

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan kepala daerah kerap dianggap momen pesta demokrasi disuatu daerah dan juga menjadi tolak ukur dalam penyelenggaraan demokrasi itu sendiri. Masyarakat diberi kesempatan untuk menentukan siapa yang akan menjadi pemimpin disuatu didaerah, baik di lembaga legislatif maupun di lembaga eksekutif. Pemilihan Kepala Daerah dianggap sangatlah penting bagi keberlangsungan demokrasi di sebuah negara ataupun daerah karena, pemilihan Kepala Daerah ini akan melahirkan pemimpin pemimpin seperti Gubernur, Bupati atau Walikota yang ada didaerah Negara Indonesia.

Keikutsertaan masyarakat dalam pemilihan Kepala Daerah secara serentak, dapat dipandang juga sebagai wujud partisipasi dalam proses demokrasi, sebab melalui pilkada ini masyarakat ikut menentukan kepala daerah dan wakilnya dalam jangka 5 tahun kedepan. Dalam pemilihan Kepala Daerah masyarakat juga memiliki andil dan juga ikut serta dalam terpilihnya kepala daerah, karena pilkada adalah salah satu wujud keterlibatan rakyat dalam proses penyerahan kedaulatan rakyat (Agustiani, 2015). Pemilu memiliki fungsi utama untuk menghasilkan kepemimpinan yang benar-benar mendekati kehendak rakyat pada negara demokrasi. Oleh karena itu, pemilu merupakan salah satu sarana legitimasi kekuasaan

Pemilihan kepala daerah (pilkada) secara langsung telah menjadi bagian dari demokrasi di Indonesia. Melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015

tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi Undang-Undang, maka ditetapkan bahwa pemilihan kepala daerah 2 dilaksanakan secara langsung. Kemudian Undang-Undang tersebut direvisi lagi menjadi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang.

Bagi suatu negara yang menganut system demokrasi maupun yang sedang membangun proses demokrasi, partai politik adalah sasaran yang bisa berperan sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah (Abidin, 2008). Dibuatnya partai politik berdasarkan asa-asa prinsip demokrasi, yakni pemerintah yang dipimpin mayoritas melalui pemilihan umum, partai politik merupakan senyawa yang tidak dapat dipisahkan dari keberlangsungan hidup system demokrasi modern, disisi lain institusi partai politik juga memegang peranan instrumental dalam menguatkan kinerja demokrasi yang sehat dan substantive

Ada beberapa syarat agar masyarakat bisa ikut berpartisipasi dalam keikutsertaan pada pemilihan kepala daerah, pertama pasangan calon kepala daerah maju lewat jalur perseorangan, yang artinya mereka tidak diusung oleh partai politik, yang kedua para calon kepala daerah yang mencalonkan lewat partai politik. Partai politik memainkan peran penting dalam system pemerintahan demokrasi dan mendorong warga untuk berpartisipasi dan aktif dalam politik dan juga dalam sebuah pemilihan untuk jabatan publik . Sebagai pilar demokrari peran partai politik

dalam sistem perpolitikan merupakan wadah seleksi kepemimpinan dari tingkatan nasional maupun daerah. Hadirnya partai politik sangatlah penting dalam pemilihan kepala daerah, karena partai politik bisa mendongkrak suara calon kepala daerah melalui mesin politik di daerahnya melalui anak sayap partai ataupun ranting partai. Partai politik juga sebagai penyambung utama antara masyarakat dengan negara dalam perspektif demokrasi modern (Arifin, 2012).

Secara konseptual partai memiliki peranan dalam rangka menjalankan revolusi, di sisi yang lain partai adalah alat sesungguhnya bagi kelas pekerja untuk menyatukan teori dan praktek (Patria, 2015). Sebagai garda depan, partai haruslah berdisiplin tinggi dan tersentralisasi, serta secara terus-menerus menyuntikan kesadaran sosialis ke dalam kaum buruh

Partai politik didefinisikan sebagai suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama, tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan programnya. Hadirnya partai politik sangatlah penting karena pada dasarnya tidak ada sistem politik yang dapat berlangsung tanpa adanya partai politik. Sebagai suatu organisasi idealnya partai politik mengaktifkan dan memobilisasi masyarakat, mewakili kepentingan tertentu dengan jalan memberi kompromi bagi pendapat-pendapat yang bersain, memunculkan kepemimpinan politik dan sebagai alat untuk memperoleh kekuasaan untuk memerintah (Efriza, 2019). Peran partai politik telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang dinamis dan sedang berubah. Partai dituntut untuk menaikkan elektabilitas

pasangan calon kepala daerah guna mensosialisasikan bahwa mereka mempunyai peserta yang layak untuk menjadi calon kepala daerah. Oleh karena itu, peran partai politik perlu ditingkatkan kapasitas, kualitas, dan kinerjanya agar dapat mewujudkan aspirasi dan kehendak rakyat dan meningkatkan kualitas demokrasi.

Partai politik pada akhirnya menjadi bagian penting untuk meningkatkan demokrasi itu sendiri, dalam negara demokrasi partai melakukan penarikan masa dengan berbagai macam cara agar mereka tidak ditinggalkan oleh simpatisan dari masyarakat (Nugroho, 2012). Namun pada saat ini hanya mengandalkan nama partai saja dirasa kurang untuk mendapatkan suara dari publik, banyaknya anggapan bahwa partai politik sudah tidak bisa mengakomodir kepentingan masyarakat disinyalir menjadi hal yang membuat citra partai politik dimata masyarakat menjadi kurang. Banyak juga partai politik yang sering mengusung nama calon pasangan daerah yang tidak ketehau oleh masyarakat sekitar yang akhirnya membuat elektabilitasnya turun bahkan tidak diketahui.

Akhirnya guna meningkatkan suara partai dan juga suara calon kepala daerah dalam pilkada sering kali partai menggunakan selebritis atau publik figur sebagai tim kampanyenya (Hillary, 2019). Guna meningkatkan elektabilitas dimata masyarakat, karena selebritis juga merupakan figur yang memiliki popularitas yang tinggi dan dapat menarik perhatian dari masyarakat untuk mengeluarkan atensi mereka pada proses politik (Zwarun, L., & Torrey, 2011). Selain memiliki pengikut yang banyak seorang publik figur juga menjadi daya tarik karena sebagian besar kalangan masyarakat masih menganggap bahwa publik figur itu adalah seseorang yang bisa dicontoh dalam segi kehidupnya, dan juga fanatic dari

masyarakat Indonesia terhadap publik figur itu sendiri yang besar dan akhirnya setiap ada publik figur dalam kampanye mereka selalu antusias untuk hadir.

Pada Pilkada serentak di Kabupaten Bandung 2020 menjadi tahun ke 20 pucuk pimpinan kepala daerah di Kabupaten Bandung dipimpin oleh keluarga dari partai Golkar Kabupaten Bandung yaitu H. Obar Sobarna. Obar Sobarna telah memimpin Kabupaten Bandung selama 2 periode, yaitu dari tahun 2000-2010. Selepas kepemimpinannya selama 2 periode, Golkar dan Obar Sobarna menunjuk Dadang Naser untuk maju ke Pilkada selanjutnya pada 2010-2016. Dadang Naser sendiri adalah menantu dari Obar Sobarna yang ditunjuk untuk dicalonkan pada pilkada selanjutnya Karena Obar Sobarna tidak bisa mengikuti pilkada lagi dikerenakan telah menjabat selama 2 periode.

Beralihnya tongkat kepemimpinan Bupati Kabupaten Bandung dari pihak Obar Sobarna ke tangan menantunya yaitu Dadang Naser menunjukkan bahwa dinasti politik dimulai oleh keluarga ini. Menurut (Prasetijo, 2013) teori sistem kekerabatan yang berdasarkan pada hubungan darah, garis keturunan dan hubungan keluarga merupakan ilusi etnosentris yang dibangun oleh Amerika Utara secara budaya. Merupakan suatu proyeksi kultural mereka, karena seperti keluarga ayah, ibu dan anak tidak universal sehingga ia menggunakan sistem kekerabatan. Misalkan konsep keluarga tidak mewajibkan bapa, ibu dan anak seperti yang kita ketahui. Dinasti politik juga merupakan sebuah serangkaian strategi politik manusia yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan, agar kekuasaan tersebut tetap berada di pihaknya dengan cara mewariskan kekuasaan atau memberi sebagian kekuasaan

yang sudah dimiliki kepada orang lain yang mempunyai hubungan keluarga dengan pemegang kekuasaan sebelumnya (Nurmansyah, 2016).

Sama seperti Ayah mertua Dadang Naser sendiripun memimpin Kabupaten Bandung selama 2 Periode yaitu pada 2010-2015, dan 2011-2020. Tidak berhenti sampai disitu setelah Dadang Naser tidak bisa mencalonan kembali dalam pemilihan kepala daerah karena sudah terpilih selama 2 periode, keluarga Obar Sobarna tidak mau generasinya terputus sampai di tangan Dadang Naser. Partai Golkar Kabupaten Bandung yang di Pimpin Oleh Dadang Naser memberikan rekomendasi kepada Kurnia Agustina (Teh Nia) guna ikut berpartisipasi di Pilkada serentak 2020. Kurnia Agustina (Teh Nia) sendiri adalah putri kandung dari Obar Sobarna dan juga istri dari Bupati sebelumnya yaitu Dadang Naser. (Yuli, 2020). Pada penelitian sebelumnya menyebut bahwa pilkada adalah ajang kekuatan untuk menjukan sejauh mana oligarki mempertahankan kekuasaan politiknya ditingkatan daerah (Herna, 2017), ini bisa dilihat dengan keikutsertaan Kurnia yang merupakan istri dari Bupati Kabupaten Bandung yang sebelumnya.

Pada pilkada serentak 2020 di Kabupaten Bandung diikuti oleh 3 pasangan Calon, yang pertama adalah Hj. Kurnia Agustina-USman Sayogi yang kedua Hj. Yenna Iskandar-Atep dan yang terakhir H. Dadang Supriatna-H. Sahrul Gunawan. Dari 3 pasangan tersebut semuanya memiliki latar belakang dan memiliki profesi yang berbeda beda, pasangan Kurnia-USman memiliki latar belakang Ibu rumah tangga dan juga ASN, dari pasangan Yenna-Atep berprofesi sebagai pengusaha dan juga atlet dan yang terakhir ada pasangan Dadang-Sahrul yang berprofesi sebagai Politikus dan juga Selebritis. Dari ketiganya pasangan tersebut tidak ada yang

memiliki profesi yang sama satu sama lain, ini yang membuat pilkada di Kabupaten Bandung cukup berfariatif

Munculnya Kurnia Agustina atau yang sering dipanggil Teh Nia dalam pilkada Kab. Bandung pada 2020 membuat dinasti keluarga memang sedang dilanjutkan kembali di Kabupaten Bandung, karena sudah sejak 20 tahun terakhir Kab. Bandung telah dipimpin oleh keluarga besar dari Obar Sobarna. Dinasti politik sendiri adalah kekuasaan yang diperoleh karena adanya hubungan kekeluargaan. Dinasti politik diartikan dengan kekuasaan pemerintah yang diperoleh baik dari pemilihan melalui DPRD ataupun pemilihan langsung dengan dukungan dari kepala daerah sebelumnya ataupun kepala daerah diwilayah sekitarnya baik secara langsung maupun tidak langsung yang mempunyai hubungan kekeluargaan (Hollyson, Rahmat & Sri Sundari, 2015)

Pada pilkada serentak 2020 yang diadakan di Kabupaten Bandung pasangan Kurnia Agustina (Teh Nia) yang dipasangkan dengan Usman mendapatkan perlawanan yang sengit dari lawannya yaitu Dadang-Sahrul. Nama Sahrul memang tak asing bagi para penggemar sinetron di tahun 90 an, wajahnya yang tampan dan prilakunya ketika mendapatkan peran di sinetron membuat banyak orang-orang yang menyukainya, hal ini juga yang dijadikan partai pengusungnya yaitu PKB yang mencalonkan Sahrul Gunawan menjadi Calon Wakil Bupati mendampingi Dadang Supriatna yang memiliki latar belakang politikus, dia adalah anggota aktif DPRD Jawa Barat yang diisung oleh partai Nasdem

Munculnya Sahrul Gunawan yang memiliki latar belakang sebagai selebritis disinyalir membuat kekuatan seorang publik figur sangatlah menentukan terpilihnya dalam sebuah pemilihan, tetapi itu juga bukan jaminan bahwa ketika figur publik akan dengan mudahnya memenangkan pertarungan pilkada, dilihat pada penelitian terdahulu (Wicaksono Moddie Alvianto dan Saiful Muhammad, 2020) bahwa bukan jaminan ketika selebritis yang ikut dalam pertarungan politik akan menang mudah.

Munculnya selebritis dalam dukungan kepada partai politik dapat dibedakan menjadi dua kategori, yang pertama adalah *Celebrity Political* dan yang kedua *Celebrity Endorse*. (John Street, 2004) menyebutkan celebrity political ialah individu yang memiliki latar belakang dalam dunia hiburan dan juga industry pertunjukan (Hakim, 2010). Bahkan menurutnya ada dua bagian lagi dari *celebrity politician*. Pertama kandidat atau politisi yang terpilih melalui keselebritisiannya untuk mengklaim sebagai representasi dari suatu kelompok atau partai. Kedua selebritis yang menggunakan ketenarannya untuk berbicara sebagai bagian kampanye dengan ketenaran yang mereka punya. Adapun *celebrity endorse* adalah seseorang yang menikmati pengakuan publik dan menggunakan pengakuannya untuk kepentingan publik demi menarik iklan. Dalam hal ini, kebutuhan *celebrity endorser* hanya sebagai pendukung (McCracken, 2013). Mereka biasanya menghibur dan menampilkan kreativitas di atas panggung. Tujuannya hanyalah mengikat emosi dari penonton agar nantinya diharapkan mereka mampu memilih calon yang dihadirkan

Munculnya artis dalam dunia politik sudah menjadi hal yang sudah tak asing pada era demokrasi ini, melihat pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rosit, 2011) dan juga (Subandi habibi dan Hasan, 2020) penggunaan selebritis dalam politik juga menjadi alat kampanye dari partai politik guna menarik simpatisan. Dengan memiliki popularitas yang tinggi di bidang media selebritis membuat Sahrul selangkah lebih maju dibandingkan calon-calon yang tidak memiliki latar belakang selebritis. Dengan memiliki basis fans yang besar juga menjadi daya tarik dari pasangan Dadang-Sahrul untuk menggaet para pemilih pemula terutama kaum ibu-ibu yang pasti sudah tau dengan Sahrul Gunawan yang seorang selebritis untuk mencoblos dirinya ketika di TPS nanti

Walaupun Sahrul Gunawan yang bukan berasal dari Kabupaten Bandung tapi mampu menjadi perhatian dari masyarakat Kabupaten Bandung, hal ini dilihat dari beberapa survey yang dilakukan oleh LSM salah satunya dari LSI menyebutkan bahwa dalam hasil survei terbarunya, LSI Denny JA merilis calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Bandung Dadang Supriatna-Sahrul Gunawan masih mengungguli dua kandidat lainnya, Kurnia Agustina-USman Sayogi dan Yena Masoem-Atep (Iqbal, 2020)

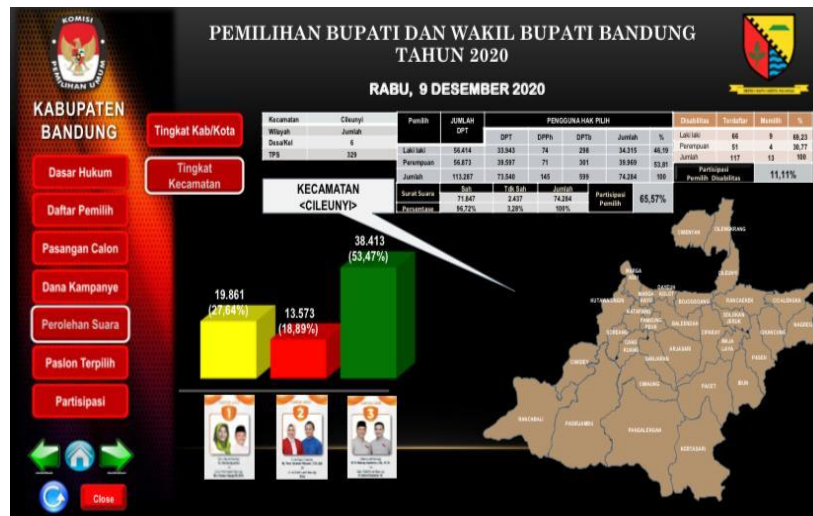
Hal ini yang membuat Pilkada Kabupaten Bandung menjadi perhatian sebab selama 20 tahun terakhir pasangan yang diusung oleh Partai Golkar yaitu dari trah Obar Sobarna selalu unggul dalam hal survey dan juga dalam hal kemenangan pemilu. Ini bisa dilihat dari kurun waktu tahun 2000 sampai 2020 yang pucuk pimpinan kepala daerah di Kabupaten Bandung selalu diisi oleh keluarga dari Obar Sobarna, dan yang terakhir diisi oleh Dadang Naser selaku menantunya.

Disisi lain menurunnya survey dari pasangan Kurnia Agustina-Usman menjadi pukulan bagi partai Golkar dan keluarga Obar Sobarna selaku pengusung tetapi mereka tetap yakin dengan kekuatan yang mereka punya untuk memenangkan Pilkada 2020 di Kabupaten Bandung.

Ketakutan keluarga Kurnia Agustina-Usman pun akhirnya menjadi kenyataan pada hitung cepat yang dilakukan beberapa Lembaga Survey menyebutkan pasangan Dadang Supriatna, Calon Bupati Kabupaten Bandung nomor urut 3 unggul dalam hitung cepat (*quick count*) versi LSI Denny JA (Aksara Bebey, 2020). Hal ini membuat pasangan unggulan Kurnia Agustina-Usman mampu dikalahkan dalam hasil hitung cepat, padahal pasangan tersebut sangat gencar menggunakan kampanye keberhasilan Bupati sebelum sebelumnya untuk mendapatkan suara dari masyarakat.

Pada hasil hitung yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Bandung benar saja sama seperti Quick Count, pasangan Dadang Supriatna dan Sahrul Gunawan menang telak atas pasangan lainnya yaitu Kurnia Agustina-Usman dan juga pasangan Yenna-Atep. Kurnia Agustina-Usman mendapatkan persentase (27,64) pasangan Yenna Atep dengan persentase (18,89) dan pasangan Dadang Supriatna-Sahrul Gunawan dengan (53,47).

Gambar 1.1
Hasil Pilkada tahun 2020



Sumber: KPU Kabupaten Bandung 2020

Ini menjadi sejarah baru dalam pilkada di Kabupaten Bandung dimana keluarga dari Obar Sobarna yang sudah memimpin selama 20 tahun akhirnya harus menerima hasil kekalahan dalam pilkada. Menjadi sejarah baru bagi Kabupaten Bandung yang akhirnya mempunyai pemimpin baru yang tidak memiliki keluarga dengan pemimpin sebelumnya yaitu Dadang Supriatna dan Sahrul Gunawan

Dengan hasil ini membuat pasangan Teh Nia yang sudah dibantu kampanyenya oleh politisi senior sekaligus mantan Bupati sebelumnya yaitu Obar Sobarna dikalahkan secara telak oleh pendatang baru yang jauh dari latar belakang politik. Memang pasangan dari Sahrul Gunawan yaitu Dadang Supriarna adalah Anggota DPRD Jawa Barat, tetapi pasangan Teh Nia yaitu Usman adalah bukan orang sembarang, dia adalah Sekretaris Daerah Kabupaten Bandung dimasa kepemimpinan Dadang Naser yang notabene adalah suami dari Teh Nia itu sendiri.

Akhirnya duet politikus dengan selebritis dalam konstentasi Pilkada mampu mengalahkan dinasti politik yang sudah bertahan selama 20 tahun terakhir sangat menarik untuk diteliti, karena selebritis yang memiliki latar belakang jauh dari kata politik pada akhirnya mampu mengangkat elektabilitas calon pasangan guna memenangkan pilkada, hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maryono, 2018) ketika oligarki yang sudah berkuasa sejak 2 dekade terakhir dikalahkan oleh pensiunan Polisi. Pada penelitian ini yang menjadi focus penelitiaan adalah kalahnya dinasti Obar Sobarna yang sudah berkuasa selama 20 tahun di Kabupaten Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti melihat bahwa fenomena selebritis dan pilkada bisa menjadi titik focus penelitian guna dapat melihat sejauh mana peran selebritis ketika mengikuti pilkada. Berdasarkan uraian diatas dapat peneliti mengangkat judul **“Kajian Faktor Penyebab Kekalahan Dinasti Keluarga Obar Sobarna Dalam Pilkada Serentak 2020 Kabupaten Bandung”**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis merumuskan penelitian dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Faktor apa yang mempengaruhi kekalahan dinasti keluarga Obar Sobarna dalam Pilkada 2020 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu saja memiliki tujuan yang harus dicapai. Adapun maksud dan tujuan penelitian yang hendak dicapai pada penelitian kali ini adalah:

1. Untuk menganalisis faktor faktor apa saja yang menyebabkan kekalahan Dinasti Obar Sobarnadi Pilkada Serentak 2020 di Kabupaten Bandung yang sudah bertahan selama 20 Tahun terakhir.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi ilmu yang lain seperti social dan budaya. Dari sisi kegunaan penelitian ini juga memiliki manfaat yang yang peneliti kelompokan menjadi dua yaitu

Secara Teoritis

- a. Sebagai usaha pengembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang pilkada yang berhubungan dengan selebritis dan juga oligarki yang memimpin selama 20 tahun di Kabupaten Bandung
- b. Jika dianggap layak dan diperlukan penelitian ini dapat juga dijadikan sebuah referensi bagi peneliti berikutnya yang mengkaji permasalahan terkait mekanisme keikutsertaan selebritis dalam pilkada

Secara Praktis

- a. Bagi masyarakat, sebagai salah satu bahan untuk mengetahui dan mempertimbangan memilih selebritis ketika mengikuti pilkada disuatu daerah
- b. Bagi partai politik, sebagai bahan evaluasi terhadap mekanisme penentuan bakal calon kepala daerah yang akan maju
- c. Bagi peneliti, dalam rangka proses menjalankan fungsi pendidikan, penelitian, serta pengabdian masyarakat. Sebagaimana yang sudah tercantum dalam tri darma perguruan tinggi

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis merupakan landasan yang digunakan oleh peneliti guna mengaitkan temuan dan data yang diperoleh. Teori menjadi hal yang fundamental untuk mendapatkan realita yang dikaji dalam penelitian

1.5.1 Perilaku Pemilih

Pemilih diartikan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan utama para kontestan untuk mereka pengaruhi dan yakinkan agar mendukung dan kemudian memberikan suaranya kepada kontestan yang bersangkutan. (Subarki, 2010) perilaku memilih adalah: “Aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih atau tidak memilih (*to vote or not vote*) didalam suatu pemilihan umum (*pilkada* secara langsung). Bila voters memutuskan untuk memilih (*to vote*) maka voters akan memilih atau mendukung kandidat tertentu

Perilaku politik sebagai salah satu kajian dalam studi ilmu politik, di Indonesia hal ini menjadi ramai diperbincangkan sejak system politik di Negara ini beralih ke system demokrasi langsung, mengingat gaya dan jenis karakter para actor politik sangat berpariasi, dalam hal ini perilaku politik juga dapat dipahami dari beberapa sumber.

Perilaku pemilih memang banyak sekali yang menjelaskan tentang teori ini tetapi pada umumnya ada 3 pendekatan ntuk menganalisis tingkah laku para pemilih dalam suatu pemilihan umum, 3 faktor tersebut yaitu perilaku sosiologi, psikologi dan yang terakhir pilihan rasional dalam buku Kuasa Rakyat (Saifull, Mujani, Liddle William, 2012)

a. Sosiologi

Penjelasan perilaku memilih dengan menggunakan analisis sosiologis pertama kali dikembangkan oleh sarjana Universitas Columbia sehingga pendekatan ini dikenal juga dengan sebutan Mazhab Columbia. Asumsi dasar dari pendekatan ini adalah bahwa setiap manusia terikat di dalam berbagai lingkaran sosial, seperti keluarga, tempat kerja, lingkungan tempat tinggal, dan sebagainya. Setiap individu didorong untuk menyesuaikan diri sehingga perilakunya dapat diterima oleh lingkungan sosialnya. Konteks ini berlaku dalam soal pemberian suara dalam pemilu (Yustiningrum RR Emilia, 2015)

Kajian mengenai perilaku memilih di Indonesia yang menggunakan pendekatan sosiologis dikenalkan pertama kali oleh Afan Gaffar. Dalam buku *Javanese Voters*, ia menunjukkan adanya kecenderungan perilaku pemilih atau preferensi politik sosio religius maupun sosio personal. Sosio religius sendiri melihat bahwa partisipasi politik dan perilaku memilih lebih didasarkan pada konteks politik aliran sedangkan yang sosio personal menitikberatkan pada konteks bapakisme berdasarkan pada hubungan paternalistik.

Pendekatan sosiologis digambarkan peta kelompok masyarakat dan setiap kelompok dilihat sebagai basis dukungan terhadap partai tertentu. Pengelompokan ini bisa berdasarkan gender (perempuan dan laki-laki), usia (muda dan lanjut usia). Dapat pula berdasarkan organisasi formal dan informal. Pendekatan sosiologis mengasumsikan bahwa preferensi politik, sebagaimana juga preferensi voting, adalah produk karakteristik sosio ekonomi, seperti pekerjaan, kelas, agama dan ideologi. Menurut Hadi (2006),

pendekatan sosiologis pada dasarnya menjelaskan bahwa karakteristik sosial dan pengelompokan sosial mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam menentukan perilaku pemilih. Menurut Afan Gaffar indikator pendekatan sosiologis yaitu: pendidikan, jabatan / pekerjaan, jenis kelamin, usia.

b. Psikologi

Pendekatan psikologis ini dikembangkan oleh mazhab Michigan, The Survey Center di Ann Arbor yang memusatkan perhatiannya pada individu para pemilih. Almond dan Verba dalam buku *kuasa rakyat* (2011:22) model psikologis memperkenalkan apa yang disebut sebagai budaya demokrasi atau *civic culture*, dan secara lebih khusus lagi apa yang disebut sebagai budaya partisipasi politik untuk menjelaskan partisipasi politik, termasuk *votern turnout*. Menurut model ini, seorang warga berpartisipasi dalam pemilihan umum bukan saja karena kondisinya lebih baik secara sosial-ekonomi, atau karena berada dalam jaringan sosial, akan tetapi, karena ia tertarik dengan politik, punya perasaan dekat dengan partai tertentu (*identitas partai*), punya informasi yang cukup untuk menentukan pilihan, merasa suaranya berarti, serta percaya bahwa pilihannya dapat ikut memperbaiki keadaan (*political efficacy*).

Menurut pendekatan ini, yang berpengaruh langsung terhadap pilihan pemilih bukan struktur sosial, sebagaimana dianalisis oleh pendekatan sosiologis (Mazhab Columbia), melainkan faktor-faktor jangka pendek dan jangka panjang terhadap pemilih. Orientasi terhadap isu atau tema merupakan

konseptualisasi pengaruh jangka pendek yang diperkenalkan oleh pendekatan psikologis. Isu-isu khusus hanya dapat mempengaruhi perilaku pemilih apabila memenuhi tiga persyaratan berikut ini: (1) isu tersebut dapat ditangkap oleh pemilih; (2) isu tersebut dianggap penting oleh pemilih; (3) pemilih dapat menggolongkan posisinya terhadap isu tersebut, baik positif maupun negatif

(Munjani Saiful, Liddle William, 2011) pendekatan psikologis ada beberapa faktor yang mendorong pemilih menentukan pilihannya, yaitu: identitas partai, dan kandidat. Identifikasi partai digunakan untuk mengukur sejumlah faktor predisposisi pribadi maupun politik. Seperti pengalaman pribadi atau orientasi politik yang relevan bagi individu. Pengalaman pribadi dan orientasi politik sering diwariskan oleh orang tua, namun dapat pula dipengaruhi oleh lingkungan, ikatan perkawinan, dan situasi krisis. Pendekatan psikologis lebih menitik beratkan konsep sosialisasi dan sikap sebagai variabel utama dalam menjelaskan perilaku memilih, daripada pengelompokan sosial. Menurut pendekatan ini, para pemilih menentukan pilihannya terhadap seorang kandidat karena produk dari “sosialisasi yang diterima seseorang pada masa kecil, baik dari lingkungan keluarga maupun pertemanan dan sekolah, sangat mempengaruhi pilihan politik mereka, khususnya pada saat pertama kali mereka memilih”. Penganut pendekatan ini menjelaskan bahwa sikap seseorang, sebagai refleksi dari kepribadian seseorang. Oleh karena itu, pendekatan psikologi sebagai kajian utama, yakni ikatan emosional pada satu parpol, dan ketokohan.

Pada dasarnya pendekatan psikologis ini adalah pendekatan yang melihat perilaku pemilih sebagai bentukan dari proses sosialisasi yang melahirkan ikatan emosional (identifikasi) yang mengarahkan tindakan politik seseorang dalam suatu pemilihan. Menurut penjelasan di atas ialah ada beberapa indikator yang bisa digunakan untuk mengukur pengaruh pendekatan yaitu :

1. Identifikasi partai, yang dilihat dari kesamaan pandangan responden dengan anggota keluarganya terhadap pilihan tertentu serta adanya kesamaan antara partai yang dipilih dengan partai yang dikagumi.
2. Ketokohan, dilihat dari perasaan emosional pemilih yang melandasi pilihannya dengan mempertimbangkan identitas atau ketokohan calon (atau tokoh dibelakang calon) dan tokoh-tokoh panutan yang dihormati oleh pemilih.

Dari pemaparan teori diatas dapat disimpulkan bahwa pendekatan psikologis merupakan pendekatan yang melihat perilaku pemilih sebagai bentukan dari proses yang melahirkan ikatan emosional (identifikasi) yang mengarahkan tindakan politik seseorang dalam pemilihan berdasarkan identifikasi partai dan ketokohan.

c. Rasional

(Emilia Rr Yustiningrum, 2015) Teori ini dibangun dari kombinasi antara teori aksi social dan jga ekonomi tentang rasionalitas. Menurut Downs mendefinisikan rasionalitas sebagai usaha untuk mencaai tujuandengan cara yang paling *reasonable*. Definisi ini “diturunkan” dari ekonomi dimana cara

yang paling *reasonable* adalah cara imana seseorang, berdasarkan pengetahuan terbaik yang dimiliki, mewujudkan tujuannya dengan menggunakan input sumber dayayang paling sedikit

Konsep rasionalitas berangkat dari konsep individu yang memiliki prefensi dan dihadapkan pada kenala ketika harus mengambil keputusan. Biasanya, premis dasarnya adalah bahwa individu memiliki sifat egois, penuh kalkulasi, dan bermaksud memaksimalkan keuntungan dan sekaligus menekan biaya (cost), dia dianggap semakin rasional. Sebaliknya, ketika pemilih tidak menggunakan rumus dan perhitungan untuk-rugi dalam proses pengambilan keputusanyam oleh perspektif ini dia dicap sebagai makhluk yang semberono dan tidak rasional

Dalam pendekatan rasional terdapat dua orientasi yang menjadi daya Tarik pemilih, yaitu orientasi isu dan juga orientasi kandidat. Orientasi isu berpusat pada pertanyaan: apa yang seharusnya dilakukan dalam memecahkan persoalan-persoalan yang sedang dihadapi masyarakat, bangsa dan negara? Sementara orientasi kandidat mengacu pada sikap seseorang terhadap pribadi kandidat tanpa memperdulikan label partainya. Meskipun, ketertarikan para pemilih terhadap isu-isu yang ditawarkan oleh partai politik ataupun kandidiat bersifat situasional. Sehingga dengan sendirinya ketertarikan pemilih pada keduanya tidak pemanen, melainkan berubah-ubah (Syafhendry, 2016)

Kriteria teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa individu mempunyai pemahaman yang jelas tentang apa yang ia inginkan sebagai

sebuah outcome, bagaimana pilihan-pilihan tersebut terkait dengan outcome, dan mempunyai seperangkat kriteria yang tetap untuk mengukur alternatif yang berbeda guna menjamin dipilihnya sebuah alternatif setiap waktu. Artinya, individu diasumsikan mempunyai informasi yang memungkinkannya membuat pilihan tersebut.

Semenjak pemilihan kepala daerah di selenggarakan secara langsung, pola perilaku memilih masyarakat telah banyak bergeser dimana orientasi terhadap calon menjadi cukup dominan di banyak pilkada yang telah di selenggarakan. Hal tersebut merupakan kewajaran dikarenakan pada pemilukada, kandidatlah yang menjadi fokus perhatian dibandingkan dengan partai. Secara umum, pemilih akan mempertimbangkan pilihannya berdasarkan 2 (dua) dimensi kualitas yaitu: kualitas instrumental dan kualitas simbolis. Kualitas simbolis merupakan kualitas kepribadian yang seharusnya dimiliki oleh seorang pemimpin; sedangkan kualitas instrumental yaitu keyakinan pemilih terhadap kemampuan pribadi kandidat dalam mewujudkan kebaikan bagi masyarakat yang akan dipimpin (Bone & Ranney, 1971:11).

Hasil penelitian di atas mengantarkan kita pada pendekatan rasional untuk melengkapi dua pendekatan sebelumnya. Pendekatan rasional terutama di kaitkan dengan dua faktor utama yaitu orientasi isu dan orientasi kandidat. Perilaku berorientasi isu berpusat pada pertanyaan terhadap apa yang seharusnya di lakukan pemerintah dari partai yang berkuasa mengenai persoalan-persoalan masyarakat bangsa dan negara sedangkan orientasi

kandidat mengacu pada sikap seseorang terhadap kandidat dan mengabaikan ideologi partai

1.5.2 Strategi Pemenangan Pemilu

Strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani yang merupakan gabungan dari *Stratis* atau tentara dan *ego* yang artinya pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai suatu tujuan. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat guna mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana yang sifatnya serba komprehensif, bagaimana sebuah organisasi dapat mencapai misi dan objeknya serta mengusahakan sekecil mungkin hambatan

Dalam kepustakaan ilmu politik, strategi memiliki korelasi yang kuat dengan perebutan kekuasaan, bahwa

“Political Science is concerned with the study of power in society, centres on the struggle to gain or retain power, to exercise power or influence over others”.

Dalam penjelasan tersebut, studi ilmu politik diantaranya selalu terkait dengan konteks kekuasaan dalam tatanan masyarakat, sehingga menjadi niscaya bagi terjadinya dinamika dalam proses meraih dan atau pun merebut kekuasaan. Strategi politik dalam hal ini dapat diartikan sebagai sebuah metode yang digunakan untuk mencapai tujuan politik. Jadi setiap hal kegiatan yang dilakukan oleh para pesaing politik perlu sekali untuk dicermati guna mencari cara yang lebih efektif dalam memperoleh suara (Firmanzah, 2008). Pada konteks kemenangan politik, partai atau pun kandidat yang ikut berkompetisi akan merancang strategi dengan mengerahkan segala kemampuannya untuk memberikan nilai yang lebih baik bagi para pemilih dalam Pemilihan Umum. (Cangara, 2013) menjelaskan bahwa strategi

merupakan sebuah hal yang krusial, sehingga dalam berkampanye diperlukan penanganan yang baik agar penerapan strategi tidak keliru karena dapat memiliki pengaruh yang besar pada hasil perolehan suara. Pandangan demikian tidak jauh berbeda dengan (Prihatmoko, 2008) yang juga menilai strategi merupakan segala rencana dan tindakan yang dilaksanakan untuk memperoleh kemenangan dalam konteks Pemilu.

Bagaimanapun caranya partai harus mampu membuat pemilih melabuhkan suara sekaligus berpihak pada partainya. Terkait dengan strategi politik, Peter Schroder merupakan salah satu pakar yang mempopulerkan penggunaan strategi politik, khususnya Pemilu. (Schroder, 2013) menyatakan bahwa sebuah bentuk strategi politik yang khusus adalah strategi pemilihan umum. Yang diutamakan dari momentum tersebut adalah memperoleh kekuasaan dan sebanyak mungkin pengaruh dengan cara memperoleh hasil yang baik dalam Pemilu. Pada dasarnya strategi politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politik yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih partai politik. Maka inilah yang menjadi output penting strategi politik yang menentukan pihak mana yang akan dipilih oleh para pemilih (Adman Nursal, 2004)

Mengingat bahwa diperlukan rencana menyeluruh dan terpadu berkaitan dengan keberhasilan dalam mencapai tujuan, (Firmanzah, 2012) mengemukakan beberapa alasan mengapa strategi politik merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh organisasi politik, diantaranya adalah hal-hal berikut :

- a. Positioning politik akan membantu pemilih dalam menentukan siapa yang akan dipilih. Kejelasan positioning politik akan memudahkan pemilih dalam mengidentifikasi suatu partai politik, sekaligus membedakannya dengan organisasi politik lainnya
- b. Positioning politik yang jelas juga membantu anggota partai politik itu sendiri dalam membentuk identitas mereka.
- c. Positioning yang jelas akan membantu penyusunan strategi dalam approach mereka terhadap masyarakat. Segmentasi, targetting, dan positioning adalah proses pemetaan politik, khususnya segmen pemilih, kemudian perumusan program berdasarkan solusi dari berbagai permasalahan, selanjutnya hal-hal tersebut ditargetkan dan dipastikan memiliki ciri khas yang menjadi pembeda dengan kandidat lainnya. Pada prosesnya diperlukan identifikasi besaran pendukung, massa mengambang, dan pendukung kandidat lainnya.

Strategi disusun sebagai tahapan-tahapan bagi partai politik untuk merebut, mempengaruhi dan merekrut setiap individu-individu. Dengan hal ini partai politik dapat memenangkan sebuah pemilihan umum dan memenangkan setiap calon-calon yang diajukannya (Schroder, 2013). Menurut Peter Schroder, strategi politik dapat dipilah ke dalam dua bagian, yakni strategi ofensif (menyerang dan strategi yang defensif (bertahan). Strategi menyerang dilakukan agar kandidat atau partai politik yang berkontestasi dapat meningkatkan jumlah pemilihnya. Pada konteks ini, kandidat melakukan berbagai strategi menyerang, dalam konteks ini terdapat

catatan penting untuk mengimplementasikan strategi menyerang dalam kampanye menuju Pemilu, diantaranya sebagai berikut :

- a. Platform partai harus disertakan dan melengkapi program yang baru;
- b. Bersamaan dengan ditampilkannya program yang baru, profil partai juga akan berubah, Karena itu, profil yang baru harus tetap dapat diterima oleh pemilih lama, sehingga bertambahnya jumlah pemilih baru tidak diiringi oleh hilangnya pemilih lama, atau jumlah pemilih seluruhnya makin berkurang dari jumlah semula;
- c. Orang-orang tertentu harus memiliki keselarasan dengan program tertentu. Orang-orang tersebut harus menampilkan keselarasan program dan individu;
- d. Program dan isu baru tidak dapat dimunculkan secara tiba-tiba (Schroder, 2013)

Kemudian, strategi bertahan dilakukan dengan mempertahankan basis pemilih agar tetap loyal terhadap kandidat atau partai politik. Hal ini umumnya digunakan oleh pemerintah dalam mempertahankan dominasinya. Selain hal tersebut, strategi defensif dapat juga digunakan dalam memenangkan suara pemilih, langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah dengan memelihara dan memperkuat basis pemilih kandidat atau partai, kemudian kandidat atau partai mengemukakan alasan-alasan agar pemilih tidak menjatuhkan pilihan pada kandidat yang lainnya (Schroder, 2013). Pada konteks kemenangan politik, partai akan merancang strategi agar dapat mengerahkan segala kemampuannya dalam memberikan nilai yang lebih baik kepada para pemilihnya dalam pemilu. Setelah mengelaborasi konsep

strategi pemenangan dalam Pemilu, sebagaimana yang tertera pada judul penelitian ini, selanjutnya peneliti akan berupaya mengelaborasi konsep Kampanye Politik

Dari pendapat diatas dapat diartikan bahwa strategi pemilu adalah salah satu metode yang digunakan guna mencapai tujuan pemenangan dalam pemilu. Pada dasarnya strategi bersifat konseptual tentang keputusan yang akan diambil dalam keputusan pelaksanaan. Untuk mengimplementasikannya digunakanlah dengan berbagai metode atau cara cara tetentu.

1.5.3 Marketing Politik

Marketing politik adalah upaya dari sebuah partai politik ataupun pasangan calon kepala daerah dalam mengenalkan produknya atau program yang akan diberikan kepada masyarakat agar dapat mengetahui apa apa saja yang diajukan oleh sebuah partai politik dan masyarakat dapat memilihnya. (Firmanzah, 2012) marketing sebagai aktivitas sosial yang berkembang dan mengikuti perkembangan proses produksi yang menghasilkan penemuan-penemuan penting bagi manusia. Kemajuan teknologi ini membuat proses terhadap proses produksi akan menjadi lebih efektif dan efisien dan menghasilkan produk yang lebih banyak pula.

Pemasaran politik tidak hanya dimaksud untuk “menjual” Partai Politik atau kandidat kepada masyarakat. Bahkan pemasaran politik menjadikan calon pemili secara jelas tentang produk politik melalui pengembangan symbol, citra, platform visi, misi, dan program politik yang ditawarkan dengan mangacu pada ideology partai politik masing masing. Dalam proses pemasaran politik produk yang bisa ditawarkan kepada pemilih berupa visi, misi, program yang akan dilaksanakan

ketika kelak menang dalam pemilu nanti, semua itu akan memberikan symbol dan kredibilitas sebuah produk politik (Arifin, 2014)

Di luar masalah tersebut, marketing dapat berkontribusi dalam dunia politik, terutama bagi teknik marketing untuk pengumpulan informasi penting tentang semua hal yang menyangkut pada isu dan masalah politik (Firmanzah, 2012)

Menurut O'Shaughnessy dalam buku Firmanzah :

“Politik berbeda dengan produk retail, sehingga akan berbeda pula muatan yang ada diantara keduanya. Politik terkait erat dengan pernyataan sebuah nilai (value). Jadi, isu politik bukan sekedar produk yang diperdagangkan, melainkan menyangkut pula keterikatan symbol dan nilai yang menghubungkan individu-individu. Dalam hal ini politik lebih dilihat sebagai aktivitas sosial untuk menegaskan identitas masyarakat.”

Menurut Bagozzi dalam buku Firmanzah:

“Marketing merupakan proses yang memungkinkan adanya pertukaran antara dua pihak atau lebih. Aktivitas marketing ini akan selalu ditemui dalam proses pertukaran. Dalam pertukaran ini terdapat proses hubungan (relation) yang memungkinkan interaksi, di mana pada prosesnya masing-masing pihak yang ingin memaksimalkan dan menjamin bahwa kepentingannya sendiri akan terpenuhi.”

Kemudian terdapat Startegi Marketing Politik yang dilakukan oleh seluruh calon anggota legislatif mencakup 4Ps (Firmanzah, 2012), yaitu:

a. Produk (*Product*)

Produk dalam politik ini mempunyai arti sebagai sebuah produk politik yang tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. Produk utama pada sebuah institusi politik adalah platform sebuah partai di mana sebuah partai tersebut berisikan konsep, identitas ideologi dan program kerja. Di sini memberikan penjelasan kepada masyarakat

program kerja apa saja yang akan nanti ia lakukan jika terpilih dan konsep-konsep yang telah ia pikirkan jika nanti ia terpilih.

b. Promosi (*Promotion*)

Promosi dalam politik ini membahas tentang cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi ide, platform partai dan ideology selama kampanye pemilu. Di sini calon anggota legislatif dan Partai Politik bekerja sama dengan agen periklanan untuk mempromosikan dirinya melalui media cetak seperti majalah, koran, spanduk, stiker-stiker dan lain sebagainya bahkan melalui media sosial seperti facebook dan twitter untuk mempromosikan dirinya di mana sebagian besar remaja pemilih awam lebih tertarik membaca berita melalui media sosial. Di sini dimaksudkan agar masyarakat luas mengetahui dirinya sebagai calon legislatif pada masa kampanye berlangsung

c. Harga (*Price*)

Harga dalam politik ini mencakup banyak hal, seperti mencakup hal ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi biaya yang dikeluarkan institusi politik selama kampanye, kemudian harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis apakah pemilih akan merasa nyaman dengan latar belakang, agama pendidikan dan lainnya (Firmanzah, 2012) Calon anggota legislatif mengatur strategi pengeluaran budget yang efektif. Di mana pengeluaran yang tidak terlalu besar namun bisa mengambil hati para masyarakat luas.

d. Tempat (*Place*)

Tempat dalam politik ini berkaitan dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih (Firmanzah, 2012)

Dalam marketing politik terdapat 9 elemen yang di usung oleh (Adam Nursal, 2004), 9 elemen tersebut adalah :

a. Positioning

Positioning adalah sebuah tindakan menempatkan diri pada posisi yang tepat agar dapat diterima oleh masyarakat luas. Tindakan ini bertujuan untuk memberikan kesan dibenak para pemilih agar tawaran produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas.

Dalam persaingan untuk mendapatkan tempat tertinggi, partai politik harus mampu menempatkan produk politik dan image politik dalam hati masyarakat. Untuk membedakan dengan yang lain, produk serta image harus memiliki sesuatu yang beda dengan yang lain agar tertanam dalam hati masyarakat.

b. Policy (kebijakan)

Policy adalah program kerja yang ditawarkan oleh calon kandidat ketika nanti terpilih. Menawarkan solusi terhadap masalah-masalah yang ada serta membuat program kerja yang dapat diterima oleh masyarakat banyak. *Policy* merupakan solusi yang akan dilaksanakan untuk menjawab masalah masyarakat berdasarkan isu-isu yang dianggap penting bagi pemilih. Policy ini meliputi berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi,

politik, hukum, pendidikan, sosial, budaya dan lainnya

c. Person (Figur)

Person (Figur) adalah Calon kandidat yang akan dipilih nanti saat pemilihan umum. *Person* atau Figur ini merupakan hal penting untuk menentukan keputusan pilihan. Kandidat yang akan dipilih di sini disebut *person*. *Person* berisi tentang bagaimana penampilan kepribadian sehari-hari kandidat tersebut atau bagaimana karakteristik kandidat tersebut pada saat berkampanye serta bagaimana kemampuan kandidat untuk menarik hati para masyarakat

d. Party (Partai)

Party (Partai) di sini adalah sebagai penggerak sistem politik dengan membuat agenda kegiatan politik. Tujuan Partai Politik adalah memperoleh kekuasaan atau ikut mengendalikan kekuasaan. Dengan *policy* dan *person* yang diusung oleh sebuah partai politik diharapkan mampu menarik simpati masyarakat untuk memilih.

e. Presentation (presentasi)

Persentation (Presentasi) adalah cara figur menyampaikan pendapatnya di depan masyarakat luas saat berkampanye. Persentasi di sini guna untuk mempromosikan produk politik serta pesan-pesan politik. Persentasi yang baik akan cepat sampai kehati para pemilih. Persentasi juga merupakan bagian dari produk politik di mana jika persentasi yang berbeda maka akan menghasilkan makna politik yang berbeda juga.

f. Full Marketing

Full Marketing adalah penyampaian produk politik yang disampaikan melalui media massa dan juga media elektronik. *Pull Marketing* inimerupakan penyampain produk politik melalui media elektronik, media massa, media cetak, website dan media luar ruang. Media yang dikembangkan kebanyakan adalah media luar ruang, seperti poster, spanduk, baliho, pamflet, bendera dan lain-lain. Kemudian dizaman modern seperti juga juga banyak yang mempromosikan melalui media elektronik khususnya media jejaring sosial seperti, facebook, twitter, instagram dan lain-lain. Media sosial seperti ini cukup banyak masyarakat yang melihat. Startegi media sosial cukup jitu dizaman modern ini. Strategi ini menitik beratkan pada hal-hal positif produk partai tersebut.

g. Pass Marketing

Pass Marketing adalah penyampaian produk politik melalui sebuah kelompok yang dibentuk untuk membantu calon kandidat dalam strategi kemenangannya. Strategi *Pass Marketing* ini menggunakan kelompok atau individu-individu yang dapat mempengaruhi opini pemilih atau yang biasa disebut dengan *influencer*. Sukses atau tidaknya penggalangan massa akan sangat ditentukan oleh para *influencer* ini.

h. Push Marketing

Push Marketing adalah penyampaian produk politik secara langsung kepada para pemilih. Strategi *Push Marketing* ini juga

mempunyai keunggulan dalam sentuhan secara personal. Di sini para politisi dapat menyampaikan produk-produk politik dengan memilih substansi dan cara menyampaikan persentasi mana yang cocok untuk para pemilih agar mudah dipahami. Cara ini dinilai efektif dengan melalui event-event khusus seperti rapat umum, hiburan, kontes, seminar dan lain-lain

i. *Poliing dan Survey*

Strategi *Polling dan Survey* ini bermaksud untuk melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Strategi ini ini sangat penting digunakan karena dengan *Polling dan Survey* ini produk yang ditawarkan bisa diterima oleh masyarakat atau tidak, produk tersebut harus dirubah atau tidak dan produk tersebut dapat dilanjutkan atau tidak

Marketing dalam politik adalah hal yang sangat membantu meningkatkan ikatan rasional maupun emosional dengan para pendukungnya. Serangkaian aktivitas marketing politik pun membuat hubungan antara kontestan dan konstituen menjadi lebih intens. Masyarakat kritis adalah masyarakat yang mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan, juga mengetahui mengekspresikannya. Masyarakat yang kritis akan melakukan control social terhadap kebijakan aktivitas politik yang dilakukan pemerintah atau kontestan. Marketing juga memungkinkan adanya interaksi dari semua pihak satu dan lainnya dengan cara apa? Dengan cara partai politik melakukan kampanye ke masyarakat agar terjalinnya komunikasi.

1.5.4 Kampanye Politik

Pengertian kampanye menurut UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah *“kegiatan peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program Peserta Pemilu”*

Seperti yang kita ketahui kampanye politik selalu erat kaitannya dengan partai politik, pada masa masa pemilihan umum selalu ada kesempatan yang diberikan kepada kandidat disetiap partai politik untuk memaparkan program kerja dan visi misi mereka guna mempengaruhi masyarakat agar mereka bisa memberikan suaranya. Partai politik yang menjalani ideology tertentu atau dibentuk dengan tujuan umum. Kampanye juga sering diartikan yakni periode terbatas menjelang pelaksanaan pemilu, kampanye politik sejatinya memiliki makna yang lebih luas lagi dari pada kampanye pemilu. Kampanye politik proses dimana jangka panjang yang menuntut konsistensi dan kontinuitas dari partai politik

(Venus,2018) Kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Dalam kampanye setidaknya memiliki aktivitas komunikasi diantara lain yaitu : (1) tindakan kampanye yang ditunjuk untuk menciptakan efek atau dampak tertentu (2) jumlah khalayak sasaran yang besar (3) biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan yang ke (4) melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

(Venus, 2018) menyebutkan “*A Campaign is a coordinated use of different methods of communication aimed at focusing attention on particular problem and its solution over a period of time*”. Kampanye adalah hal yang sangat penting dalam membangun basis masa didalam dunia politik, kampanye juga mereupakan periode yang diberikan oleh pihak penyelenggara yaitu KPU untuk memaparkan program program kerja dan juga untuk mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan hak suaranya kepada merka saat hari pencoblosan

Ketika kampanye politik sudah dimaknai sebagai mempersuas pemilih yang juga bertujuan meningkatkan elektabilitas dan popularitas, maka seorang kandidat perlu memiliki strategi dan perencanaan yang amat matang. Para calon yang berpartisipasi dalam pemilu tentunya memiliki cara kampanyenya yang berbeda bedadengan pasangan calon lainnya. Kampanye yang merupakan sarana untuk mendapatkan cita cita politik membutuhkan strategi, yang akan menjadi penting (Herpamudji, 2015). Hal ini guna pemenangan pemilu serta cita cita politik yang didambakan terwujud.

(Cangara, 2011) kampanye politik merupakan upaya persuasive untuk mengajak orang lain yang belum sependapat atau belum yakin dengan apa yang ada didalam ide ide kita yang sudah ditawarkan dengan tujuan orang lain bergabung dan mendukungnya. Ditambahkannya bahwa dengan demikian kampanye partai politik harus memiliki keerdasan dan kreatifitas dalam penyusunan dan mengemas pesan kampanye agar “efek terbukuk” dapat mengena pada sasaran kelompok kampanye.

Pada tataran praktek ditemukan beberapa model kampanye yang digunakan oleh partai politik atau kandidat dalam penyelenggaraan pemilu. Diantaranya sebagai berikut :

- a. Kampanye monologis, kampanye ini terjadi dalam komunikasi satu arah, juru kampanye menyampaikan pesan kepada khalayak. Dijumpai pada rapat umum, arak-arakan serta iklan pada media cetak dan elektronik. Pesan yang disampaikan lebih banyak berupa retorika dan jargon-jargon politik serta bersifat menghibur publik.
- b. Kampanye dialogis, kampanye model ini memungkinkan terjadinya interaksi antara juru kampanye dan khalayak. Pesan yang disampaikan bersifat rasional, publik dapat menanggapi pesan tersebut. Pesan bersifat persuasif dan jauh dari konfrontatif. Tanggapan dapat muncul melalui bentuk sanggahan, atau tentangan. Pada umumnya dilakukan dari rumah ke rumah, dengan sarana telekomunikasi seperti surat-menyurat, telepon dan internet

Melalui Undang Undang (UU) Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Pada pasal 1 angka 26 kampanye didefinisikan sebagai kegiatan peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta Pemilu. Mengamini konsep kampanye yang meniscayakan terjadinya kompetisi antar kandidat atau antar partai politik. (Anwar, 2010) menyebut bahwa berdasarkan kompetisi tersebut, terdapat empat sasaran kampanye politik, antara lain :

- a. Memelihara dan menyegarkan kembali loyalitas para “pengikut setia” suatu partai politik atau kandidat, agar tetap memilih sesuai dengan kesetiaan itu, terutama dari anggota partai politik memilih sesuai dengan bersama keluarga, kerabat, tetangga dan teman-temannya;
- b. Membina dan membangkitkan loyalitas para anggota organisasi sosial yang merupakan organisasi afiliasi partai politik atau organisasi pendukung partai politik, agar tetap memilih sesuai dengan komitmen politik organisasi tersebut;
- c. Melakukan penggalangan secara intensif kepada rakyat (pemilih) yang tidak terikat pada suatu partai politik atau kandidat tertentu, atau menciptakan pendukung baru golongan independen, terutama kalangan generasi muda atau pemilih pemula, pegawai negeri, kaum profesional, kaum akademisi dan cendekiawan serta keluarga tentara dan keluarga polisi;
- d. Meyakinkan rakyat (pemilih) dari pendukung partai politik lain, bahwa kandidat atau partai politik yang dikampanyekan pantas untuk dipilih karena membuat keadaan lebih baik, dengan memberi keyakinan tentang keunggulan visi, misi dan program politik yang diusungnya.

Dalam upaya mencapai keempat sasaran kampanye tersebut, partai politik atau kandidat memerlukan perencanaan yang rapi dan perumusan gagasan serta tema kampanye yang persuasif. Disamping hal tersebut, diperlukan juga pengorganisasian, penganggaran, pelaksanaan, dan evaluasi sehingga dapat

mencapai tujuan yang efektif dan efisien dalam membangun citra politik serta mempengaruhi, membentuk dan membina opini publik yang positif (Anwar, 2010).

Adapun jenis jenis kampanye yang menjadi 3 kategori (Venus, 2018) (1) yakni *product-oriented campaign* atau kampanye yang berorientasi produk umumnya terjadi dilingkungan bisnis, motivasi penyelenggaraan kampanye ini untuk memperoleh keuntungan finansial. (2) *Candidate-oriented campaign* atau sering kali disebut juga kampanye yang berorientasi kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik, tujuannya antara lain untuk memenangkan dukungan dari masyarakat terhadap calon yang sudah diajukan oleh partai politik agar dapat memenangkan pilkada atau menduduki jabatan politik dan yang terakhir (3) *ideologically or cause oriented campaign* kampanye ini adalah jenis yang berorientasi pada tujuan yang bersifat khusus dan umumnya berdimensi pada perubahan sosial.

Dalam kampanye juga disini haruslah memiliki tim yang kuat untuk memobilisasi masa pemilih. Tim harus bekerja lebih agar masyarakat tidak lupa kelak kepada mereka nanti, perlunya tim yang kuat dan orang-orang yang berpengaruh sangatlah penting didalam penggunaan kampanye, maka diperlukankalah orang-orang yg mempunyai basis masa yang besar dan tingkat popularitasnya tinggi.

1.5.5 Popularitas

Popularitas merupakan modal yang sangat berharga yang harus dimiliki oleh setiap individu ketika akan terjun ke dunia politik. Popularitas seseorang dapat menjadi salah satu aspek untuk mendukung memperoleh kekuasaan. Dalam

pemilihan umum kepopuleran seorang calon atau kontestan sangat menentukan bagi masyarakat untuk memilih.

(Nimmo, 2008), dengan adanya modal popularitas maka akan lebih mudah bagi seseorang atau figur tersebut untuk mencuri perhatian masyarakat, melalui pemberitaan media yang diharapkan nantinya akan mempunyai nilai tambah untuk meningkatkan atau mendongkrak elektabilitas. Untuk mewujudkan semua itu, perlu dibangun pencitraan yang baik ditengah masyarakat, agar nantinya timbul simpati dan keberpihakan masyarakat kepada tokoh atau figur tersebut. Popularitas juga terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

a. Popularitas Sosiometrik (Popularity Sociometric)

Popularitas sosiometrik dapat diartikan bagaimana seseorang disukai oleh seorang individu. Keinginan ini berkorelasi oleh perilaku prososial. Mereka yang bertindak dalam cara prososial cenderung lebih dianggap sociometrically popular. Mereka sering dikenal karena perilaku interpersonal yang mereka lakukan, mereka empati untuk orang lain, dan kesediaan mereka untuk bekerja sama dengan non-agresif. ini adalah sebuah penilaian yang lebih pribadi, ditandai dengan likeability (kesukaan), yang pada umumnya tidak akan dibagi dalam kelompok pengaturan

b. Popularitas Perceived

Popularitas berguna untuk menggambarkan orang-orang yang dikenal diantara rekan-rekan mereka sebagai seorang yang populer. Tidak seperti popularitas sosiometrik, popularitas ini sering dikaitkan

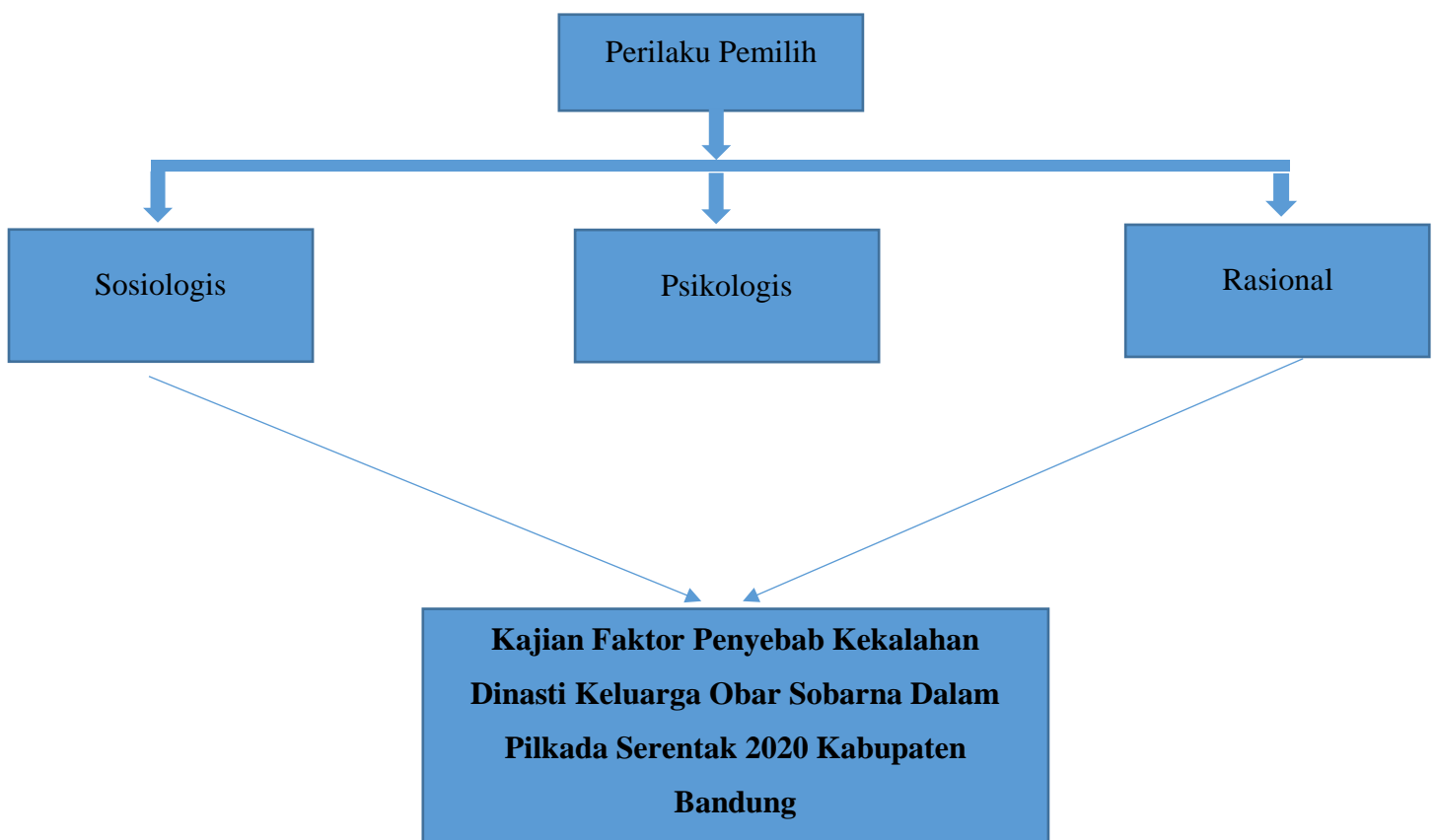
dengan sikap agresif dan didominasi tidak bergantung pada prososial behaviors. individu merasakan popularitas sering terlihat sangat sosial dan sering ditiru tetapi jarang disukai.

Untuk mengetahui factor apa saja yang menyebabkan kekalahan dinasti Obar Sobarna pada Pilkada serentak 2020 di Kabupaten Bandung peneliti menggunakan teori Perilaku pemilih yang dinilai sangat cocok untuk menjawab rumusan masalah didalam penelitian ini. Dalam teori ini menggunakan tiga pendekatan yakni pendekatan sosiologis, pendekatan psikologis dan yang terakhir pendekatan rasional.

1.5.6 Kerangka Berfikir

Bagan 1. 1

Kerangka Berfikir



1.6 Operasional Variable

Tabel 1. 1
Operasional Variable

Konsep	Variabel	Indikator	Parameter/Satuan
Karakteristik responden	Jenis kelamin	-	1. Laki-laki 2. Perempuan
	Usia	17-91	Tahun 1. Tidak Sekolah 2. SD/Sedrajat
	Tingkat pendidikan	-	3. SMP/ Sedrajat 4. SMA / Sedrajat 5. Diploma 6. Sarjana
	Pekerjaan		1. Petani 2. Wiraswasta 3. Pelajar/ Mahasiswa 4. Ibu Rumah Tangga 5. Lainnya
Faktor yang mempengaruhi Kekalah	Sosiologis	1. Hubungan pertemanan 2. Ikut ikutan tetangga 3. Kesamaan agama dengan pasangan calon	1= tidak memilih 2= Belum tentu 3=Memilih 4= Pasti Memilih
	Psikologis	1. Sosialisasi lingkungan pemilih 2. Emosional kepada figur 3. Ikatan ketokohan	
	Rasional	1. Visi dan Misi 2. Program kerja 3. Rekam jejak kandidat	

4. Imbalan ketika memilih

Definisi Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.” Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan. Dalam merumuskan kita harus dapat menjelaskannya sesuai dengan maksud kita memakainya.

A. Perilaku memilih

Merupakan tingkah laku seseorang dalam menentukan pilihannya. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku memilih, seperti isu isu dan kebijakan politik. Akan tetapi tak sedikit yang memilih berdasarkan pertimbangan, ada juga kelompok yang melihat berdasarkan kelas sosialnya, figur sang calon hingga pengaruh elit partai serta aliran atau ideologi politik. Perilaku memilih tersebut dibagi menjadi tiga pendekatan, yaitu pendekatan sosiologis, psikologis dan rasional.

a. Pendekatan Sosiologis

Pendekatan sosiologis merupakan perilaku memilih saat memilih dengan mempertimbangkan adanya hubungan pertemanan, ikut ikutan tetangga serta memilih adanya kesamaan agama dengan paslon dan figur kepemimpinan paslon.

b. Pendekatan Psikologis

Pendekatan psikologis sangat bergantung dengan sosialisasi politik lingkungan tempat pemilih, ada ketertarikan emosional kepada figur paslon, dan juga ikatan ketokohan dengan kandidat. Jika ada figur baru dalam kandidat pasangan calon apakah anda akan memilih?

c. Pendekatan Rasional

Pendekatan Rasional menitikberatkan pada seorang pemilih yang melihat dari Orientasi terhadap Visi dan Misi, Orientasi terhadap program kerja dan Orientasi terhadap rekam jejak kandidat, imbalan tertentu setelah memilih paslon

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan dan mempersoalkan cara-cara melaksanakan penelitian. Metode penelitian dibagi menjadi dua yaitu metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan Creswell (2016) disebutkan metode penelitian melibatkan berbagai macam teknik pengumpulan, analisis, serta interpretasi data yang dikemukakan peneliti dalam kerja penelitiannya. Metode penelitian oleh Creswell dikelompokkan menjadi tiga, yaitu metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan *mix-methods* (campuran kualitatif dan kuantitatif) yang berbentuk kuantitatif, maka tidak menutup kemungkinan juga akan diambil dan dianalisis secara detail.

Pendekatan kualitatif digunakan karena penulis tidak menggunakan variabel-variabel yang rumit seperti pada penelitian kuantitatif. Dan, penelitian mengenai

pola hubungan ini tidak dapat dilakukan dengan metode penghitungan kuantitatif yang berarti kualitatif adalah pendekatan penelitian yang paling tepat dalam penelitian ini.

Terdapat tiga ciri-ciri strategi studi kasus dalam penelitian kualitatif yaitu: (1) Partikularistik, bahwa studi kasus difokuskan pada keadaan tertentu sebuah situasi, kegiatan ataupun fenomena; (2) Deskriptif, bahwa semua hasil akhir dari sebuah studi kasus dideskripsikan secara “kaya” dari sebuah fenomena; (3) Heuristik, bahwa studi kasus memberikan penjelasan kepada pembaca tentang fenomena.

1.7.1 Tipe Penelitian

Creswell (2018: 31) Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan untuk menguji teori-teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian ini di maksudkan sebagai upaya mengukur besaran pengaruh dan mengetahui besaran koefisien korelasi/ derajat hubungan antar variabel bebas dan terikat.

Penelitian dilakukan dengan tipe dekriptif kuantitatif analisis yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara sistematis mengenai Faktor Kajian yang Menyebabkan Kekalahan Dinasti Obar Sobarna Di Kabupaten Bandung (2020). Menurut Creswell strategi ini merupakan strategi yang digunakan peneliti untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode ke metode lainnya . Strategi ini dapat dilakukan melalui interview terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif lalu diikuti dengan data kuantitatif. Penelitian ini menggambarkan factor yang menyebabkan kekalahan Oligarki Kurnia-USMAN

1.7.2 Populasi

Populasi adalah suatu kelompok yang memiliki karakteristik serupa, atau Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian untuk metode kuantitatif ini adalah seluruh masyarakat yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap Pilkada Kabupaten Bandung 2020 Sebesar 1.696.683 Jiwa.

Penentuan populasi dalam penelitian ini memiliki kesalahan dalam prosesnya. Populasi penelitian yang didapatkan adalah sejumlah Daftar Pemilih Tetap Kabupaten Bandung dan hal tersebut tidak relevan ketika disandingkan dengan metode dan teknik pengambilan sampel yang ada. Dengan mengambil sampel seluruh Daftar Pemilih Tetap Kabupaten Bandung yang berjumlah 1.696.683 jiwa, dan sampel tersebut diolah dengan rumus yang benar. Jumlah responden yang harus diteliti oleh peneliti dianggap memberatkan karena jumlah sampel yang didapatkan dan yang harus diteliti dapat menyamai jumlah sampel yang dimiliki oleh lembaga survey tingkat nasional.

Penentuan jumlah sampel ini mendapatkan izin dari tim penguji dengan alasan, kesalahan penentuan jumlah sampel dan terlalu luasnya sampel yang diambil ini berimplikasi kepada data yang didapatkan. Adanya kesalahan dan kelemahan dari data yang didapatkan mengarahkan mahasiswa kepada solusi penelitian ulang. Melihat kondisi yang ada, solusi penelitian ulang efek kesalahan dari penentuan sampel tidak dilakukan karena dianggap memberatkan mahasiswa yang meneliti. Ketika dilakukan penelitian ulang, jumlah responden yang diteliti mahasiswa dapat menyamai jumlah yang diteliti oleh lembaga survey. Hal ini

dianggap sulit dilakukan karena mengingat mahasiswa peneliti hanya satu individu tanpa tim sedangkan lembaga survey memiliki tim yang dapat membantu jalannya penelitian. Maka dari itu, peneliti diizinkan memberikan *disclaimer* ini untuk menjelaskan kesalahan yang dilakukan dalam penentuan jumlah sampel yang ada dan menjelaskan implikasi pasca hal tersebut

1.7.3 Sample

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih mengikuti prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu mengenai “Kajian Faktor Penyebab Kekalahan Dinasti Obar Sobarna di Pilkada Kabupaten Bandung 2020” maka penulis mengambil sampel secara umum. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah random sampling sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu tersebut diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian.

Adapun Rumus yang digunakan dalam menentukan ukuran atau besaran sampel dari populasi adalah rumus slovin yaitu:

1.7.3.1 Rumusan Sampel

Rumus perhitungan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
 N = jumlah populasi
 e = batas toleransi *error* (10% atau 0,10)

$$n = \frac{(1.696.683)}{1 + 1.696.683 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{(1.696.683)}{1 + 1.696.683. 0,01}$$

$$n = \frac{1.696.683}{1 + 1.696.683.}$$

$$n = \frac{1.696.683}{1.696.684}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100$$

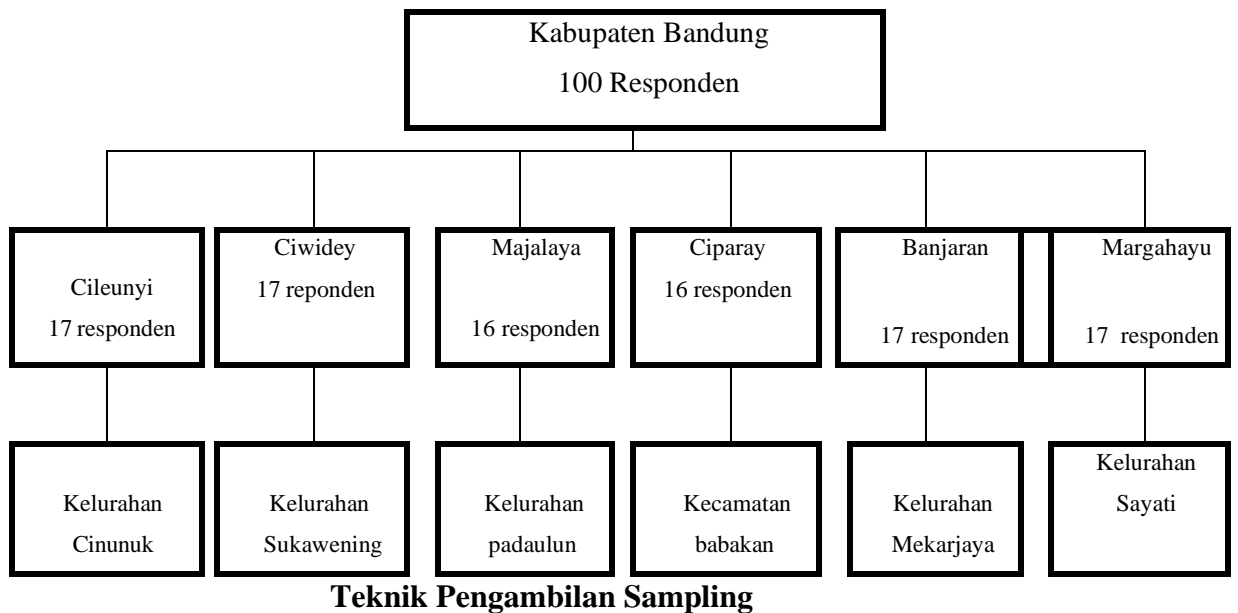
Berdasarkan rumus Slovin, maka diperoleh hasil sampel sebanyak 99,99 dan dibulatkan menjadi 100 sampel. Dengan demikian pada penelitian mengenai “Kajian Faktor Penyebab Kekalahan Dinasti Keluarga Obar Sobarna Dalam Pilkada Serentak 2020 Kabupaten Bandung” ini untuk mewakili seluruh populasi yang ada responden yang dibutuhkan yaitu 100 responden. Setelah jumlah sampel

1.7.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel probabilita (probability sampling). Metode sampel probabilita adalah metode yang menjelaskan bahwa setiap anggota populasi mendapat kesempatan yang sama untuk

dipilih sebagai sampel. Teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan multistage random sampling. Multistage random sampling adalah penggunaan berbagai metode random sampling secara bersama-sama dengan seefisien dan seefektif mungkin. Cara ini digunakan pada penelitian masalah social yang kompleks. Misalnya adalah dalam pengambilan sampel penduduk Kabupaten Bandung mengenai masalah al tertentu, dengan interview langsung. Proses cluster sampling sebagai tahap pertama proses. Dengan mengkombinasikan beberapa metode random sampling tersebut dihadapkan hasil yang diperoleh benar-benar qualified dan bermanfaat.

Bagan 1. 2



1.7.5 Karakteristik Responden

Tabel 1. 2

Jenis Kelamin Responden

Data Primer diolah oleh Peneliti, 2022

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Perempuan	40	40
Laki Laki	60	60
Total	100	100

Jumlah Responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan pada peneliiian ini terdeiri dari 40 orang berjenis kelamin perempuan dan responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 60%.

Tabel 1. 3

Usia Responden

Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
18 – 26	18	18
27 – 35	35	35
36 – 44	16	16
45 – 53	13	13
54 – 62	10	10
63 – 71	6	6
72 – 80	1	1
81 – 89	1	1
Total	100	100

Data Primer diolah oleh Peneliti, 2022

Responden banyak pada peneltian ini berada di ketegori umur 27-35 lebih daru 35 orang. Kemudian responden dengan umur 18-26 berjumlah 18 orang, umur 36-44 berjumlah 16 orang, umur 45-53 berjumlah 13, umur 54-62 berjumlah 10

orang, umur 63-71 berjumlah 6 orang, umur 72-80 berjumlah 1 dan yang terakhir 81-89 berjumlah 1 orang.

Tabel 1. 4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Wiraswasta	27	27
Pelajar/Mahasiswa	54	54
Petani	4	4
Ibu Rumah Tangga	14	14
Lainya	1	1
Total	100	100

Data Primer diolah oleh Peneliti, 2022

Responden yang dari kalangan pelajar/mahasswa jumlah 54 orang menjadi yang paling banyak pada penelitian ini. Sementara, responden lainnya adalah yang paling sedikitt jumlah 1 orang. Sedangkan 27 orang adalah dari wiraswasta, 14 orang dari Rumah Tanggadan 4 orang lainnya adalah petani.

Tabel 1. 5
Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tidak/Belum Sekolah	4	4
SD/Sederajat	6	6
SMP/Sederajat	6	6
SMA/Sederajat	19	19
DIII/S1	35	35
Total	100	100

Data Primer diolah oleh Peneliti, 2022

Pada penelitian ini responden mayoritas memiliki jenjang pendidikan DII/S1 dengan jumlah 35 orang. Responden dengan jenjang pendidikan tidak sekolah paling sedikit dengan jumlah 4 orang. Sementara 6 orang berjenjang sampai SMP, dan yang terakhir dengan jenjang SMA berjumlah 19 orang.

1.7.6 Situs penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana tempat penelitian akan dilakukan. Ditetapkannya lokasi penelitian merupakan serangkaian tahap yang sangatlah penting dalam penelitian kualitatif, karena ditetapkannya lokasi dan situs penelitian maka tujuan dan objek sarana penelitian ditetapkan sehingga peneliti akan dimudahkan ketika melakukan penelitian secara detail dari sebuah kasus yang terjadi. Penelitian ini akan dilakukan di lingkup wilayah Kabupaten Bandung.

1.7.7 Jenis dan Sumber Data

Sumber Data dalam penelitian ini berupa teks, kata-kata tertulis frasa-frasa yang menggambarkan orang-orang, tindakan-tindakan angka dan peristiwa-peristiwa. Menurut (Arikunto, 2006) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam setiap penelitian, selain menggunakan metode yang tepat juga diperlukan kemampuan memilih metode pengumpulan data yang relevan. Data merupakan faktor penting dalam penelitian. Berdasarkan masalah penelitian data yang digunakan untuk memecahkan masalah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Sumber Data Premier

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung (melalui sumber pertama) oleh peneliti. Seperti data yang diperoleh melalui wawancara dari informan.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada serta relevan dengan subjek penelitian, seperti :

- 1) Buku
- 2) Jurnal, Tesis dan Disertasi
- 3) Media Internet
- 4) Dokumen lain yang berkaitan dengan tema penelitian

1.7.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*), kuesioner, dan wawancara.

a. Studi kepustakaan (*library research*)

Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dengan mempelajari berbagai buku-buku, dokumen-dokumen serta laporan yang berkaitan dengan masalah penelitian, guna memperoleh data sekunder yang akan

dijadikan landasan teori dalam melihat dan membahas kenyataan yang ditemui dalam penelitian di lapangan.

b. Kuesioner

Metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan memberikan sejumlah list pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan jawaban yang telah disediakan sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung (Sugiyono, 2017). Kuesioner ditujukan kepada masyarakat di Kabupaten Bandung.

1.7.9 Analisis Hasil Penghitungan Skor

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena secara faktual untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam. Pada penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengukur pernyataan dari factor Psikologis, Sosiologis dan Rasional. Dalam skala likert maka variabel yang dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan instrumen untuk membuat pernyataan (Turangan, dkk, 2017).

System skoring dari pernyataan responden disajikan dalam table sebagai berikut :

Jawaban dari setiap pernyataan diungkapkan dengan kata-kata berikut ini:

1. Penentuan skor jawaban :

Tabel 1. 6

Penentuan skor jawaban

Skala Jawaban	Nilai / Skor
Sangat Setuju (S4)	4
Setuju (S3)	3
Tidak Setuju (S2)	2
Sangat Tidak Setuju (S1)	1

Pernyataan masyarakat terkait skala jawaban yang dipilih yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju dalam penelitian ini merupakan murni pernyataan / pendapat masyarakat Kabupaten Bandung, bukan dibuat oleh peneliti atau sudah ditentukan.

2. Cara penghitungan Skor

Kategori pernyataan yaitu factor kajian yang mempengaruhi kekalahan dinasti Obar Sobarna di Pilkada Kabupaten Bandung 2020.

a. Cara perhitungan skor masing-masing pernyataan :

Jumlah skor tiap kriteria = Capaian skor x Jumlah responden

Untuk

$$S4 = 4 \times 100 = 400$$

$$S3 = 3 \times 100 = 300$$

$$S2 = 2 \times 100 = 200$$

$$S1 = 1 \times 100 = 100$$

Jumlah skor ideal untuk setiap pernyataan yaitu skor tertinggi = 400 dan jumlah skor terendah = 100

1.7.11 Uji Validitas

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006) uji validitas merupakan suatu alat ukur yang digunakan dalam mengukur variabel yang ada. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur data yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Menurut Sugiyono (2017) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid merupakan data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian dapat digunakan atau tidak.

Uji validitas dilakukan dengan cara pencarian korelasi antara bagian-bagian instrumen secara keseluruhan dengan mengkorelasi setiap butir dengan skor total. Korelasi tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* seperti berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi) - (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi

X_i = Jumlah skor *item*

Y_i = Jumlah skor total (seluruh *item*)

N = Jumlah responden

Kemudian dilakukan uji-t untuk masing-masing *item*, dengan persamaan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelasi untuk masing-masing *item*/butir instrumen

n = Jumlah responden

Kaidah keputusan : jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti tidak valid dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti valid. Agar proses pengujian maupun pengolahan data dilakukan dengan cepat dan tepat maka peneliti menggunakan aplikasi program SPSS versi 16.0 *for windows*.

1.7.10 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017) uji Reabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji Reabilitas merupakan tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah reabel dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya, rumus *alpha cronbach* yang telah dilakukan sebagai berikut: (Arikunto, 2002)

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r = Reabilitas instrumen
- K = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir
- α_1^2 = Varian total

Dalam menguji realibilitas digunakan perangkat lunak *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 16.0 *for windows*. Menurut Sujarweni (2014), kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* > 0.66

1.7.12 Analisa Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Pada penelitian ini dilakukan uji validitas dan Reabilitas. Analisis validitas dan Reabilitas atau analisis instrumen pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang dipakai dapat mengukur variabel dengan baik dan dapat memenuhi syarat-syarat sebagai alat ukur

Tabel 1. 7
TABEL NILAI-NILAI r
PRODUCT MOMENT

N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,95	0,99	27	0,381	0,487	60	0,254	0,33
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
			29	0,367	0,47	70	0,235	0,306
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
7	0,754	0,874						
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,22	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,27
			34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
11	0,602	0,735	35	0,334	0,43	100	0,195	0,256
12	0,576	0,708						
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,23
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,21
15	0,514	0,641	38	0,32	0,413	175	0,148	0,194
			39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
17	0,482	0,606						
18	0,468	0,59	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389			
			44	0,297	0,384	600	0,08	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,38	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537						
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	800	0,07	0,091
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
			50	0,279	0,361			

Penentuan r tabel berdasarkan jumlah sampel (n) yang digunakan

1.7.13.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 16.0 *for windows*, uji validitas sebanyak 30 responden terhadap 15 atribut dengan signifikansi 5% memiliki nilai r hitung > 0.361 . Seluruh atribut yang dipakai dalam penelitian menghasilkan koefisien lebih besar dari nilai r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua atribut untuk Kajian Faktor yang menyebabkan kekalahan dinasti Obar Sobarna pada Pilkada 2020 di Kabupaten Bandung yaitu factor Sosiologis, Psikologis dan Rasional.

Tabel 1. 8
Rekap Hasil Uji Validitas

No item	r hitung	r tabel	kesimpulan
1	0.758	0.361	Valid
2	0.688		Valid
3	0.604		Valid
4	0.895		Valid
5	0.499		Valid
6	0.746		Valid
7	0.760		Valid
8	0.642		Valid
9	0.697		Valid
10	0.505		Valid
11	0.717		Valid
12	0.623		Valid
13	0.897		Valid
14	0.461		Valid

15	0.365		Valid
----	-------	--	-------

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variable penelitian pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari pertanyaan No. 1 sampai No.15 dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$

1.7.12.2 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 16.0 *for windows*. Uji Reabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat dijadikan alat ukur dalam penelitian. Setelah didapatkan nilai Reabilitas alpha-cronbach, lalu nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r kritis yang diambil besarnya 0,7. Jika nilai Reabilitas lebih dari 0,70 atau mendekati nilai 1,00, maka tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran semakin tinggi.

Tabel 1. 9
Rekap Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Koef Alpha Cronbach	R kritis	Kesimpulan
Faktor yang mempengaruhi Kekalahan	0,905	0,700	Reliabel

Dari hasil uji Reabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan r_{hitung} lebih besar dari r_{kritis} 0.7.

Dari hasil uji validitas dan uji Reabilitas dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel.

Dengan demikian penelitian ini dapat dilanjutkan tanpa adanya suatu kendala terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrument penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan Reabilitasnya serta layak digunakan untuk menguji permasalahan yang diteliti.

1.7.13. Teknik Pngumpulan Data Kuantitatif

Metode survey menghasilkan gambaran suatu populasi dengan mempelajari sampel, untuk dapat digeneralisasikan sebagai sikap keputusan suatu populasi tersebut . Langkah survey yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Pilkada Kabupaten Bandung merupakan salah satu pelaksanaan politik tingkat daerah yang diwarnai kekalahan oligarki yang sudah bertahan hampir 20 tahun lamanya. Hal ini menjadikan masyarakat sebagai indikator utama yang dapat dihubungkan dengan pihak-pihak yang diteliti, terutama untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya

1.7.14 Metode Analisis Data

Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif statistic deskriptif. Kegiatan analisis data dimulai dari : (a) Pengolahan data, dilakukan dengan cara pengeditan data , coding, dan transformasi data. (b) Penyajian data, dilakukan dalam bentuk tabel daerah pilihan untuk mengetahui daerah dengan suara terbanyak, sedang, dan terendah untuk dapat memberikan data faktor yang mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihannya. (c) Analisis data, dilakukan dengan cara analisis statistic deskriptif. Jadi penulis mengungkapkan dan

mendeskripsikan persepsi masyarakat dalam memahami fenomena Pilkada kabupaten Bandung pada tahun 2020 .

1.7.15 Kualitas Data

Data yang digunakan penelitian ini diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan informan , observasi, kuesioner serta dokumentasi . Keseluruhan dan bersamaan dengan data sekunder dianalisis , sehingga menghasilkan penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya