

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keikutsertaan calon perseorangan (calon independen) dalam dinamika kontestasi politik elektoral membuka lebar sekaligus mengintegrasikan denyut kehidupan politik baru di tingkat lokal. Kehadiran calon perseorangan dalam kontestasi pemilihan umum, dimaknai sebagai jawaban di tengah meluasnya kekecewaan publik terhadap kinerja partai politik di Indonesia yang cenderung oligarkis, elitis, dan abai dalam menjalankan fungsi keberpihakannya terhadap kepentingan masyarakat umum. Namun walaupun demikian, calon perseorangan yang ingin terlibat dalam kontestasi tidaklah berjalan pada ‘rel yang bebas hambatan’. Fakta seputar beratnya syarat administratif pencalonan bagi calon perseorangan, hingga tingkat kompetisi yang tinggi berhadapan dengan dominasi mesin partai menjadi ‘jalan terjal’ yang harus dilalui oleh calon perseorangan.

Berhadapan dengan fakta ini, setiap calon perseorangan diwajibkan untuk memiliki basis sumber daya (modalitas) dan strategi yang baik agar mampu memperoleh kemenangan dalam kontestasi. Modalitas dan strategi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dilepas-pisahkan dalam dinamika kontestasi politik elektoral. Keduanya menjadi faktor pengandai sekaligus penentu yang memungkinkan keberhasilan seseorang aktor dalam kontestasi elektoral. Berkenaan dengan itu, studi ini sejatinya berupaya mengkaji tentang modalitas dan strategi kontestasi politik elektoral, secara khusus untuk membaca serentak

menganalisis kemenangan pasangan calon perseorangan, Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga, pada Pilkada serentak Kabupaten Sikka tahun 2018.

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) secara langsung merupakan manifestasi nyata atas agenda perluasan demokratisasi dalam upaya mewujudkan konsolidasi demokrasi di Indonesia. Hal ini terwujud dalam perubahan aturan perundang-undangan tentang pemilihan umum dan partai politik yang pada simpulnya juga memungkinkan mekanisme hadirnya calon perseorangan untuk turut terlibat dalam pentasan pemilihan umum. Secara normatif, implementasi Pilkada langsung termuat dalam peraturan UU No.32 Tahun 2004. Yang menjelaskan perihal pemilihan kepala daerah secara langsung oleh rakyat melalui mekanisme pemilu. Tujuannya ialah untuk meningkatkan legitimasi politik pemimpin di daerah dalam kerangka kelembagaan baru, serta mewujudkan asas responsibilitas dan akuntabilitas (Siti Aminah, 2014, pp. 195–196; Pratikno, 2007, p. 416). Peraturan tersebut nyatanya menunjukkan dominasi kuat dari partai politik dalam mekanisme pencalonan Pilkada. Calon yang berasal dari jalur perseorangan tidak diakomodir. Setiap aktor yang ingin mencalonkan diri dalam Pilkada harus melalui partai politik (*party based*) (Marijan, 2010, p. 184). Dalam hubungannya dengan hal ini, pada praktiknya partai politik cenderung menuai berbagai kritik, yakni berkaitan dengan mekanisme pencalonan kepala daerah yang sering kali ‘tersandera’ oleh aspek kepentingan elite partai. Selain itu citra partai diperburuk oleh adanya mekanisme rekrutmen partai yang cenderung elitis dan tidak transparan, serta maraknya isu seputar mahar politik (*beli perahu*) yang harus disiapkan oleh aktor yang ingin mencalonkan diri melalui partai (Hanafi, 2014, pp. 106–107; Haris, 2003, pp. 7–9; Prihatmoko., & Moesafa, 2008, p. 14).

Upaya untuk mengurangi dominasi partai sekaligus memberikan kesempatan yang lebih besar bagi calon perseorangan dalam pemilihan kepala daerah terwujud dalam UU No. 12 Tahun 2008 sebagai revisi kedua atas UU No.32 Tahun 2004. Implementasi aturan tersebut, menjadi titik pijak bagi setiap kandidat yang memanfaatkan jalur perseorangan untuk berkontestasi dalam pemilihan kepala daerah pada level provinsi, kabupaten dan kota. Buehler menjelaskan bahwa upaya ini merupakan suatu inovasi politik baru untuk menciptakan ekosistem politik yang sehat, serta memiliki kecenderungan menuju lahirnya mekanisme pemilihan kepala daerah yang lebih kompetitif dan inklusif (Buehler, 2010, p. 271). Dalam hubungannya dengan pemilu, kehadiran calon perseorangan juga dimaknai sebagai agenda besar yang mendukung proses konsolidasi demokrasi yakni mampu menghadirkan keterbukaan politik, memungkinkan lahirnya alternatif saluran kepentingan yang akomodatif dan aspiratif, serta mampu meningkatkan angka partisipasi pemilih (Brancati, 2008, pp. 650–651; Thaha & Haryanto, 2017, pp. 1–2). Kehadiran calon perseorangan juga dipercaya lebih steril dari berbagai bentuk ‘hutang politik’, ketimbang kandidat yang diusung oleh partai politik. Hal ini berdampak positif karena dapat meminimalisir berbagai bentuk praktik korupsi oleh para kepala daerah saat terpilih. Di sisi lain kehadiran calon perseorangan pada akhirnya memaksa partai politik untuk berbenah diri agar tidak kehilangan simpati, serta tetap memperoleh kepercayaan publik.

Walaupun demikian, dalam kenyataannya, calon perseorangan dihadapkan pada jalan yang tidak mudah. Hal ini berkaitan dengan beratnya persyaratan administratif berupa jumlah syarat dukungan pencalonan yang harus dipenuhi

oleh calon perseorangan untuk dapat berpartisipasi dalam kontestasi elektoral¹ (Asyadi, 2021, p. 84). Syarat pencalonan yang berat berdampak pada menurunnya tingkat partisipasi calon perseorangan dalam Pilkada. Apabila bercermin pada pagelaran Pilkada serentak, baik itu Pilkada serentak tahun 2015, 2017, dan 2018 hingga Pilkada serentak tahun 2020, tampak terlihat berkurangnya partisipan calon kepala daerah yang menempuh jalur perseorangan. Tabel berikut menggambarkan secara detail perihal ini;

Tabel 1.1 Perbandingan Partisipasi Calon Perseorangan dalam Pilkada Serentak

Pilkada Serentak	Jenis Pemilihan	Jumlah Wilayah	Pasangan Calon		Keterpilihan Calon Perseorangan
			Perseorangan	Partai	
Pilkada 2015	Gubernur	9	2	18	13 calon (8,3 %)
	Bupati	224	126	550	
	Walikota	36	28	114	
	Total		269	156	
Pilkada 2017	Gubernur	7	4	21	3 calon (3,3%)
	Bupati	76	70	183	
	Walikota	18	16	43	
	Total		101	90	
Pilkada 2018	Gubernur	17	3	27	2 calon (2,9%)
	Bupati	115	57	179	
	Walikota	39	9	41	
	Total		171	69	
Pilkada 2020	Gubernur	9	0	25	6 calon (8,8%)
	Bupati	224	59	554	
	Walikota	37	68	92	
	Total		270	68	

Sumber: Rekapitulasi Hasil Pilkada (KPU RI, 2015, 2017, 2018, 2020)

Perbandingan partisipasi calon perseorangan sebagaimana digambarkan di atas menunjukkan fakta penurunan yang signifikan dari keikutsertaan calon

¹ UU No. 12 Tahun 2008 menggariskan bahwa jumlah syarat dukungan bagi calon perseorangan berada pada kisaran 3 – 6,5 persen dari jumlah pemilih tetap (DPT) pada daerah bersangkutan. Aturan ini mengalami perubahan seiring disahkan UU No. 8 Tahun 2015 tentang pemilihan umum. Bahwa syarat minimal dukungan bagi calon perseorangan ialah 6,5 – 10 persen dari jumlah pemilih tetap di daerah tersebut. Selanjutnya kehadiran UU No. 10 Tahun 2016 yang menjadi rujukan penyelenggaraan pemilu, tidak mampu memberikan perubahan signifikan bagi calon perseorangan lantaran tetap mempertahankan syarat minimal pencalonan yang ada.

perseorangan hingga keterpilihannya dalam Pilkada. Di sini terlihat adanya kecenderungan dari para kandidat untuk meninggalkan calon perseorangan dan lebih tertarik untuk terlibat dalam kontestasi melalui kendaraan partai politik, karena dinilai lebih menjanjikan. Berkaitan dengan realitas yang demikian, maka basis modalitas dan pengorganisasian strategi menjadi hal yang mutlak dibutuhkan oleh calon perseorangan dalam menunjang keterpilihannya.

Modalitas dan strategi merupakan satu kesatuan, yang tidak dapat dipisahkan dalam kerangka perjuangan meraih kekuasaan. Keduanya merupakan faktor pengandai, sekaligus faktor yang dapat menentukan keberhasilan seorang aktor dalam meraih kekuasaan (Haryanto, 2017, pp. 31–33). Sejalan dengan kehadiran calon perseorangan dalam Pilkada, maka optimalisasi basis modalitas dan pengoperasionalisasian strategi yang tepat dapat menjadi penentu keberhasilan calon perseorangan dalam kontestasi tersebut. Modalitas dapat diartikan sebagai segala jenis sumber daya (*resource*) yang memungkinkan seseorang dapat memperoleh posisi dominan dalam arena sosial. Definisi modalitas pada dasarnya cenderung direduksi pada pemahaman yang ekonomistis. Bourdieu memberikan cara pandang baru mengenai konsepsi modalitas. Dalam karyanya *the forms of capital*, ia memperluas pengertian modalitas yang semula cenderung ekonomistis ke dalam pengertian baru yang lebih luas yakni mencakup modal kultural, modal sosial dan modal simbolik (Bourdieu, 1986, p. 243).

Dalam kontes politik elektoral, Marijan menjelaskan bahwa semakin besar pasangan calon yang berhasil mengakumulasi modal maka semakin besar pula peluang pasangan bersangkutan untuk memenangkan kontestasi elektoral. Modalitas yang dimaksudkan di sini ialah modal politik (*political capital*), modal

sosial (*social capital*), dan modal ekonomi (*economical capital*) (Marijan, 2007, pp. 8–9). Modal politik berkaitan dengan dukungan politik baik dari rakyat, maupun kekuatan-kekuatan politik yang dipandang sebagai representasi rakyat. Modal ini mutlak dibutuhkan oleh setiap aktor yang terlibat dalam kontestasi politik baik itu dalam tahapan pencalonan hingga proses pemilihan. Sebagai contoh dukungan partai politik atau tim sukses. Modal sosial berkaitan dengan jaringan, relasi dan kepercayaan yang dimiliki pasangan calon dengan masyarakat. Relasi, jaringan kekerabatan dan kepercayaan tak pernah ada tanpa adanya proses pengenalan. Sebaliknya keterkenalan ataupun popularitas tak bermakna tanpa adanya rasa kepercayaan. Hal ini berkaitan erat dengan bagaimana seorang calon berupaya untuk meyakinkan pemilih bahwa dirinya memiliki kompetensi yang memadai untuk dipilih dalam suatu kontestasi politik. Melalui pengenalan fisik dan sosial berjarak dekat dengan masyarakat ataupun kelompok masyarakat tertentu dibangun karakter kepercayaan. Selanjutnya, modal ekonomi merupakan basis sumber daya yang dapat dijadikan sarana produksi dan sarana finansial. Modal ekonomi berkaitan dengan kepemilikan alat produksi, aset dan uang. Modal ekonomi memiliki fungsi penting sebagai penggerak dan ‘pelumas’ mesin politik yang digunakan oleh pasangan calon dalam pemilu, misalnya dimanfaatkan dalam pembiayaan kampanye (Marijan, 2006, pp. 89; 2010, pp. 184–185). Modal ekonomi juga penting dalam hubungannya dengan upaya untuk memobilisasi dukungan pada saat kampanye ataupun menjelang masa pemilihan. Atau bahkan tidak jarang langsung dimanfaatkan untuk mempengaruhi pemilih. Hal ini sering kali dikaitkan dengan aneka praktik *money politics*, patronase, dan

bentuk pertukaran klientelistik lainnya (Aspinall & Sukmajati, 2018; Edward Aspinall, 2019; Muhtadi, 2020).

Akumulasi modalitas memiliki implikasi terhadap keterpilihan pasangan calon kandidat melalui mekanisme pemilu. Namun demikian, peluang keterpilihan merupakan suatu bagian dari keseluruhan dinamika yang kompleks, sehingga tidak dapat dilihat sebagai hasil dari efektivitas salah satu faktor saja. Selain modalitas, faktor figuritas dan pengoperasian strategi merupakan hal yang penting dalam menentukan keterpilihan. Faktor figuritas sering kali menjadi jualan politik yang positif. Figuritas merupakan salah satu indikator yang membentuk keseluruhan bangunan personalisasi politik yang tidak lain dapat dikategorikan ke dalam modal politik seorang aktor politik. Fenomena personalisasi politik merupakan tren global yang tak dapat dimungkiri dewasa ini. Hal ini berkaitan dengan kondisi ‘pengkultusan’ figur personal yang nyatanya memberikan efek yang positif dalam proses elektoral. Pada skala global, keterpilihan Jair Bolsonaro, Rodrigo Duterte, hingga Donald Trump dalam pemilihan elektoral dapat dilihat sebagai fakta menguatnya fenomena personalisasi politik. Untuk konteks nasional keberhasilan Jokowi dalam pemilihan Umum 2014 dan 2019 tidak lepas dari keberhasilan kubu tersebut mengekspose dan mengelaborasi sisi personal seorang Jokowi sebagai jualan politik yang menarik simpati pemilih. Di mana kategori psikologi Jokowi dikuatkan dengan mengedepankan narasi *blusukan*, merakyat, sederhana, dan santun. Selanjutnya kemampuan merumuskan strategi merupakan suatu variabel penting. Di sini strategi yang digunakan tidak dapat dipisahkan dengan modalitas yang dimiliki oleh kandidat tersebut. Modalitas yang memadai sekurang-kurangnya akan menjadikan kandidat untuk lebih leluasa dalam

melakukan improvisasi dalam pengoperasian strategi secara maksimal. Strategi yang digunakan juga perlu mempertimbangkan karakter publik yang memiliki hak suara dalam pemilu.

Pilkada kabupaten Sikka tahun 2018, menempatkan pasangan calon perseorangan Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga sebagai bupati dan wakil bupati terpilih periode 2018-2023. Pasangan calon perseorangan ini merupakan satu-satunya pasangan calon perseorangan di NTT yang berhasil terpilih pada momentum Pilkada 2018, dan sekaligus merupakan salah satu dari dua pasangan calon perseorangan pada skala nasional yang berhasil terpilih melalui jalur perseorangan pada tahun yang sama. Pilkada tahun 2018 diikuti oleh 69 pasangan calon perseorangan dari keseluruhan 171 daerah di Indonesia. Jumlah ini terbilang sangat kecil dibandingkan tingkat keterpilihan pasangan calon yang terlibat dalam kontestasi melalui kendaraan partai yakni sebanyak 169 calon (KPU RI, 2018). Merujuk fakta sejarah, untuk kontes Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), pasangan Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga merupakan pasangan ke tiga yang berhasil memenangkan Pilkada melalui jalur perseorangan. Pada tahun 2008, pasangan Christian N Dillak dan Zacharias P. Manafe berhasil terpilih terlebih dahulu sebagai Bupati dan wakil bupati Rote Ndao melalui mekanisme calon perseorangan, selanjutnya pada tahun 2012, Jonas Sealen dan Herman Man juga terpilih menjadi Bupati dan wakil bupati Kota Kupang melalui mekanisme yang sama.

Pilkada yang digelar pada 27 Juni 2018 di Kabupaten Sikka ini, menempatkan 3 pasangan calon dalam arena kontestasi. Ketiga pasangan calon

bupati dan wakil bupati tersebut antara lain²; 1.) Alexander Longginus dan Fransiskus Stephanus Say, 2.) Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga, 3.) Yoseph Ansar Rera dan Rafael Raga. Pasangan calon perseorangan yang lebih dikenal dengan akronim paket ‘ROMA’ (Robi-Romanus) ini berhasil mengungguli kedua pasangan rivalnya dalam Pilkada Sikka dengan akumulasi suara yang cukup signifikan yakni mencapai 40, 10 % atau 63.039 suara dari keseluruhan suara sah. Sedangkan pasangan calon Alexander Longginus dan Fransiskus Stephanus Say memperoleh 31,61 % atau 49.690 suara sah. Pada posisi terakhir, pasangan Yoseph Ansar Rera dan Rafael Raga memperoleh 28,29 % atau 44.476 suara sah. Kemenangan pasangan perseorangan, Robi-Romanus merupakan kemenangan yang fenomenal sebab berhasil mengalahkan dua pasangan lainnya yang berstatus sebagai petahana (Yoseph Ansar Rera), dan mantan Bupati periode 2008-2013 (Alexander Longginus), yang didukung oleh koalisi partai gemuk. (Denura, 2018, <http://kupang.tribunnews.com/2018/besok-gubernur-ntt-lantik-bupati-dan-wabup-sikka>; Karouw, 2018, <https://inews.id//calon-perseorangan-menang-di-sikka-kalahkan-petahana-dan-eks-bupati>).

Apabila dibuat suatu perbandingan, maka di atas kertas terlihat bahwa, posisi Robi-Romanus sebagai perwakilan calon perseorangan jelas tidak diuntungkan berhadapan dengan pasangan calon lainnya. Sekurang-kurangnya

² Pasangan Calon Bupati Sikka tahun 2018 antara lain; 1.) Alexander Longginus (Mantan Bupati Sikka 2003-2008, Wakil Ketua DPRD Sikka 2009-2014, Ketua DPD PDIP Kab. Sikka) dan Fransiskus Stephanus Say (Wiraswasta, Wakil Ketua DPD Partai Gerindra Kab. Sikka, Ketua HNSI Kab. Sikka) diusung oleh koalisi 6 partai politik yakni partai PDIP, Gerindra dan Pan (12 kursi di DPRD). 2.) Fransiskus Roberto Diogo (Camat Nele 2014-2017, Ketua PC PSSI Kab. Sikka 2012-2016, Sekertaris Pol PP Kab. Sikka 2017) dan Romanus Woga (Wiraswta, tokoh koperasi NTT) memanfaatkan jalur perseorangan/independent (24.427 KTP), serta didukung oleh partai PKB (2 Kursi) dan Hanura (4 kursi). 3.) Yoseph Ansar Rera (Bupati Sikka 2013-2018, Ketua DPD Partai NasDem Kab. Sikka) dan Rafael Raga (Ketua DPRD Sikka, Ketua DPD Partai Golkar Kab. Sikka) diusung oleh koalisi 6 partai politik yakni Golkar, Nasdem, Demokrat, PKPI, PPP, dan PKS (17 kursi di DPRD) (Rosari, 2018), <https://www.cendananews.com/2018/02/kpu-sikka-tetapkan-3-paket-calon-bupati-bertarung-dalam-pilkada.html>., diakses tanggal 15-09-2021.

terdapat dua alasan mendasar berkaitan dengan hal ini yakni; Pertama, dikarenakan oleh beratnya syarat pencalonan yang harus dipenuhi oleh pasangan perseorangan. Kedua, minimnya modalitas politik pasangan perseorangan bila dibandingkan dengan pasangan lainnya yang telah memiliki basis dukungan koalisi partai yang besar. Untuk kontes kabupaten Sikka sendiri, posisi pasangan perseorangan, Robi-Romanus semakin diperberat karena harus berhadapan dengan pasangan calon yang memiliki Riwayat sebagai petahana (*incumbent*), dan eks bupati. Petahana biasanya mempunyai keunggulan besar berkaitan dengan terbukanya akses terhadap pengelolaan sumber daya dan pembuatan kebijakan yang dapat melanggengkan kekuasaannya (Pascariana, 2017, p. 60). Walaupun demikian, secara latar belakang dan pengalaman politik, Fransiskus Roberto Diogo alias Robi Idong tidak kalah dengan kedua pasangan lainnya. Ia merupakan putra seorang mantan Bupati. Ayahnya, Alexander Idong, merupakan mantan Bupati Sikka periode 1993-1998. Ia juga cukup berpengalaman sebagai peserta pemilu di mana Robi Idong telah dua kali terlibat sebagai calon wakil bupati yakni pada tahun 2008 mendampingi Alex Bapa dari partai Golkar (Paket Abdi). Selanjutnya pada tahun 2013 Robi kembali maju sebagai calon wakil bupati mendampingi Alex Longginus dari partai PDI (paket Alex-Idong) yang tidak lain merupakan rival politiknya di Pilkada 2018. Latar belakang dan pengalaman politiknya yang demikian, menjadi modal bermakna bagi Robi dalam membina kedekatan dan melakukan komunikasi politik yang baik dengan partai-partai tertentu, walaupun dirinya sesungguhnya bukanlah kader partai tersebut. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa pada Pilkada 2018, Partai PKB dan Hanura yang ‘notabene’ memiliki kursi di DPR kemudian menjatuhkan dukungannya

pada pasangan perseorangan, Robi-Romanus. (M.A, 2017, [http:// www.harianindonesia.id/pkb-dampingi-roma-daftar jalur independen di-kpu-sikka.html](http://www.harianindonesia.id/pkb-dampingi-roma-daftar-jalur-independen-di-kpu-sikka.html); Pukan, 2018, <https://www.nttsatu.com/mantan-bupati-sikka-paulus-moa-dampingi-roma-ke-kpu-sikka>). Dukungan kedua partai tersebut lantas menambah basis modalitas politik pasangan Robi-Romanus yang menunjang peluang kemenangannya.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, keberhasilan Robi-Romanus dalam Pilkada Sikka 2018 justru perlu dilihat dalam kerangka kemampuannya mengelola dan mengkapitalisasi modalitas sosial, ekonomi dan modalitas kultural-simbolis serentak mengonversinya sebagai basis modalitas politiknya. Langkah paling awal diwujudkan dengan memenuhi ambang batas syarat dukungan minimal pencalonan. Dalam hal ini, syarat dukungan minimal dapat dilihat sebagai jejaring modal politik yang penting. Sebab dapat dikapitalisasi sebagai mesin politik dalam upaya meningkatkan magnet elektoral terhadap calon perseorangan. Pada Pilkada Sikka tahun 2018, pasangan Robi-Romanus berhasil mengumpulkan 24.427 KTP yang tersebar dari keseluruhan 21 kecamatan yang ada di Kabupaten Sikka. Jumlah ini sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh KPU kabupaten Sikka merujuk pada daftar pemilih tetap yang ada. Proses pengumpulan syarat dukungan minimal pencalonan pada dasarnya sungguh memaksimalkan pemanfaatan modalitas sosial dan ekonomi dari pasangan Robi-Roma (*Rosari, 2018, https://www.cendananews.tetapkan-3-paket-calon-bupati-bertarung-dalam-pilkada.html*).

Robi Idong dikenal sebagai figur birokrat yang dekat dengan masyarakat akar rumput. Ia memiliki popularitas yang baik sebagai birokrat yang jujur, dan

berintegritas serta jujur dari berbagai isu KKN selama pengabdianya sebagai ASN, terutama sebagai seorang Camat di kecamatan Nele, kabupaten Sikka. Robi dikenal sebagai figur yang komunikatif, dan ramah serta terbuka terhadap semua kalangan. Walaupun ia adalah seorang putra mantan Bupati, Robi selalu menunjukkan dirinya sebagai seorang yang tidak tinggi hati. Sebaliknya ia adalah seorang yang dikenal dermawan dan dekat dengan kalangan bawah. Faktor popularitas yang demikian menjadi magnet elektoral bagi pasangan Robi-Romanus (Nes, 2017, <https://zonalinenews.com/2017/04/robi-idong-pengusaha-muda-dikejar-politisi-senior>). Survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI), pada bulan Agustus tahun 2017, menunjukkan fakta menguatnya tingkat elektabilitas Robi Idong. Survei tersebut menempatkan Robi pada posisi tiga besar dengan angka 16,0% dan hanya terpaut dari Yosef Ansar Rera (incumbent) 27,0% dan Alex Longginus 20,2% pada posisi pertama dan ke dua. Kenaikan elektabilitas Robi dinilai cukup signifikan sebab apabila dibandingkan dengan survei yang dilakukan oleh lembaga yang sama pada tahun Agustus 2016, Robi hanya berada pada urutan empat dari keseluruhan 10 daftar nama calon Bupati, dan hanya memperoleh elektabilitas pada angka 5,8%. Robi tertinggal cukup jauh dari Yosef Ansar Rera (incumbent) 20,4%, Rafael Raga 9,6% dan Alex Longginus 8,2%.

Hasil Survei tersebut menunjukkan meningkatnya tingkat popularitas dan penerimaan publik terhadap sosok Robi Idong. Hal ini merupakan wujud personalisasi politik yang dapat menjadi modal politik signifikan bagi pasangan calon perseorangan, terlebih berhadapan dengan dominasi partai. Bahkan sering kali dalam beberapa kasus faktor tersebut memiliki pengaruh yang lebih dominan

ketimbang mesin partai itu sendiri. Figur Robi Idong yang populer dan dapat diterima oleh hampir setiap kalangan terutama kalangan bawah sesungguhnya merupakan bentuk nyata hasil dari modal sosial yang terbangun serentak dapat dikapitalisasi menjadi modal politik. Pengenalan, rasa penerimaan dan kedekatan tersebut pada akhirnya melahirkan ikatan kepercayaan (*trust*) dari masyarakat terhadap dirinya yang pastinya berdampak positif dalam Pilkada. Modal sosial yang dimiliki oleh Robi juga tampak dalam keberhasilannya membangun jejaring relasi dengan kaum kerabatnya. Termaksud di dalamnya jejaring yang dibangun Robi dengan kelompok elite lokal yang punya pengaruh kultural dan politik, serta dengan kelompok organisasi-organisasi lokal setempat. Modalitas sosial calon perseorangan Robi-Romanus juga diperkuat dengan jejaring relasi yang dimiliki Romanus Woga dengan kelompok koperasi di kabupaten Sikka. Hal ini berkaitan dengan latar belakang Romanus yang adalah seseorang tokoh koperasi di NTT. Selain itu, sosok Robi yang memiliki garis keturunan pemimpin dan bangsawan juga merupakan modal lain. Signifikansi kultural demikian dinilai sejalan dengan cita rasa budaya yang diterima secara baik oleh masyarakat setempat. Kualifikasi Pendidikan formal Robi yang mumpuni juga menjadi legitimasi simbolik yang mendongkrak posisinya di masyarakat.

Selain modal sosial dan kultural, modalitas ekonomi juga menjadi penentu kemenangan calon perseorangan. Robi Idong tidak hanya dikenal sebagai seorang birokrat, ia juga adalah seorang pengusaha ulet yang mengelola bisnis perhotelan dan perumahan. Laporan LHKPN tahun 2017 menunjukkan bahwa Robi memiliki harta kekayaan senilai Rp. 3.555.725.946. Sebagian besar harta yang dimiliki Robi berupa aset tanah dan bangunan. Berkaitan dengan ini maka dapat

dikatakan Robi memiliki modalitas ekonomi yang memadai. Modal ekonomi menjadi pijakan bagi setiap pasangan calon, dalam hubungannya dengan pembiayaan selama masa pencalonan hingga pemilihan. Sebagai pasangan calon perseorangan, modal ekonomi menjadi penting berkaitan dengan pembiayaan relawan dan tim sukses. Termaksud selama proses pengumpulan KTP sebagai syarat dukungan minimal yang harus dipenuhi pada masa pencalonan. Modal ekonomi juga merupakan ‘pelumas’ bagi relawan dan tim sukses selama proses kampanye termaksud dalam melakukan mobilisasi dan pengorganisasian dukungan pemilih. Modalitas (sosial, kultural-simbolik, ekonomi) yang dimiliki pasangan Robi-Romanus ini kemudian dikonversi dan dioptimalisasi sebagai modal politik yang mendongkrak peluang keterpilihannya.

Keterpilihan calon perseorangan, Robi-Romanus di Kabupaten Sikka tidak sebatas merupakan hasil dari optimalisasi modalitas yang dimilikinya. Sebaliknya perlu dilihat sebagai satu kesatuan berhadapan penerapan strategi *marketing* politik yang tepat dan terukur oleh pasangan Robi-Romanus bersama tim pemenangannya. Menurut Firmanzah (2018) penggunaan metode *marketing* politik tidak terlepas dari tingginya persaingan dalam dunia politik sehingga dibutuhkan formulasi strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. *Marketing* politik adalah metode yang dapat diaplikasikan dalam konteks politik sebagai seperangkat instrumen oleh kontestan (individu maupun kelompok) dalam memasarkan image politik, gagasan politik, isu politik, ideologi, karakteristik pemimpin, dan program kerja kepada masyarakat. Walaupun tidak senantiasa menjamin kemenangan dalam suatu kontestasi, *marketing* politik berperan penting dalam menyediakan *tools* yang dapat dimanfaatkan untuk membangun hubungan

serta menjalin kedekatan dengan pemilih. O'shaughnessy sebagaimana dikutip oleh Firmanzah menjelaskan bahwa *marketing* politik merupakan konsep yang menawarkan bagaimana partai politik atau kandidat tertentu dapat merumuskan produk politik yang berhubungan erat dengan permasalahan aktual yang dihadapi oleh masyarakat (Firmanzah, 2018, p. 197). Oleh karenanya kandidat ataupun partai politik tersebut perlu secara tepat mencari, mengumpulkan dan menganalisis informasi yang berasal dari masyarakat sehingga program-program yang ditawarkan sungguh menjawab keresahan, dan dapat diterima masyarakat tersebut. Tujuannya ialah agar terbangun kepercayaan, yang pada simpulnya berimplikasi pada hadirnya dukungan politik.

Marketing politik berkontribusi dalam menyediakan metode, serta strategi pendekatan dalam menjawab hal ini. Salah satu pendekatan yang cukup dominan dalam *marketing* politik ialah strategi pendekatan pasar STP (*segmentation, targeting* dan *positioning*). Segmentasi, targeting dan positioning merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Segmentasi dibutuhkan dalam menentukan karakteristik dasar dari segmen pemilih. Selanjutnya bertolak dari kriteria segmen pemilih dibuat *targeting* untuk menentukan target dan fokus segmen pemilih. Setelah *targeting* dilakukan, langkah berikutnya adalah membuat *positioning* dalam setiap segmen pasar (Smith & Hirst, 2001, p. 1061). Worcester dan Baines menjelaskan bahwa dalam suatu kontetasi politik, setiap partai politik atau kandidat yang terlibat perlu secara permanen melakukan *positioning* agar tidak tergerus oleh pesaing yang melakukan hal serupa. Ketepatan membuat *positioning* terkait produk politik, pesan politik, *image* dan program kerja akan membantu menciptakan identitas politik (Worcester & Baines, 2012). Dalam

hubungannya dengan pendekatan pemasaran politik, Nusrul mengelaborasi tiga kategori strategi yang dapat dilakukan oleh kandidat selama masa kampanye dalam rangka memasarkan produk politik kepada segmen pemilih antara lain; Pemasaran politik secara langsung kepada calon pemilih (*push political marketing*), pemasaran politik melalui kelompok, organisasi atau tokoh yang berpengaruh (*pass political marketing*), dan pemasaran produk politik melalui media massa (*pull political marketing*) (Nusrul, 2004a, p. 156). Ketiga strategi pemasaran politik ini nyata dimanfaatkan oleh pasangan Robi-Romanus untuk mendongkrak dukungan suara dari segmen pemilih yang kemudian menghantar pasangan tersebut untuk terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati pada Pilkada 2018.

Robi-Romanus bersama Tim berhasil mengemas strategi *marketing* yang memberikan efek positif bagi keterpilihannya. Hal ini berkaitan dengan keberhasilan melakukan segmentasi dan pemetaan target pemilih berhadapan dengan fakta bahwa pemilih bukanlah entitas yang homogen dan setiap kelompok pemilih yang berbeda kurang lebih berkontribusi pada hasil yang berbeda pula. Keberhasilan tersebut juga ditunjang oleh ketepatan *positioning* image dan produk politik, sehingga berhasil menyentuh serentak mempengaruhi segmen pemilih dalam memberikan dukungan politik. Dalam hubungannya dengan ini, sosok Robi Idong dikemas sebagai figur muda yang cerdas, humanis, tidak elitis, santun dan sederhana, serta memiliki kedekatan dengan kelompok masyarakat kecil dan memiliki gagasan besar untuk membangun Kabupaten Sikka. Proses identifikasi *image* demikian tidak berlangsung sekali jalan tetapi merupakan hasil bentukan yang berlangsung dalam waktu yang lama. Berkaitan dengan upaya

positioning, penciptaan image Robi sebagai pemimpin yang populis dan dekat dengan rakyat diperkuat dalam penggunaan metode *blusukan* yang masif sebagai pengejawantahan bentuk pemasaran politik. Tujuan *blusukan* ialah untuk memperlihatkan kepedulian kepada rakyat dengan cara ‘terjun langsung’ untuk berbicara, mendengar keluhan, dan bersama-sama rakyat mencari jalan keluar (Moa, 2018, <https://kupang.tribunnews.com/2018/02/26/begini-cara-calon-bupati-sikka-robby-idong-gaet-simpaty-warga-kampung-veondari>). Selain metode *blusukan*, Robi-Romanus juga gencar melakukan pemasaran politik melalui tokoh dan organisasi yang berpengaruh serta melalui media sosial. Keberhasilan dalam pemasaran politik demikian menghantar Robi-Romanus untuk memperoleh dukungan yang signifikan.

Sebagai sebuah strategi politik, penciptaan *image* perlu sejalan dengan produk yang ditawarkan kepada pemilih (Firmanzah, 2008:361). Berkaitan dengan ini, Robi mengedepankan isu kesejahteraan sebagai penanda sentral dalam keseluruhan perjuangan politiknya. Upaya ini secara konkret, termanifestasi dalam program yang sifatnya populis yang coba ditawarkan Robi Idong kepada masyarakat Sikka antara lain; program pendidikan, kesehatan, dan ekonomi. Program-program tersebut dinilai sejalan dengan strategi *targeting* yang mampu meraih simpati dari segmen pemilih di Kabupaten Sikka yang dikenal memiliki tipologi pemilih yang beragam.

Berkaitan dengan program pendidikan, pasangan Robi-Romanus berkomitmen untuk menyediakan beasiswa kepada siswa berprestasi untuk siswa SD, SMP, SMA, hingga mahasiswa asal Sikka di seluruh perguruan tinggi di Indonesia. Program beasiswa ini memiliki turunan berupa program pinjaman

tanpa bunga yang diberikan bagi siswa SMA dan mahasiswa yang berasal dari keluarga kurang mampu. Proses pengembaliannya pinjamannya pun baru dilakukan setelah anak bersangkutan menyelesaikan pendidikannya. Robi juga berkomitmen untuk menyediakan dana adat yang dapat dipinjam oleh masyarakat yang membutuhkan. Dana ini difungsikan untuk membantu masyarakat dalam urusan '*belis*' (hantaran pernikahan) yang sudah merupakan tradisi di Kabupaten Sikka. Robi berkomitmen untuk menyediakan dana untuk dititipkan di koperasi-koperasi terbaik di kabupaten Sikka agar bisa diakses masyarakat berkaitan dengan program dana adat ini.

Untuk program kesehatan, Robi-Romanus berkomitmen untuk menyediakan pengobatan gratis bagi masyarakat dengan menyediakan Kartu Sikka Sehat (KSS). Robi-Romanus juga berkomitmen untuk merombak sistem pelayanan di rumah sakit umum daerah (RSUD) Sikka. Dengan menawarkan sistem pelayanan kesehatan tanpa kelas, tanpa ada kategori kelas satu, dua ataupun kelas tiga. Setiap masyarakat yang mengunjungi RSUD berhak menerima pelayanan kesehatan pada kelas yang sama. Selanjutnya dalam bidang ekonomi, Robi-Romanus berfokus pada penyediaan sarana-prasarana yang menunjang geliat ekonomi masyarakat. Salah satunya ialah diwujudkan dengan program pembangunan infrastruktur jalan.

Berdasarkan uraian di atas, maka ide dasar yang melatar belakangi keseluruhan kajian ini ialah bahwa kemenangan calon perseorangan Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga dalam Pilkada Kabupaten Sikka tahun 2018 tidak lepas dari optimalisasi modalitas pasangan calon, yang dibarengi dengan keberhasilan menjalankan strategi pemasaran politik yang tepat dan terukur. Kajian mengenai kemenangan calon independen dalam hubungannya dengan

modalitas dan strategi *marketing* pada dasarnya bukan merupakan kajian yang sama sekali baru. Terdapat beberapa kajian serupa mengenai tema ini antara lain: kajian Irma Fitriana Ulfah (2012), kajian Wisesa et.al., (2014), kajian Abdul Rasyid (2010), selanjutnya kajian Maria Ignasia Pantouw (2012), kajian Ansar Suherman dan Mansur (2017, kajian Morgan Swartley (2018), kajian Wissawas Thongteerapharb (2014), serta kajian Bismar Harris Satriawan, dan Titin Purwaningsih (2021).

Walaupun demikian kajian yang diuraikan sebelumnya memiliki perbedaan mendasar dengan kajian penulis yang lebih memanfaatkan kombinasi perspektif modalitas dan strategi *marketing* politik dalam upaya menjelaskan fenomena kemenangan calon perseorangan dalam kontestasi Pilkada Sikka tahun 2018. Hal ini mendorong penulis untuk melakukan kajian di bawah tema: Modalitas dan Strategi Kontestasi dalam Pilkada (Studi Kemenangan Pasangan Calon Perseorangan Pada Pilkada Kabupaten Sikka Tahun 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat dua rumusan masalah sebagai fokus utama penelitian ini antara lain:

- 1) Apa saja modalitas pasangan calon perseorangan, Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga pada kontestasi Pilkada serentak Kabupaten Sikka tahun 2018?
- 2) Bagaimana strategi pemasaran politik calon perseorangan, Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga pada Pilkada serentak Kabupaten Sikka tahun 2018?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya memiliki tujuan sebagai berikut;

- 1) Menjelaskan modalitas calon perseorangan, Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga pada Pilkada serentak Kabupaten Sikka tahun 2018.
- 2) Menjelaskan strategi pemasaran politik calon perseorangan, Fransiskus Roberto Diogo dan Romanus Woga pada Pilkada serentak Kabupaten Sikka tahun 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

Studi ini berfokus pada kemenangan pasangan calon perseorangan pada Pilkada Serentak Kabupaten Sikka tahun 2018. Berkaitan dengan hal ini, studi ini pada dasarnya memiliki dua manfaat yakni terdiri manfaat teoritis-akademis dan manfaat praktis:

1. Secara teoretis, studi ini memberikan sumbangsih teoritis-akademis yang penting dalam rangka menambah dan memperkaya literatur ilmiah mengenai kajian modalitas dan strategi pemasaran politik, secara khusus dalam arena kontestasi yang melibatkan keikutsertaan calon perseorangan.
2. Secara Praktis, studi ini juga memberikan kontribusi bagi *civitas* akademik di bidang sosial-politik, para praktisi politik (politisi, birokrat), serta masyarakat secara luas pada umumnya untuk memahami diskursus publik seputar dinamika calon perseorangan dalam Pilkada. Dalam hubungannya dengan beratnya peluang keterpilihan calon perseorangan, maka studi ini dapat menjadi rujukan serentak rekomendasi penting. Bahwa optimalisasi modalitas dan pemanfaatan strategi pemasaran politik dapat memberikan efek elektoral yang positif bagi calon perseorangan dalam kontestasi.