

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi. Hal ini tercantum dalam hasil amandemen ke-II Pasal 1 UUD 1945 yang menegaskan bahwa Negara Indonesia adalah negara hukum sekaligus mengakui bahwa yang berkuasa adalah rakyat artinya Indonesia adalah negara hukum yang demokratis, negara hukum yang otoriter.¹ Selain itu, penerapan sistem demokrasi juga terlihat dari adanya keterbukaan politik di Indonesia yang terjadi sejak tahun 1998, dimana adanya pelaksanaan pemilihan umum atau yang disebut dengan pemilu. Pemilu merupakan sarana pengamalan demokrasi yang menjadi sarana untuk memilih anggota parlemen dan pemimpin eksekutif di pusat dan daerah.

Pemilihan Umum (Pemilu) sebagai sarana perwujudan kedaulatan rakyat sekaligus merupakan arena kompetisi yang paling adil bagi partai politik, sejauh mana telah melaksanakan fungsi dan perannya serta pertanggungjawaban atas kinerjanya selama ini kepada rakyat yang telah memilihnya. Rakyat berdaulat untuk menentukan dan memilih sesuai dengan aspirasinya kepada partai politik mana yang dianggap paling dipercaya dan mampu melaksanakan aspirasinya. Partai politik sebagai

¹ Sunarno, "Negara Hukum Yang Demokratis," *Jurnal Administrasi Negara* 3 (2017).

peserta pemilu dinilai akuntabilitasnya setiap 5 (lima) tahun secara jujur dan adil, sehingga eksistensinya setiap 5 (lima) tahun diuji melalui pemilu.²

Pemilu mempunyai makna penting bagi berjalannya demokrasi, dimana setiap warga negara yang dianggap telah dewasa dan memenuhi persyaratan menurut Undang-Undang dapat memilih pemimpin pemerintahan. Oleh karena itu, seluruh elemen bangsa dan ikut serta mensukseskan agar mencapai hasil optimal.³

Pemilu adalah sebuah kompetisi untuk mengisi jabatan-jabatan politik di pemerintahan yang didasarkan pada pilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat. Peserta pemilu dapat berupa perseorangan dan partai politik tetapi yang paling utama adalah partai politik, partai politik mengajukan kandidat dalam pemilu untuk dipilih oleh rakyat.

Kandidat politik yang mengikuti pemilu dilahirkan oleh partai politik, pada pemilu partai politik tidak hadir sendirian terdapat lawan-lawan politik yang juga memiliki tujuan sama untuk berkuasa. Partai politik dan calon kandidat perlu memonitor dan mengevaluasi setiap strategi dan aktivitas yang dilakukan partai lain layaknya prinsip zero sum setiap kemenangan dari satu pihak merupakan kekalahan dari pihak lain. Setiap partai politik maupun kandidat partai politik yang harus memiliki strategi

² Didik Sukriono, "Menggagas Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia," *JURNAL KONSTITUSI PKK UNIVERSITAS KANJURUHAN MALANG* 2 (2009).

³ Andi Faisal, *Literasi Politik Dan Pelembagaan Pemilu* (Jakarta: FIKOM UP Press, 2016).

agar memperoleh elektabilitas yang tinggi sehingga sebuah tujuan akan tercapai sesuai target yang diinginkan.⁴

Masyarakat memiliki peran yang penting dalam penyelenggaraan demokrasi seperti halnya pemilu. Oleh karena itu, masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan pemilu karena satu kesatuan yang utuh menjadi faktor utama dan penentuan suksesnya sebuah pelaksanaan pemilu.

Sebuah pelajaran berharga kepada masyarakat mengenai makna arti dari sebuah pemilu itu sendiri sehingga masyarakat tidak terperosok kedalam kesalahan pada saat memilih kandidat pemilu. Penggunaan hak suara sangat menentukan arah dan masa depan sebuah Negara yang menganut sebuah demokrasi, dimana seorang pemimpin merupakan perwujudan aspirasi masyarakat.

Pemilu yang mempunyai makna penting bagi berjalannya demokrasi, dimana setiap warga negara yang telah dianggap dewasa dan memenuhi persyaratan menurut undang-undang, dapat memilih pemimpin pemerintahan. Harapan rakyat akan perbaikan negeri agar dapat terwujud apabila pemilu dapat menghasilkan pemimpin negara yang mempunyai kompetensi, kapasitas, aspiratif dan mempunyai komitmen dalam mensejahterakan rakyat.⁵

⁴ Midawati and Effendi Hasan, "Analisis Strategi Kemenangan Muhammad Nasir Djamil Pada Pemilihan Umum DPR RI Tahun 2019 Di Kabupaten Aceh Tengah," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* 6, no. 1 (2021), www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP.

⁵ Ayatullah Hadi, Rahmad Hidayat, and Lalu Nanang Alwi, "Partisipasi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 Di Kota Mataram," *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 6, no. 2 (2020): 260–68, <https://doi.org/10.58258/jime.v6i2.1437>.

Pernyataan di atas diperkuat secara tegas yang termuat di dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 10 tahun 2023 dimana setiap warga negara di Indonesia mempunyai hak untuk mencalonkan diri untuk menjadi anggota DPR dan DPRD dalam Pemilu melalui partai politik.⁶ Pada tahun 2024 telah dilaksanakan pemilihan anggota legislatif secara serentak. Pemilihan tersebut dilakukan untuk memilih anggota legislatif pada tingkat pusat, tingkat provinsi, dan tingkat kabupaten/kota.

Karier politik yang dimulai oleh Rocky Candra dari Tunas Indonesia Raya (TIDAR) membawanya untuk masuk ke politik praktis dengan mencalonkan diri sebagai Calon Legislatif DPRD Provinsi Jambi pada tahun 2019 dapil Kota Jambi. Rocky Candra terpilih sebagai anggota DPRD Provinsi Jambi dengan jumlah 16.203 suara yang merupakan suara tertinggi untuk dapil Kota Jambi. Dari perolehan suara yang tertinggi, Rocky Candra dipercaya oleh ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto untuk menjadi Pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat.

Pada pencalonan pemilu 2024, Rocky Candra Kembali mengikuti berkontestasi dalam pemilihan legislatif. Kali ini Rocky Candra mencalonkan diri sebagai Calon Legislatif DPR-RI. Bahkan Rocky Candra merupakan salah satu kandidat dari partai Gerindra dapil Provinsi Jambi.⁷

⁶ Peraturan KPU RI, "Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 10 Tahun 2023 Tentang Pencalonan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota," *Komisi Pemilihan Umum* 2008 (2013).

⁷ Redaksi Warta, "Kilas Balik Rocky Candra, Sosok Penjual Empek-Empek Menuju DPR RI," Redaksi warta lintas, 2023.

Politisi muda Partai Gerindra, Rocky Candra memastikan tiket menuju ke senayan. Ini berdasarkan rapat pleno tingkat 11 kabupaten/kota untuk rekapitulasi penghitungan suara berdasarkan dokumen D di Jambi telah selesai. Suara Caleg DPR RI dapil Jambi dari Partai Gerindra pendatang baru, Rocky Candra unggul atas petahana (*incumbent*) Sutan Adil Hendra (SAH) sesuai rapat pleno Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten/kota se-Provinsi Jambi.

Tabel 1.1
Anggota DPR RI Dapil Jambi Pada Pemilu 2024

No	Nama	Fraksi Partai	Perolehan Suara
1	Drs. H. Cek Endra	Golkar	100,112
2	Drs. H. Hasan Basri Agus, M.M.	Golkar	87,884
3	Edi Purwanto, S.H.I., M.Si.	PDIP	81,984
4	Dr. Syarif Fasha, S.E., M.E.	NasDem	72,885
5	H.A. Bakri HM, S.E.	PAN	67,792
6	Rocky Candra, S.E.	Gerindra	64,026
7	Elpisina	PKB	63,261
8	H. Zulfikar Achmad	Demokrat	50,927

Sumber : KPU Provinsi Jambi (2024)

Setelah sebelumnya sudah 2 periode terpilih, tahun Politik 2024 menjadi buruk bagi Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Gerindra Provinsi Jambi itu. Bagaimana tidak, SAH dikalahkan oleh pendatang baru Rocky Candra. Perolehan Suara keseluruhan Rocky Candra 64.026 unggul tipis atas SAH yang hanya mendapatkan suara sebanyak 63.403 yang notabene sudah 2 Periode terpilih sebagai anggota DPR RI dapil Jambi dari Partai Gerindra. Dengan selisih sebanyak 623 suara, sudah bisa dipastikan kader muda potensial partai Gerindra dan juga merupakan Sekretaris

Jenderal Tunas Indonesia Raya (TIDAR) itu meraih kursi ke 3 DPR RI dapil Jambi.

Tabel 1.2
Perolehan Suara Caleg DPR RI Fraksi Partai Gerindra Dapil Jambi
Pada Pemilu 2024

met	Nama	Perolehan Suara
1	Rocky Candra, S.E.	64,026
2	Dr. Ir. H. A. R. Sutan Adil Hendra, M.M.	63,403
3	Muhammad Harrifar Syafar	39,880
4	Sri Budiyati	8,031
5	Hendra Gunawan	5,985
6	Balkan Amdan, S.T.	3,312
7	Dra. Hj. Nyimas Ena, M.M	2,698
8	Ira Wulan Sary	2,023

Sumber : KPU Provinsi Jambi (2024)

Tabel 1.3
Perolehan Suara Rocky Candra di Berbagai Kabupaten/Kota
Se Provinsi Jambi Pada Caleg DPR RI

No	Wilayah	Perolehan Suara
1	Jambi I (Kota Jambi)	18.133
2	Jambi II (Batang Hari - Muaro Jambi)	8.851
3	Jambi III (Merangin - Sarolangun)	13.685
4	Jambi IV (Kerinci - Sungai Penuh)	17.720
5	Jambi V (Bungo - Tebo)	1.739
6	Jambi VI (Tanjung Barat - Tanjung Timur)	3.898
Jumlah		64.026

Dalam hasil rekapitulasi suara yang diumumkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jambi, Rocky Candra berhasil memperoleh 64.026 suara. Meskipun perolehan suara ini tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan beberapa caleg lain, namun Rocky Candra berhasil menggeser petahana Sutan Adil Hendra dengan kemenangan tipis, hanya

terpaut 623 suara.⁸ Kemenangan Rocky Candra juga didukung oleh dukungan yang kuat dari masyarakat di Jambi. Rocky Candra telah membangun reputasi sebagai caleg yang komitmen dan transparan dalam menjalankan tugasnya. Masyarakat percaya bahwa Rocky Candra dapat mewakili kepentingan dan aspirasi mereka di Senayan.

Berdasarkan latar belakang yang telah uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Kemenangan Rocky Candra dalam Pemilu Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Tahun 2024 (Studi Kasus Kemenangan Suara di Kota Jambi)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana ada narasi pembuka strategi kemenangan Rocky Candra dalam pemilu DPR RI tahun 2024 di Dapil Jambi I?
2. Apa saja faktor yang pendukung atas keterpilihan Rocky Candra pada pemilihan legislatif pada pemilu tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis ada narasi pembuka strategi kemenangan Rocky Candra dalam pemilu DPR RI tahun 2024 di Dapil Jambi I
2. Untuk mengidentifikasi faktor yang pendukung atas keterpilihan Rocky Candra pada pemilihan legislatif pada pemilu tahun 2024

⁸ Ferdi Almunanda, “8 Nama Caleg Jambi Yang Lolos Ke Senayan, 5 Pendatang Baru,” detik.com, 2024, <https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7241556/8-nama-caleg-jambi-yang-lolos-ke-senayan-5-pendatang-baru>.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengetahuan dan perkembangan ilmu pengetahuan politik.
- Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang strategi kampanye politik dan kemenangan dalam pemilu legislatif di Indonesia.

2. Manfaat Praktis:

- Temuan penelitian dapat menjadi panduan bagi politisi dan tim kampanye dalam mengembangkan strategi yang lebih adaptif dan relevan dengan konteks lokal.
- Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi calon legislatif lainnya tentang strategi kampanye yang efektif dalam konteks politik Indonesia.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Teori Marketing Politik

Marketing politik adalah suatu cabang ranting ilmu sosial interdisipliner. Paling dua cabang ilmu sosial menyusun marketing politik, yaitu ilmu marketing dan ilmu politik. Seperti halnya dalam perpaduan atau percabangan ilmu sosial lainnya, tidak pelak lagi marketing politik pun disertai polemik yang masih hangat hingga saat ini. Apabila diingat betapa

secara hakiki terdapat perbedaan antara marketing dan politik, terutama bila sudah berbicara tentang etika.

Penggunaan metode dalam bidang politik dikenal sebagai marketing politik. Dalam marketing politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing untuk membantu politikus dan partai politik agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dan arah dengan konstituen dan masyarakat. Hubungan ini yang diartikan secara luas, dari kontak fisik selama periode kampanye sampai dengan komunikasi tidak langsung melalui pemberitaan di media massa.⁹

Marketing politik adalah aktivitas yang dilakukan oleh partai politik dan seorang kandidat dalam merancang isu-isu yang akan dipaparkan kepada masyarakat, mengkomunikasikan solusi yang ditawarkan saat terpilih, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap seorang kandidat yang terpilih. Adapun kegunaan dari marketing politik bagi organisasi politik sebagai berikut:¹⁰

1. Mengkomunikasikan pesan-pesannya, ditargetkan atau tidak ditargetkan, langsung atau tidak langsung, kepada para pendukungnya dan para pemilih lainnya.
2. Mengembangkan kredibilitas dan kepercayaan para pendukung, para pemilih lainnya, dan sumber-sumber eksternal agar memberi

⁹ Firmanzah, *Marketing Politik : Antara Pemahaman Dan Realitas Edisi Revisi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012).

¹⁰ Nursal Adman, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004).

dukungan finansial, dan untuk mengembangkan dan menjaga struktur manajemen di tingkat lokal maupun nasional.

3. Berinteraksi dan merespon dengan para pendukung, influencers, legislator, para kompetitor, dan masyarakat umum dalam pengembangan dan pengadaptasian kebijakan-kebijakan, serta strategi.
4. Menyampaikan kepada semua pihak berkepentingan atau stakeholders, melalui berbagai media tentang informasi, saran dan kepemimpinan yang diharapkan atau dibutuhkan dalam negara demokrasi.
5. Menyediakan pelatihan, sumber daya informasi dan materi-materi kampanye untuk kandidat, para agen, pemasar, dan atau para aktivis partai politik.
6. Berusaha memengaruhi dan mendorong para pemilih, media-media dan influencers penting lainnya untuk mendukung partai atau kandidat yang diajukan organisasi, dan atau supaya mendukung para pesaing.

Dalam suatu pemilihan agar seorang kandidat dapat memenangkan pemilihan tersebut, maka kandidat perlu memahami bagaimana keadaan atau kondisi dari market atau pasar seperti para pemilih di wilayahnya, beserta kebutuhan dasar mereka serta aspirasi dan konstituensi yang ingin kandidat representasikan kepada pemilih agar pemilih tersebut mendapatkan sikap dalam menentukan pilihan politiknya.

Marketing dalam politik berbeda dengan marketing dalam komersial, perbedaan tersebut dijelaskan dalam Firmanzah, menurut O'Shaughnessy, saya sependapat bahwa marketing politik berbeda dengan marketing komersial. Marketing politik bukanlah konsep untuk menjual partai politik atau kandidat presidensial ke pemilih, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah partai politik atau kontestan bisa membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual. Menurut Butler dan Collins, dalam Firmanzah menjelaskan marketing politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus-menerus oleh sebuah partai politik atau kontestan dalam membangun kepercayaan dan image publik.¹¹

Dengan demikian, marketing politik dalam penelitian ini adalah keseluruhan tujuan dan tindakan strategis dan taktis yang dilakukan oleh aktor politik untuk menawarkan dan menjual produk politik kepada kelompok-kelompok sasaran.

Marketing politik yang menyediakan perangkat teknik dan metode marketing dalam dunia politik. Scammell menyebutkan bahwa kontribusi marketing dalam dunia politik terletak pada strategi untuk dapat memahami dan menganalisis apa yang diinginkan dan dibutuhkan para pemilih. Aktivitas politik harus sesuai dengan aspirasi masyarakat yang luas. Masyarakat ini, seiring dengan berkembangnya masyarakat madani (*civil*

¹¹ Firmanzah, *Marketing Politik : Antara Pemahaman Dan Realitas Edisi Revisi*.

society), adalah masyarakat yang semakin sadar akan hak dan kewajiban politik mereka.

Marketing 4P dalam mempunyai nuansa yang berbeda dengan yang diterapkan di dalam dunia usaha dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan orang yang berlatar belakang pendidikan ekonomi, terutama spesialis marketing pun harus sedikit berkenalan dengan penerapan 4P dalam bauran marketing dalam dunia politik.¹² Peneliti akan membahas marketing politik 4P dalam proses politik sebagai berikut

1. Produk (*Product*)

Menurut Niffenegger dalam Firmanzah, marketing dalam aktivitas perekonomian, berbeda dengan marketing politik. Karena marketing politik, pemilih dapat menikmati hasil kerja kandidat setelah kandidat terpilih. Dalam produk membentuk image bagi sebuah produk adalah konsep dalam produk, kandidat yang akan maju dalam pileg harus cermat dalam memilih konsep produk yang akan dipasarkan kepada konstituennya.

2. Promosi (*Promotion*)

Dalam kegiatan marketing politik, promosi adalah bagaimana cara yang digunakan oleh kandidat atau partai untuk menyebarluaskan atau mempropaganda produk politik tersebut. Pemilihan media perlu dipertimbangkan. Tidak semua media tepat sebagai ajang untuk melakukan promosi. Yang harus dipikirkan dengan matang

¹² Firmanzah.

media apa yang paling efektif dalam mentransfer pesan politik. Sederhananya, katakanlah, sebuah acara anak remaja bukan acara yang tepat untuk melakukan promosi politik dengan pidato-pidato program pembangunan ekonomi, karena itu sesungguhnya kurang tepat.¹³

3. Harga (*Price*)

Dalam Firmanzah menurut Niffenegger, harga dalam marketing politik berbeda dengan harga marketing pada aktivitas perekonomian, dalam marketing politik pemilih tidak akan dipungut biaya ketika melakukan pemilihan kandidat di dalam bilik suara. Harga marketing politik mencakup banyak hal, mulai dari ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye.

4. Tempat (*Place*)

Menurut Niffenegger dalam Firmanzah, tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Sebuah institusi politik yang bisa mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat. Pemetaan ini bisa dilakukan secara geografis. Identifikasi yang dilakukan dengan melihat konsentrasi penduduk di suatu wilayah, penyebarannya dan kondisi fisik geografisnya.

¹³ Firmanzah.

1.5.2 Teori Modal Sosial

Dalam mengikuti kontestasi menetapkan marketing dan strategi politik dalam pemilihan legislatif tidak hanya menyesuaikan kondisi pemilu legislatif itu sendiri dan arena kompetisi tetapi juga termasuk modalitas yang dimiliki kandidat. Modal harus dimiliki seorang kandidat yang hendak mengikuti kontestasi pada pemilihan legislatif yaitu berupa modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Keempat modal ini merupakan salah satu cara untuk dapat menarik pemilih.

Gagasan utama b yang pertama kali muncul dalam diskusi Lyda Judson Hanifan dari pusat komunitas sekolah pedesaan. Dia menggunakan istilah modal sosial untuk menggambarkan substansi-substansi nyata yang menjelaskan kehidupan sehari-hari orang-orang' (1916). Hanifan terutama menaruh perhatian pada penumbuhan kemauan baik (*good will*), persahabatan, simpati dan hubungan sosial di antara orang-orang menyusun sebuah unit sosial'. Akan tetapi, butuh waktu yang cukup lama untuk mempopulerkan pemakaian kata modal sosial. Yang paling baru, adalah karya Robert D. Putnam yang meluncurkan modal sosial sebagai fokus untuk diskusi penelitian dan kebijakan, lalu Piere Bourdieu berkaitan dengan teori sosial.¹⁴

Sementara teori mengenai modal dicetuskan oleh Piere Bourdieu, di mana dalam teori ini mempunyai ikatan erat dengan persoalan kekuasaan.

¹⁴ Thomas Santoso, *Memahami Modal Sosial* (Surabaya: Pustaka Saga, 2020).

Oleh karenanya pemikiran Bourdieu terkonstruksi atas persoalan dominasi. Masyarakat politik ini tentu persoalan dominasi adalah persoalan utama sebagai salah satu bentuk aktualisasi kekuasaan. Pada hakikatnya dominasi dimaksud tergantung atas situasi, sumber daya (capital) dan strategi pelaku.

Keempat modal tersebut memungkinkan untuk menciptakan atau membentuk struktur sosial. Keempat modal tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

a) Modal Ekonomi

Modal ekonomi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah sumber daya yang bisa menjadi sarana produksi dan sarana finansial. Modal ekonomi merupakan jenis modal yang dikonversikan ke dalam bentuk-bentuk modal lainnya. Modal ekonomi ini mencakup dengan alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda), dan uang. Jenis modal ini digunakan untuk segala tujuan serta diwariskan dari generasi ke generasi selanjutnya.¹⁵

Dalam Firmanzah mengkategorisasikan lebih jelas bahwa modal ekonomi yang nampak adalah uang. Modal uang digunakan untuk membiayai kampanye. Masing-masing partai atau politisi berusaha untuk meyakinkan publik bahwa partai atau politisi tersebut adalah partai atau politisi yang lebih peduli, empati, memahami benar persoalan bangsa dan memperjuangkan aspirasi rakyat.¹⁶

¹⁵ Abdul Halim, *Politik Lokal Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya* (Yogyakarta: LP2B, 2014).

¹⁶ Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan Dan Marketing Politik* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2010).

b) Modal Sosial

Modal sosial adalah jenis hubungan sebagai sumber daya untuk penentuan kedudukan sosial. Bourdieu mendefinisikan modal sosial sebagai keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui.¹⁷

Modal sosial atau *social capital* merupakan sumber daya yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru. Sumber daya yang digunakan untuk investasi, modal. Modal sosial cukup luas dan kompleks. Modal sosial diartikan dengan materi, tetapi merupakan modal sosial yang terdapat pada seseorang.

c) Modal Budaya

Modal kultural atau budaya adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga, seperti kemampuan menampilkan diri di depan publik, kepemilikan benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian hasil pendidikan formal, sertifikat (termasuk gelar sarjana). Contoh lain modal kultural adalah kemampuan menulis, cara pembawaan dan cara bergaul yang berperan dalam penentuan kedudukan sosial.¹⁸

Modal kultural pada dasarnya berupa keyakinan akan nilai-nilai (values) mengenai segala sesuatu yang dipandang benar dan senantiasa

¹⁷ Rusydi Syahra, "Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi," *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 5, no. 1 (2003): 1–22, <http://www.jurnalmasyarakatdanbudaya.com/index.php/jmb/article/view/256>.

¹⁸ Halim, *Politik Lokal Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya*.

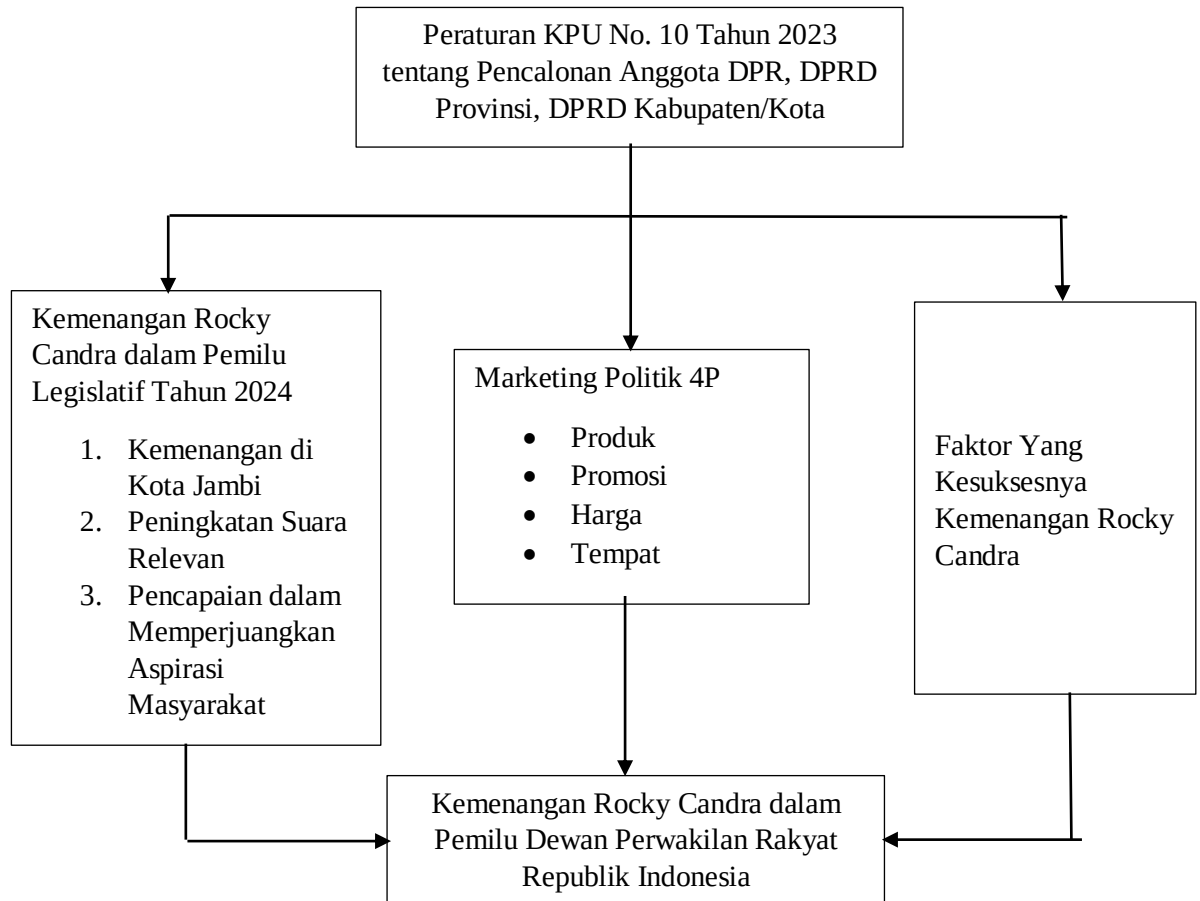
diikuti dengan upaya untuk mengaktualisasikannya. Modal kultural tidak dengan sendirinya teraktualisasikan dalam realita yang bermanfaat bagi orang yang meyakiniinya, dan atau masyarakat pada umumnya.

d) Modal Simbolik

Modal simbolik sumber daya yang dioptimalkan meraih kekuasaan simbolik. Kekuasaan simbolik yang sering membutuhkan simbol-simbol kekuasaan seperti jabatan, mobil mewah, kantor, prestise, gelar, status tinggi, dan keluarga ternama. Modal simbolik yang dimaksudkan sebagai semua bentuk pengakuan oleh kelompok, baik secara institusional atau non-institusional. Simbol itu sendiri memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realitas, yang mampu menggiring orang untuk mempercayai, mengakui dan mengubah pandangan mereka tentang realitas seseorang, sekelompok orang, sebuah partai politik, atau sebuah bangsa.

Modal simbolik ini mengacu pada derajat akumulasi prestise, ketersohoran, konsekrasi atau kehormatan, dan dibangun di atas dialektika pengetahuan (*connaissance*) dan pengenalan (*reconnaissance*). Modal simbolik tidak lepas dari kekuasaan simbolik, yaitu kekuasaan yang memungkinkan untuk mendapatkan setara dengan apa yang diperoleh melalui kekuasaan fisik dan ekonomi, berkat akibat khusus suatu mobilisasi.

1.6 Kerangka Berpikir



1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tersebut. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1.7.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjawab pertanyaan awal penelitian dan menjadi rujukan awal untuk langkah apa yang harus diambil untuk menyikapi data yang didapat. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang saat ini. Penelitian deskriptif memutuskan perhatian masalah-masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian

Metode kualitatif digunakan karena dapat mencoba masuk lebih dalam untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Metode kualitatif yang digunakan untuk memberikan/mencari penjelasan atas alasan mengapa ada permasalahan yang diangkat oleh penulis. Data penelitian yang didapatkan dengan cara langsung terjun kelapangan dan bersentuhan langsung dengan *field of research*, dimana penulis berkomunikasi langsung dengan sumber data atau narasumber.¹⁹

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan fakta sekaligus menjawab apa yang menjadi masalah dalam judul ini yang akan diteliti yakni tentang kemenangan rocky candra dalam pemilu DPR RI (studi kasus kemenangan suara di Kota Jambi)

¹⁹ Wirawan Sarlito, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT, Remaja Rosda Karya, 2000).

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilaksanakan penelitian. di Kota Jambi Alasan Penulis mengambil lokasi penelitian tersebut dikarenakan Kota Jambi merupakan yang termasuk pada di Dapil Jambi, dan juga merupakan lokasi kemenangan Rocky Candra, yang merupakan objek dari penelitian. Sehingga dapat memudahkan nantinya untuk memperoleh data.

1.7.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait situasi sosial. Penentuan fokus berdasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan)". Fokus penelitian yang diperoleh setelah peneliti melakukan penjelajahan umum, dari penjelajahan umum ini peneliti akan memperoleh gambaran umum menyeluruh yang masih pada tahap permukaan terhadap situasi sosial.

Fokus penelitian adalah pokok permasalahan yang tujuan dalam penelitian. Penelitian ini memfokuskan permasalahan yaitu Kemenangan Rocky Candra dalam Pemilu Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Studi Kasus Kemenangan Suara di Kota Jambi.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data mengemukakan tentang sumber data yang dipergunakan untuk kegiatan penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini membutuhkan beberapa informasi dari pihak-pihak yang terkait dengan

pengumpulan data. Secara garis besar sumber data dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data untuk pengumpul data. Data yang secara langsung bisa didapatkan oleh peneliti yang diperoleh dari subjek dan informan yang mengetahui secara jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diteliti. Adapun sumber data primer penelitian ini adalah observasi dan wawancara.²⁰

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data untuk pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang dikumpulkan oleh peneliti ini menjadi penunjang dari data primer, sumber data ini bisa diperoleh dari buku, jurnal, dokumen-dokumen atau laporan dan lain sebagainya.²¹

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang peneliti gunakan adalah teknik penentuan informan seering digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan hal-hal tertentu dalam pengambilan sampelnya.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

²¹ Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: LPSP, 2019).

Pertimbangan tersebut adalah karena yang menjadi sampel penelitian lebih tahu dengan hal yang peneliti ingin ketahui.²²

Dalam penelitian ini adalah berfokus pada kemenangan rocky candra dalam pemilu dewan perwakilan rakyat republik indonesia tahun 2024 (studi kasus kemenangan suara di Kota Jambi). Adapun beberapa informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	H. Bustami Yahya, S.H.	Wakil Ketua DPD Partai Gerindra Prov. Jambi
1	Indra Iswadi	Tim Sukses Rocky Candra
2	Nasuhaidi, S.Pd., S.Sos., M.Si.	Pengamat Politik

Sumber: Diolah oleh Peneliti

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan penelitian, dimana petugas pelaksanaan tidak harus seorang peneliti itu sendiri, melainkan dapat melibatkan teman atau orang lain sebagai petugas pengumpul data. Kegiatan pengumpulan data terkadang menjadi pekerjaan yang cukup melelahkan bahkan menjadi kesulitan yang sering dihadapi para peneliti.

Dalam hal ini pengumpulan data, penulis ini terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

²² Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2009).

- Observasi

Observasi atau mengamatan dapat diartikan berbagai mengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini menggunakan partisipasi, di mana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

- Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana seorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.

- Dokumentasi

Dokumentasi, berasal dari dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.²³

²³ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000).

1.7.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan mengamatan secara terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali.

Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu mengalami kesulitan dalam melakukan analisis.²⁴

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display dan conclusion drawing/verification.

- Reduksi Data (*Reduction Data*)

Data yang dapat diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu mencatat secara teliti dan rinci. Seperti telah menemukan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk perlu segera melakukan analiss data melalui

²⁴ Abdussamad Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. syakir Media Press, 2021).

reduksi data. Mereduksi data untuk merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

- Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, menghubungkan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Selanjutnya disarankan, untuk melakukan display data, selain itu dengan menggunakan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, jejaring kerja dan chart.²⁵

- Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Analisis data penelitian kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.²⁶

²⁵ Zuchri.

²⁶ Zuchri.