoleh akses manfaat jaringan sosial. (Field, 2018:103)

## 1.6 Operasionalisasi Konsep

### 1. Modal Sosial

Modal sosial merupakan sumber kekuatan yang mampu dilihat kemudian dirasakan oleh masyarakat. Modal sosial tersebut dapat tercipta karena bersumber dari jaringan sosial (*social network*) dan kepercayaan sosial (*social trust*). Melalui modal sosial masyarakat akan lebih mudah untuk mengetahui kontribusi aktif yang dilakukan oleh seseorang khususnya calon kandidat politik, sehingga dengan demikian kualitas dari seorang calon kandidat politik dapat dinilai langsung oleh masyarakat. Modal sosial juga menjadi salah satu kekuatan yang harus dimiliki calon kandidat politik untuk dapat mencapai kemenangan. Modal sosial dapat menjadi penghubung setiap individu dan kelompok yang memiliki kesamaan atau bahkan memiliki perbedaan. Makin kuat modal sosial maka akan semakin kuat terkait dengan solidaritas individu-individu yang tergabung di dalamnya. Proses seperti ini tentunya ada hubungan timbal balik antara satu sama lain, yaitu antara masyarakat sebagai pemilih dan calon kandidat politik.

### 2. Jaringan Sosial (*Social Networks*)

Jaringan sosial merupakan bentuk interaksi yang terjalin melalui relasi-relasi sosial yang ada. Semakin besar dan banyaknya relasi sosial yang dimiliki maka akan semakin besar pula informasi-informasi yang di dapatkan, tentunya untuk manfaat sosial. Di dalam jaringan sosial tersebut juga biasanya akan tumbuh terkait dengan hubungan atau

solidaritas sosial meskipun di dalamnya terdapat berbagai kemajemukan latarbekakang namun meskipun demikian tetap memiliki kesamaan tujuan dan keinginan dari komunitas sosial tersebut. Jaringan sosial dapat terbentuk melalui berbagai latarbelakang profesi, kegemaran, atau komunitas organisasi yang ada di masyarakat.

### 3. Kepercayaan Sosial (*Social Trust*)

Kepercayaan adalah salah satu hal yang tidak mudah untuk dibangun. Upaya untuk menciptakan suatu kepercayaan di masta masyarakat memerlukan usaha yang keras. Kepercayaan timbul dari seseorang ketika melihat, merasakan dan menilai adanya kecocokan atau kesan baik yang dimiliki oleh seseorang (calon kandidat politik). Tingginya tingkat kepercayaan di dalam suatu komunitas maka akan semakin mudah untuk melakukan dan menciptakan kerjasama yang baik antara satu sama lain. Tumbuhnya kepercayaan seseorang bukan berdasarkan individu tersebut mengenal secara pribadi atau tidak, namun hal ini lebih melihat pada sisi nyata atau tindakan yang dilakukan. Upaya untuk menciptakan kepercayaan sosial (*social trust*) maka yang harus diperhatikan yaitu mengenai kepercayaan itu sendiri, orang yang dipercaya (seperti halnya calon kandidat politik), dan orang yang memberikan kepercayaan (seperti masyarakat).

## 1.8 Metode Penelitian

### 1.7.1 Desain Penelitian

Penelitian kualitatif adalah upaya untuk memahami situasi dalam keunikan mereka sebagai bagian dari konteks tertentu dan interaksi di sana (Patton, 1980). Karakteristik kedua dari semua bentuk penelitian kualitatif adalah bahwa peneliti adalah instrumen utama untuk pengumpulan dan analisis data. (Aminah & Roikan, 2019)

Pada penelitian menggunakan format deskriptif kualitatif. Penelitian sosial menggunakan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengkritik kelemahan penelitian kuantitatif (yang terlalu *positivism*), serta juga bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu, (Bungin, 2007:68).

Kesimpulan dari kedua definisi yang ada, maka Penelitian ini dilakukan untuk dapat memaparkan apa adanya berdasarkan data-data yang diperoleh di lapangan serta untuk memperoleh informasi-informasi tentang keadaan yang terjadi sekarang. Selain itu juga untuk melihat kaitan antara variabel yang ada dan sifatnya yang juga tidak menguji dugaan sementara atau hipotesa, akan tetapi lebih memaparkan informasi yang diperoleh dan bersifat objektif. Berdasarkan definisi tersebut penelitian ini menggunakan kata tanya “apakah” yang maknanya untuk mencari dan menganalisa apa

yang terjadi berkaitan dengan strategi political marketing yang dilakukan oleh Yoyok Sukawi pada Pemilu Legislatif 2019.

### ***1.7.2 Situs Penelitian***

Situs penelitian ini adalah Kota Semarang,

### ***1.7.3 Subjek Penelitian***

Subjek penelitian dalam hal ini adalah orang yang memberikan informasi dalam penelitian ini dan memiliki kedudukan yang sama seperti peneliti. Kesejajaran posisi peneliti dan sumber atau subjek penelitian memberi peluang kepada subjek penelitian untuk dapat mengungkapkan sesuatu sebagaimana adanya. Ia tidak perlu merasa takut atau merasa tertekan akibat informasi yang diberikan, (Yusuf, 2014:355).

Subjek Penelitian tersebut diperoleh dengan menggunakan metode Snowball Sampling. Snowball dapat diartikan sebagai bola atau gumpalan salju yang bergulir dari puncak gunung es yang makin lama makin cepat dan bertambah banyak. Dalam konteks ini snowball sampling diartikan sebagai memilih sumber informasi mulai dari sedikit kemudian makin lama makin besar jumlah sumber informasinya, sampai pada akhirnya benar-benar dapat diketahui sesuatu yang ingin diketahui dalam konteksnya, (Yusuf, 2014:369).

Menurut kedua definisi yang telah dijelaskan, maka subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pertama yaitu Ketua Panser Biru, kedua yaitu Asisten Manager PSIS Semarang, ketiga yaitu Manager PSIS Semarang sekaligus sebagai perwakilan DPC Partai Demokrat Kota Semarang, Koordinator Wilayah Panser Biru, dan anggota Panser Biru.

#### ***1.7.4 Jenis Data***

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif yaitu nilai dari perubahan-perubahan yang tidak dapat dinyatakan dalam angka-angka atau statistik, (Pasolong, 2012). Data kualitatif yaitu data yang berupa kata dan atau kalimat, gambar, skema yang belum diangkakan. Kategori untuk penelitian yang menggunakan data yang bentuknya bukan dalam skala rasio, akan tetapi bentuknya dalam skala lebih atau sering disebut skala nominal, ordinal, maupun interval yang keseluruhnya dapat dikategorikan, sehingga demikian dapat dikategorikan secara jelas apa yang akan disamakan maupun apa yang dibedakan untuk mampu menjawab berbagai permasalahan yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Penelitian mengenai startegi political marketing yang dilakukan oleh Yoyok Sukawi dalam Pileg 2019 terkait data yang diperoleh juga berupa kalimat, gambar, dan suara berdasarkan pada perolehan data yang didapatkan oleh penulis.

#### ***1.7.5 Sumber Data***

Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif yaitu kata-kata, tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. (Basrowi, 2008:169). Berkaitan dengan hal tersebut, data menurut sumbernya dibagi menjadi dua yaitu :

1. Data Primer :

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data (peneliti) dari objek penelitiannya). Jadi data primer yaitu data yang

dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya. Data primer merupakan data sensus karena dikeumpulkan, diolah, serta diterbitkan oleh Biro Pusat Statistik, (Pasolong, 2016:70). Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah Ketua Panser Biru, Asisten Manager PSIS Semarang, dan Manager PSIS Semarang sekaligus perwakilan DPC Partai Demokrat Kota Semarang, Koordinator Wilayah Panser Biru, dan anggota Panser Biru.

## 2. Data Sekunder :

Data sekunder yaitu semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Jadi data sekunder yaitu data yang dikumpulkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya. Data yang diperoleh dari peneliti lain atau dari catatan di Instansi,, atau dari mana saja yang sudah diolah, merupakan data sekunder, (Pasolong, 2016:70). Data sekunder yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu :

- a) Data Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) RI ; Data RPJMD Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018; Data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah ; Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018
- b) Sumber berita seperti Halo Semarang.id ; Ayo Semarang.com ; postingan akun facebook

### ***1.7.6 Teknik Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara yang terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai

teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh, (Sugiyono, 2015:233). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka pedoman wawancara terstruktur tersebut digunakan hanya terkait dengan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan melalui interview guide yang telah dibuat.

### ***1.7.7 Analisis dan Interpretasi Data***

Penelitian ini menggunakan model analisis data yang disebut sebagai model interaktif oleh Huberman dan Miles. Menurut Miles dan aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, Huberman (Sugiyono, 2015:246). Model ini terdiri dari tiga hal utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahap penelitian atau pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data yaitu peneliti mencatat semua data secara objektif serta apa adanya sesuai dengan observasi dan wawancara di lapangan.
2. Reduksi data yaitu peneliti merangkum, memilih hal yang dianggap pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan.

### ***1.7.8 Kualitas Data (Goodness Criteria)***

Peneliti dapat dikatakan valid jika terdapat kesesuaian antara data yang diperoleh dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapangan , (Pasolong, 2013: 174). Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji credibility (validitas internal), transferbillity (validitas eksternal), dependability (reliabilitas), dan confirmability (obyektivitas), (Sugiyono, 2015:120).

Pada penelitian ini uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi tersebut dilakukan dengan cara membandingkan antara pengamatan serta wawancara yang dilakukan terhadap beberapa informan yang ada yaitu Ketua Panser Biru, Pengurus Partai Demokrat, dan Pengurus PSIS Semarang. Berdasarkan pada perbandingan anatara pengamatan dan hasil wawancara maka dapat lebih memperjelas hasil temuan di lapangan, dengan demikian dapat diketahui pula keadaan yang nyata dan jelas di lapangan.