

# KEMENANGAN PETAHANA (*INCUMBENT*) PADA PILKADA 2015 DI KOTA SURABAYA DAN KABUPATEN MALANG: STRATEGI POLITIK DAN MARKETING POLITIK

Khoiron<sup>1</sup>, Ahmad Siboy<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dosen Ilmu Administrasi Publik, <sup>2</sup> Dosen Ilmu Hukum  
Universitas Islam Malang

Email:

<sup>1</sup> [khoiron@unisma.ac.id](mailto:khoiron@unisma.ac.id)

## Abstract

*Elections are one of the most important components or instruments in a country's political system. As a political system, elections will be a quality democracy party for both the presidential elections at the central and regional or local levels, as long as the political principles and values of ethics and moral integrity are met. In the 2015 election of the Head of Region, there is an interesting political fact that there are many incumbent candidates, who have failed to win, there are also incumbent candidates, who have won and even won a landslide. For example, the Surabaya City Pilot won by Tri Rismaharini-Wisnu with 86.2%. From the results of this study, researchers can conclude that first, the victory of the incumbent more on social capital factor (second), Bina Desa program, third door to door strategy, fourth, offer environmental, tourism, health, and fifth, regional infrastructure development program. With a good infrastructure is believed to improve the economy that led to the welfare of local communities.*

**Key words:** Political Parties; Political Strategies; Political Marketing

## PENDAHULUAN

### *Latar Belakang*

Sebagai negara demokrasi, Indonesia setidaknya telah mencatatkan diri pada sejarah perpolitikan Dunia yakni melaksanakan pemilihan kepala daerah secara serentak Desember 2015 tahun yang lalu. Sebab, Indonesia adalah satu-satunya Negara di Dunia yang melaksanakan pemilukada secara serentak. Tujuannya cukup jelas bahwa bagaimana rotasi kekuasaan dalam proses konsolidasi demokrasi di tingkat lokal dapat berjalan lebih damai dan penuh dengan persaudaraan. Dari hasil 250 pilkada serentak pada Desember 2015, ternyata menunjukkan fakta atau fenomena politik yang cukup menarik perhatian publik, yakni ada banyak calon petahana (*incumbent*), yang gagal meraih kemenangan. Sebagai contoh, pemilihan kepala daerah di 13 kabupaten/kota di Sumatera Barat, terdapat 7 calon incumbent yang kalah dengan calon

lainnya. Ketujuhnya adalah Pilkada Kabupaten Dharmasraya, Kabupaten Limapuluh Kota, Kabupaten Pasaman, Kota Solok, Kota Bukittinggi, Kabupaten Solok, dan Kabupaten Pesisir Selatan.

Di Pilkada Kabupaten Dharmasraya, calon (*incumbent*), Adi Gunawan-Jonson Putra, kalah telak dari Sutan Riska Tuanku Kerajaan-Amrizal. Pasangan Adi Gunawan-Jonson Putra menadapatkan 35.122 suara atau 36,25 persen. Sedangkan Sutan Riska - Amrizal, meraih suara 61.775 atau 63,75 persen suara.

Di balik kegagalan para calon petahana, pada pilkada tahun 2015, juga menunjukkan fakta bahwa masih banyak yang didominasi oleh kemenangan para petahana (*incumbent*). Hal itu terbukti dari catatan pilkada sebanyak 240 pemilihan daerah, terdapat 200 lebih calon petahana (*incumbent*), sukses meraih kemenangan.

Pilkada di Jawa Timur, terdapat lebih dari 10 pasangan calon petahana (*incumbent*), yang sukses memenangkan pilkada dari 19 daerah yang melakukan pilkada di tahun 2015.

Kemenangan petahana Kota Surabaya, Kabupaten Malang, Kabupaten Banyuwangi, Kota Blitar, Kabupaten Blitar dan Kabupaten Tuban adalah sebagai contoh yang paling baik bagaimana calon petahana sangat mudah memenangkan dalam kontestasi politik (pemilu) di tingkat lokal. Oleh karena itu, fenomena kemenangan para calon petahana (*incumbent*), pada pilkada serentak 2015 begitu menarik untuk di teliti seperti apa strategi politik (*political strategic*), dan marketing politik dalam meraih hati masyarakat.

Atas dasar fenomena di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini antara lain; pertama, bagaimana strategi politik para calon petahana (*incumbent*), dalam meraih simpati masyarakat, dan bagaimana bentuk marketing politik para calon petahana (*incumbent*), dalam menangkan pemilukada 2015?

## KAJIAN PUSTAKA

### *Pemilu (election)*

Sejak zaman Yunani kuno, sistem politik demokrasi menjadi pilihan yang baik dan rasional jika digunakan dalam sistem pemerintahan sebuah Negara modern. Sebab, nilai-nilai demokrasi dianggap dapat mengakomodir kepentingan dan hak setiap warga Negara. Dalam sistem demokrasi, seorang pemimpin akan dipilih oleh rakyat baik melalui pemilu langsung (*direct-democracy*), atau melalui sistem perwakilan (*in-direct-democracy*). Namun, di era modern sekarang ini pemilu secara tidak langsung menjadi alternatif yang sangat cocok dengan masyarakat modern dan kompleksitas permasalahan dan kewilayahan suatu Negara.

Dalam buku Dasar-Dasar Ilmu Politik edisi revisi, pemilu atau sistem pemilu dianggap sebagai lambang, sekaligus tolak ukur dari demokrasi (Miriam Budiardjo, 2009). Sehingga, tidak ada negara di dunia ini yang tanpa pemilu dianggap sebagai Negara yang demokratis. Banyak Negara yang menerapkan rezim totaliter, otoriter seperti Negara-Negara timur tengah justru berbondong-bondong menuju Negara yang demokratis.

Negara demokrasi akan dapat dilihat pada bagaimana proses rotasi kekuasaan melalui sistem pemilu. Pemilu adalah, metode menerjemahkan perolehan suara di dalam pemilu ke dalam kursi-kursi yang dimenangkan oleh partai atau calon (Kacung Marijan. 2010). Pemilu itu sendiri terbagi menjadi beberapa tingkatan yakni pemilu Presiden, Legislatif, pemilu gubernur dan Bupati/Walikota. Semakin banyak suara yang dimenangkan oleh partai politik, akan berbading lurus dengan banyaknya kursi yang didapatkan oleh sebuah partai tertentu jika sistem pemilu menggunakan sistem proporsioanal, misalnya Indoensia, Belanda dan Prancis.

Namun, hal itu akan berbeda jika sistem pemilu suatu Negara menggunakan sistem distrik, seperti Amerika, Inggris dan Malaysia. Dalam konteks ini, sistem demokrasi harus selalu mencari format yang sesuai dengan sosio-masyarakat suatu Negara, baik budaya politik hingga konteks teritorialnya. Demokrasi adalah sebuah proses, bukan wujud yang telah selesai, demokrasi menunjuk pada aktivitas yang dinamis, bergerak terus, tak pernah berhenti. (Tjahyo Kumolo. 2015). Itu artinya bahwa, demokrasi tidak berhenti begitu saja dengan adanya pemilu dan lain-lain yang sudah di praktikkan di negeri-negara berkembang. Akan tetapi akan selalu mencari desain, format yang akan selalu berubah sepanjang perubahan itu akan berdampak luas kepada

kehidupan yang demokratis dan berkeadilan sosial bagi seluruh masyarakat suatu negara.

### ***Partai Politik (Political Party)***

Di dalam pemikiran politik modern, keberadaan partai politik adalah sebuah keniscayaan, bahkan kehadiran parpol adalah sebagai aset sebuah negara. Partai politik mempunyai peran dan fungsi yang cukup strategis, di dalam membangun sistem pemerintahan yang demokratis.

Secara umum partai politik dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir, yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai (*values*), atau cita-cita yang sama. (Miriam Budiarjo; 1998). Dengan pengertian tersebut dapat diterjemahkan bahwa setiap partai politik pasti mempunyai cita-cita yang sama dari seluruh pengurus dan kadernya masing-masing. Tujuan umum dari partai tentu untuk mendapatkan kekuasaan, dukungan (*voters*) di dalam proses politik yaitu pemilu. Dengan mendapatkan dukungan politik (*voters*), yang banyak partai politik akan mendapatkan kekuasaan konstitusional dan menjadi tujuan akhir dari sebuah partai didirikan.

Memang politik modern adalah politik kepartaian. Partai-partai politik merupakan aktor-aktor utama di dalam sistem yang menghubungkan antara kewarganegaraan dengan proses pemerintahan. Partai politik memilah berbagai kehendak warga-negara, yang sebagian besar di antaranya terungkap lewat kepentingan-kepentingan di pelbagai kelompok maupun media massa. (Paul. A. Sabatier. 1999).

Kehadiran partai politik sebagai aset sebuah negara tentu sangat dibutuhkan di dalam kehidupan demokrasi modern dalam proses rotasi kekuasaan yang sah. Tetapi, partai politik telah pula diadopsi oleh rezim-rezim politik yang tidak mengenal pemilihan dan parlemen, dan oleh rezim-rezim yang

melancarkan pemilihan pura-pura serta mengadakan parlemen yang pura-pura pula, di mana satu satunya kandidat ditawarkan sebagai calon untuk dipilih, atau di mana hanya satu partai saja menduduki dalam badan legislatif. (Maurice Duverger; 1981).

Praktik kuasi-demokrasi tersebut bisa kita lihat di beberapa negara yang berideologi sosialis-komunis dan bahkan pernah terjadi di Indonesia sejak era rezim Orde Baru. Partai Golkar yang notabennya milik pemerintah selalu mendominasi perwakilan di parlemen, hingga struktur kekuasaan semua berada di bawah satu partai politik. Hal itu menunjukkan bahwa kehadiran partai politik dapat diadopsi di berbagai rezim politik suatu negara.

### ***Marketing Politik Atau Komunikasi Politik***

Marketing politik dapat memperbaiki kualitas hubungan antara kontestan dengan pemilih. Pemilih adalah pihak yang harus dimengerti, dipahami dan dicarikan jalan pemecahan dari setiap permasalahan yang dihadapi. Marketing politik meletakkan bahwa pemilih adalah objek, bukan subjek manipulasi dan eksploitasi. (firmanzah; 2008). Bahwa pemilih (*voters*), adalah pemegang kuasa, pemegang mandat dan lain sebagainya. Sehingga, hubungan yang baik dan harmonis adalah jalan satu-satunya di dalam kampanye politik atau aktifitas politik lainnya. Sebab, di alam demokrasi seperti sekarang ini, masyarakat lebih cenderung akan melihat model komunikasi antar elit parpol dengan masyarakatnya.

Masyarakat modern, dan cerdas di dalam iklim politik modern dewasa ini membutuhkan sebuah desain atau model yang baru katimbang model-model yang lama dan cenderung *top down*. Partai politik sebagai wadah penyaluran aspirasi harus pula mau membuka diri untuk kemudian memberikan kesempatan yang lebih dari sekedar janji-janji perbaikan ekonomi dan politik. Sehingga,

partai harus mau mengalah untuk membebaskan masyarakat menentukan jalan hidupnya, sehingga hal itu sangat sesuai kepentingan masyarakat.

Pengertian komunikasi politik yang lain, bahwa komunikasi adalah proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol (Dan Nimmo; 1986). Dalam pengertian itu, komunikasi di terjemahkan pada cara memaknai sebuah pesan (makna), di balik interaksi dengan yang lain di dalam kehidupan sosial-masyarakat.

## METODE

Artikel ini merupakan hasil penelitian dengan pendekatan kualitatif. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih informan yang merepresentasikan pokok permasalahan, Bogdan dan Taylor (Moloeng, 2005) menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sedangkan data deskriptif menurut Whitney dalam Nazir (2006) bahwa deskriptif (*description*) adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Seperti halnya pada riset-riset kualitatif, pengumpulan data yang digunakan antara lain; observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*), dan dokumentasi, teknik pengumpulan data dengan dokumentasi (*documentation*).

## PEMBAHASAN

### Dinamika Pemilu Kepala Daerah

#### *Modal Sosial (social-capital) yang Cukup*

Sebagai seorang kepala daerah, model sebuah kepemimpinan (*leadership*), yang populis adalah bagaimana menempatkan diri dihadapan publik (rakyat), untuk sebagai pemimpin yang sangat pro-rakyat. Secara politis, posisi calon incumbent memang sangat diuntungkan akibat dari jabatan yang melekat di dalam status sosial-masyarakat yakni sebagai pemimpin di suatu daerah. Sebab, seorang pemimpin di era demokrasi seperti sekarang ini, pada hakikatnya adalah pelayanan masyarakat, bukan sebaliknya pemimpin menjadi rajanya rakyat yang harus dilayani layaknya konsep monarkhi. Sehingga, sedapat mungkin para pemimpin calon (*incumbent*) harus dekat dengan rakyatnya, seolah-olah tidak ada sekat yang memisahkan antara pemimpin dengan rakyatnya.

Dalam banyak literatur, seorang pemimpin sebagai tempat mengadu para masyarakatnya, kapanpun, dimanapun dan bagaimanapun pemimpin wajib melayani dengan setulus hati. Sehingga, kehadiran pemimpin di tengah-tengah masyarakatnya menjadi semacam (*social-capital*), atau lebih cocok untuk kemudian disebut sebagai investasi politik (*incumbent*) dalam merebut hati dan simpati warga pada pemilu pada pemilu berikutnya. Sungguh, menjadi sangat dan amat merugi jika seorang calon (*incumbent*) tidak mampu merebut dan mendapatkan simpati dari rakyat.

Menurut Kacung Maridjan (2010), bahwa secara konseptual, metafora itu terwujud dari tiga modal yang dimiliki oleh para calon yang hendak mengikuti kontestasi di dalam pilkada secara langsung. Ketiga modal itu adalah modal politik (*political capital*), modal sosial (*social capital*), dan modal ekonomi (*economical capital*) (Kacung Maridjan; 2010). Hal itu yang

dilakukan oleh Rendra-Sanusi di Kabupaten Malang. Di dalam praktik kepemimpinannya selama menjabat sebagai pemimpin daerah, Rendra selalu terlihat sangat menikmati amanah dari rakyat pada periode pertama. Calon incumbent, Rendra Kresna yang memang sedari awal adalah mantan wakil bupati Malang pada periode Bupati Sujud Pribadi 2010, sangat mungkin sudah populer di kalangan masyarakat Kabupaten Malang dan ditambah menjadi Bupati periode 2010-2015. Secara umum, sebenarnya tidak ada strategi khusus, yang dilakukan oleh Tim Rendra-Sanusi, akan tetapi memang secara pribadi dan kelembagaan Rendra Kresna sudah sangat dekat dengan masyarakat Kabupaten Malang. Sebagai contoh, disela-sela beliau menjabat sebagai bupati, secara pribadi beliau sering menghadiri undangan-undangan dari masyarakat. Seperti (istighotsah), undangan dari muslimat, ataupun bersih desa yang beliau tidak hanya diundang sebagai Bupati, namun juga sebagai tokoh masyarakat Kabupaten Malang.

Oleh sebab itu, masyarakat menganggap bahwa beliau sangat dekat dengan masyarakat. Tentu sangat wajar jika para calon petahana (incumbent), mempunyai kelebihan dalam hal sosialisasi publik yang sudah menjadi modal sosial (social-capital), selama menjabat sebagai kepala daerah. Namun, jika kesempatan dalam hal modal-sosial tidak dapat dimanfaatkan oleh para calon petahana tentu akan menjadi persoalan dan malapetaka bagi karir politik calon.

### **Program Pariwisata, Lingkungan Hidup dan Kesehatan**

Di dalam membangun kepercayaan publik,, setiap kepala Daerah akan bekerja semaksimal mungkin untuk kemudian memberikan kebijakan publi (*policy*), yang mendorong kepada pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sehingga, dalam hal peningkatan

ekonomi yang biasa dilakukan oleh kepala daerah adalah membangun potensi kewilayahan berikut pelayanan kebutuhan dasar masyarakatnya.

Kabupaten Malang adalah sebuah wilayah yang sangat besar, dan mempunyai potensi yang sangat besar pula. Sebagai contoh, pantai sendang biru, ngliyep dan yang lain merupakan kekayaan daerah yang cukup menjanjikan bagi pertumbuhan ekenomi daerah. Sebab, pendapatan daerah akan meningkat selama kekayaan daerah juga dapat dikelola dengan baik oleh pemerintah daerah masing-masing. Semakin banyak turis domestik dan mancanegara yang berkunjung atau berlibur, akan semakin mendatangkan keuntungan ekonomi bagi masyarakat daerah.

Adapun langkah berikutnya adalah bagaimana proses kepemimpinan kepala daerah terutama kepemimpinannya untuk dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan perubahan, dalam konteks ini, perubahan tersebut adalah ditandai dengan peningkatan kesejahteraan, yang diimplementasikan melalui proses pembangunan ekonomi bagi daerah yang dipimpinnya, sekaligus hal ini merupakan tolak ukur utama keberhasilan seorang pemimpin (Adi Soeparto; 2005). Kemampuan kepemimpinan daerah yang ditunjukkan oleh calon incumbent Rendra-Sanusi di dalam hal ini adalah membangun berbagai potensi daerah kepada masyarakat kabupaten malang. Memang program tersebut hampir sama dengan program Rendra pada awal periode, namun yang membedakan kalau di periode sebelumnya, program yang diusung adalah Rendra periode 2010-2015 yang ditekankan lebih banyak fokusnya seperti infrastruktur, pendidikan, ekonomi, kemandirian dan lain sebagainya. Akan tetapi untuk kali kedua periode 2015-2020 Rendra-Sanusi lebih diprioritaskan dan difokuskan pada tiga persoalan yaitu lingkungan hidup, Pariwisata dan Kesehatan. Tiga program

tersebut sangat potensial untuk kemudian dapat meningkatkan perekonomian daerah. Lingkungan hidup yang baik akan menumbuhkan kualitas sumber daya alam yang berkualitas, pariwisata yang eksotis dan memukau kalangan turis baik domestik dan mancanegara akan membangkitkan ekonomi lokal.

### **Program Bina Desa dan *door to door***

Sebagai seorang kepala daerah, tentu program-program yang dijalankan betul-betul harus dapat dirasakan oleh masyarakatnya. Baik itu persoalan infrastruktur, pelayanan publik, kesehatan, sekolah dan sosial-kemasyarakatan. Apalagi jika kepala daerah ingin kembali terpilih dalam kontestasi politik lokal, tentu akan mengerahkan seluruh tenaga dalam mengamankan investasi politik selama menjabat. Berbagai bentuk modal sosial (*social-capital*), yang dapat dilakukan oleh kepala daerah yang tentu harus pro-rakyat. programl itu tentu menjadi kelebihan dari pada calon petahana (*incumbent*), seperti hanya kegiatan temu warga atau bina desa yang dilakukan oleh Rendra Kresna diseluruh wilayah Kabupaten Malang. Program bina desa bisa dikatakan sebagai sebuah strategi di dalam membangun relasi antara pemimpin dan masyarakatnya. Ada hal yang biasa dilakukan oleh Rendra Kresna, yakni sering melakukan kegiatan temu masyarakat, seperti pada saat kampanye ketika jam 10.00 ada undangan di desa A, di jam 12.00 nya di desa B, hampir di seluruh Kabupaten Malang. Bahkan Rendra Kresna selalu menginap di salah satu rumah warga, karena pada saat itu untuk merealisasikan programnya yang dia sebut sebagai program bina desa. sebagai contoh di Desa Pujon Kidul yang sekarang telah berubah menjadi desa wisata yang banyak dikunjungi wisatawan. Sehingga, program bina desa sekarang disebut dengan program bina desa wisata.

Sebenarnya program yang dicanangkan oleh Rendra hampir sama dengan programnya Bupati terdahulu, yakni blusukan ke desa-desa atau disebut dengan "sambang desa". Akan tetapi pada periode Rendra istilah "sambang" diganti dengan "Bina" desa. sehingga kalau seumpama ada suatu permasalahan yang terjadi di suatu desa tersebut, masyarakat langsung bisa menghubungi orang yang ditunjuk oleh Bupati Rendra pada saat kegiatan bina desa. Meskipun jika usulan tidak dapat terealisasi yang disalahkan oleh rakyat bukanlah Bupati Rendra, namun pejabat yang tidak mampu melaksanakan usulan tersebut. Kegiatan tersebut (bina desa), dilakukannya selama menjabat di periode pertama. Dengan menginap disalah satu rumah warga, di rumah yang sederhana dan makan apa adanya.

Dengan program bina desa, akhirnya desa mendapatkan suport untuk mewujudkan desa wisata, mandiri dan berkejahteraan berdasarkan pada potensi desa masing-masing. Sebagai calon petahana atau *incumbent*, posisi dan kalkulasi politik sangat diuntungkan. Calon petahana mempunyai kesempatan yang sangat luas dan terbuka untuk kemudian sedapat mungkin memprogramkan kegiatan-kegiatan yang menyentuh secara langsung kepada masyarakat luas, sehingga berdampak juga pada elektabilitas bupati. Dalam konteks pemilu, para calon kepala daerah layaknya sebuah barang jualan. Sehingga, untuk dapat menjual barang yang baik, atau (*marketable*), para calon dan terutama tim sukses (pemenangan), harus bekerja keras sekuat tenaga untuk mencari model atau strategi khusus di dalam menarik simpati masyarakat (*voters*). Pemilu adalah proses bagaimana rotasi kekuasaan dapat di jadikan sarana untuk membangun demokrasi. Pembungunan demokrasi dapat di ukur dengan seberapa besarnya para calon pemimpin untuk merebut simpati warga masyarakatnya (*voters*).

Berikutnya, calon incumbent Kota Surabaya Risma-Wisnu dengan kegiatan “door to door”, dari rumah, ke rumah yang lain. Hal itu sangat penting untuk menyampaikan secara langsung dan mendengar keluhan dan aspirasi warga Surabaya, meskipun sudah banyak calon yang melakukan hal tersebut. Calon (*incumbent*) Risma-Wisnu, tentu sudah sangat familiar di kalangan masyarakat Kota Surabaya, dan Tri Rismaharini sangat mengerti dan memahami bagaimana masyarakat (*voters*) seharusnya diperlakukan. Sehingga, tidak berlebihan jika hasil pilwali surabaya 2015 dapat memenangi dengan cukup signifikan yakni 86%. Aktivitas politik “door to door” di dalam membangun komunikasi dengan masyarakat dilakukan oleh Risma setiap harinya, bahkan perharinya bisa mencapai 15 kali di saat kampanye.

Di dalam buku Marketing Politik, Gioia dan Chittipeddi (1991), menjelaskan bahwa hubungan antara partai politik (calon), dengan masyarakat adalah hubungan iterasi. Kedua belah pihak terlibat dalam membangun pemahaman bersama. Hal itu perlu dilakukan karena partai politik (calon) dan masyarakat mempunyai kerangka berfikir yang berbeda. Masyarakat sendiri, seperti telah diungkapkan terdiri dari beberapa kelompok, sehingga proses membangun pemahaman bersama untuk menciptakan kesamaan pengertian perlu dilakukan secara intensif, melalui berbagai media-media komunikasi (Firmansyah; 2008). Sehingga, kedua calon sangat mengerti tentang bagaimana cara berkomunikasi di dalam menjaring aspirasi dari masyarakat (*voters*), yang kemudian mendapatkan pemahaman bersama atas problem sosial-masyarakat yang terjadi baik di wilayah Kabupaten Malang dan Kota Surabaya. Walhasil, keberhasilan di dalam membangun komunikasi dengan media baik bina desa dan “door to door” sangat berpengaruh terhadap keterpilihan kedua calon incumbent tersebut.

## Kesolidan Mesin Politik

Di alam demokrasi seperti sekarang ini, sebuah partai politik adalah sebuah keniscayaan. Demokrasi itu sendiri mengandaikan bagaimana seluruh elemen masyarakat berpolitik di dalam suatu kelembagaan yang diatur secara konstitusional. Bentuk dari proses kelembagaan konstitusional, adalah pelembagaan aktivitas politik di dalam partai politik untuk kemudian menjadi metode di dalam memilih para pemimpinnya. Semakin baik proses berpartai, semakin baik pula tingkat elektabilitas para calon yang diusungnya, dan sebaliknya. Masyarakat akan lebih melihat partai dari program-program yang pro-rakyat, meski faktor ketokohan calon juga mempunyai andil di dalam proses politik itu sendiri.

Sebagai contoh, calon (*incumbent*) Risma sejak menjabat sebagai wali Kota Surabaya periode pertama yakni tahun 2010-2015 banyak orang dan masyarakat Surabaya yang sinis dan skeptis terhadap kemampuan kepemimpinannya. Sebab, tidak banyak masyarakat mengetahui sosok Wali Kota yang menggantikan Bambang DH yang diusung oleh PDIP. Namun, selama menjabat Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini menjawab keraguan masyarakat dengan berbagai inovasi di dalam membangun relasi dan praktik kerja yang bisa dibidang “out of the box” dari gaya kepemimpinan pada umumnya. Keterpilihan calon incumbent dengan raihan yang sangat signifikan dengan angka 86% menunjukkan bahwa, calon (*incumbent*) masih sangat diminati oleh masyarakat Kota pahlawan ini. Kemenangan yang cukup signifikan yang notabennya adalah kader baru dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan adalah lebih merupakan bentuk dari hasil dari kekompakan dan kesolidan kerja mesin politik PDIP Kota Surabaya. Sebab, kekompakan dan kebersamaan antar kader di

seluruh komponen kepengurusan PDIP Kota Surabaya sangat berpengaruh besar dalam menentukan kemenangan Risma-Wisnu.

Dalam bukunya Firmansyah (2011), menjelaskan bahwa organisasi apapun bentuknya digerakkan oleh manusia, bukannya oleh sistem-prosedur dan mesin. Sistem-prosedur hanyalah memuat atauran dan tidak akan berarti apa-apa kalau tidak didukung oleh manusia yang ada di dalamnya. Aturan hanya tulisan dan tidak bermakna lebih dari itu tanpa manusia yang melaksanakannya (Firmansyah; 2011). Sehingga, bentuk dari kesolidan pengurus dan kader PDIP Kota Surabaya sendiri sudah bisa dikatakan "clear", artinya bahwa tingkat kepengurusannya sudah mencapai pada level RT dan RW. Jika dihitung secara logika, untuk kepegurusannya saja sudah beberapa ribu orang, dari 31 PAC PDIP se-Kota Surabaya. Hal itu belum ditambah dari para kader-kader di kampung. Kepengurusan dilevel RW sudah terbentuk sekitar 2300-2500 pengurus. Adapun secara kebetulan pada saat itu (pilwali 2015), wakilnya adalah Wisnu Sakti Buana, selaku ketua PDIP Kota Surabaya. Melihat komposisinya saja, sudah bisa secara kasat mata calon incumbent ini menang dengan mudah. Namun demikian, kedua calon incumbent ini berbagi tugas, misalnya Tri Rismaharini bertugas di wilayah eksternal (masyarakat umum), sedangkan Wisnu Sakti Buana bertugas untuk diwilayah internal kepengurusan PDIP dari tingkat Kota sampai pada level RT di seluruh wilayah Surabaya.

### **Pembangunan Insfrastruktur**

Sudah mafhum bahwa, semakin baik akses dan infrastruktur sebuah wilayah, akan semakin meningkatkan perekonomian masyarakatnya. Begitulah logika ekonomi yang selama ini kita pahami bersama. Sebab dengan mudahnya akses, masyarakat akan lebih mudah untuk melakukan aktivitas

ekonomi dalam memenuhi kebutuhan dasarnya. Begitu sebaliknya, semakin buruk infrastruktur akan membuat lesunya ekonomi masyarakat yang akan berdampak luas pada pertumbuhan ekonomi secara nasional.

Bupati Rendra Kresna lebih menekankan masalah Infrastruktur, misalnya jalan raya dan kesehatan. Karena keduanya sangat berpengaruh bagi masyarakat luas. Pembangunan infrastruktur, secara otomatis sudah masuk dari bagian pengentasan kemiskinan. Contohnya perbaikan jalan di beberapa obyek wisata Kabupaten Malang terutama wisata pantai selatan Kab. Malang. Hal itu tentu sebagai bentuk optimalisasi pariwisata, karena tempat-tempat wisata lokasinya cukup jauh, berada di pinggiran, laut dan gunung. Kalau pariwisata sudah banyak dan jalan sudah baik, otomatis pertanian dan perkebunan akan lancar. Dan ekonomi semakin meningkat, dan masyarakat sejahtera.

Selanjutnya, Kota Surabaya adalah kota terbesar kedua setelah Jakarta, oleh sebab itu tingkat urbanisasi di kota pahlawan ini cukup tinggi. Ada banyak wilayah yang harus dibenahi oleh Pemerintah Kota untuk menunjang perekonomian masyarakat. Sebagai contoh, ada banyak lahan pemkot yang dialih-fungsikan sebagai POM pengisian BBM, hal itu tentu akan membuat kota ini menjadi tandus, kering dan udara yang panas. Dampak menjadi kota besar lainnya, Surabaya dilanda banjir (genangan), akibat saluran drainase tidak optimal, serta pelayanan dasar masyarakat harus lebih maksimal. Sehingga perbaikan infrastruktur yang dilakukan oleh Wali Kota Tri Rismaharini periode awal, dan sampai hari ini adalah infrastruktur yang sangat dia sukai. Seperti mempercantik taman-taman, penghijauan disepanjang jalan, pavingisasi, perbaikan saluran-saluran, dan pembangunan rumah sakit yang berada di beberapa titik wilayah pinggiran Kota Surabaya. Sebagai calon incumbent, banyak

hal yang telah dilakukan selama menjabat sebagai walikota surabaya periode 2010-2015, sampai pada kegiatan yang tidak biasa dilakukan oleh para pemimpin yang lainnya.

Sebagai contoh, Risma ikut langsung dalam upaya pemadaman kebakaran, masuk got atau gorong-gorong untuk memastikan problem di lapangan, hingga dikenal ada julukan walikota got. Meski dulu zamannya Purnomo Kasidi, juga sudah ada istilah walikota got karena sering masuk ke inspeksi saluran-saluran di jalan-jalan kota surabaya.

Dengan demikian pilkada langsung ini dapat dipandang sebagai "jembatan", untuk mengefektifkan pencapaian pembangunan ekonomi berkelanjutan, dimana tugas utama seorang pemimpin daerah adalah melakukan upaya pemberdayaan masyarakat ekonomi lokal, dengan suatu wilayah dengan bertumpukan kepada kekuatan lokal, baik itu kekuatan nilai lokasi, sumber daya alam, sumber daya manusia, teknologi, kemampuan manajemen kelembagaan maupun asset pengalaman. (Adi Soeparto; 2005). Sehingga, paradigma pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh kedua calon incumbent tersebut harus mengarahkan kepada perbaikan kualitas dan kesejahteraan hidup masyarakat di masing-masing wilayah.

Secara spesifik, akses di maksud berkaitan dengan akses terhadap sumber daya ekonomi seperti permodalan, lokasi usaha, lahan, informasi pasar, teknologi serta sarana dan prasarana produksi lainnya. (Adi Soeprapto; 20015). Dengan demikian pembangunan infrastruktur dapat secara langsung dirasakan oleh masyarakat umum dalam berbagai aktifitas ekonomi. Jika infrastrukturnya baik, akan berdampak kepada kenyamanan dan dapat meringankan ongkos ekonomi yang selama ini menjadi problem dikalangan pelaku ekonomi itu sendiri.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat ditarik kedalam beberapa kesimpulan sebagai berikut; pertama, keterpilihan para calon (incumbent), baik pada pilwali Kota Surabaya dan Kabupaten Malang antara lain. *Pertama*, dari faktor modal sosial (social capital), atau modal politik yang positif di mata publik. *Kedua*, dalam rangka merebut simpati pemilih (voters), para calon (incumbent) menyampaikan keberhasilan di dalam membangun infrastruktur di daerah. *Ketiga*, strategi khusus bagi calon *incumbent* Rendra-Sanusi adalah memaksimalkan program-program Bina Desa. *Kelima*, calon *incumbent* Risma-Wisnu lebih menitikberatkan pada kegiatan door to door dirumah warga masyarakat. *Kelima*, faktor lain dari keterpilihan Risma-Wisnu adalah kekompakan (soliditas), para kader internal PDIP Kota Surabaya, berikut para relawan yang tersebar di seluruh RT di wilayah Kota Surabaya.

## Daftar Pustaka

- Budiarjo, M. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Politik (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiarjo, M. (1998). *Partisipasi dan Partai Politik; Sebuah Bunga Rampai (Edisi Revisi)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Duverger, M. (1981). *Partai-Partai Politik dan Kelompok-Kelompok Penekan*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Firmansyah. (2011). *Menegelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmansyah. (2008). *Marketing Politik. Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Hans, K., Dieter, & I, R. H. (1999 ). *Parties, Policies, and Democracy*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kumolo, T. (2015). *Politik Hukum Pilkada Serentak*. Bandung : Mizan Media Utama.
- Marijan, K. (2010). *Sistem Politik Indonesia; Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2006 ). *Metode Penelitian*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Nimmo, D. (1989). *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: CV. Ramadja Karya.
- Soeprapto, A. (2005). *Pilkada Langsung dan Akuntabilitas Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: FISIP UPN Yogyakarta.