



## Upaya Calon Kepala Daerah Jalur Independen pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Sumbawa Tahun 2020

Joni Firmansyah<sup>1</sup>, Dedi Supriadi<sup>2</sup>, Aldi Apriansyah<sup>3</sup>, M Arif Rahman<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Prodi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia  
E-mail: [joni.firmansyah@uts.ac.id](mailto:joni.firmansyah@uts.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2022-08-11 Revised: 2022-09-22 Published: 2022-12-01  <b>Keywords:</b> <i>Independent Candidates; Talif and Sudir; Sumbawa Regional Election 2020.</i>	This research aims to determine independent candidates' efforts to win the general election for the regional head of Sumbawa Regency in 2020. The method used in this study is a descriptive-qualitative research method with data collection methods through observation, in-depth interviews and document analysis. The results of this study indicated that independent candidates did not have the same political arena as that of political parties. Due to the limited political arena, the space for political socialization was narrow to gain public sympathy. In addition, the absence of novelty in the political campaign scheme makes this candidate no different from other candidates. This study also explains that the Talif-Sudir pair as an independent candidate pair have implemented an offensive political strategy with a political marketing agenda that includes push marketing, pass marketing, and pull marketing. However, this candidate has not been able to compete with the dominance of political parties even though this individual candidate has carried the campaign theme "People's Coalition vs. Political Coalition", so it must end in the third position of the general election for the regional head of Sumbawa Regency in 2020.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2022-08-11 Direvisi: 2022-09-22 Dipublikasi: 2022-12-01  <b>Kata kunci:</b> <i>Kandidat Perseorangan; Talif-Sudir; Pemilukada Sumbawa 2020.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya-upaya kandidat perseorangan untuk memenangkan pemilihan umum kepala daerah Kabupaten Sumbawa tahun 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif-kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan analisis dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kandidat perseorangan tidak memiliki arena politik sebagaimana yang dimiliki oleh partai politik. Karena terbatasnya arena politik tersebut, ruang sosialisasi politik menjadi sempit untuk mendapatkan simpati publik. Selain itu, tidak adanya kebaruan dalam skema kampanye politik menjadikan kandidat ini tidak memiliki perbedaan dengan kandidat lainnya. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa pasangan Talif-Sudir sebagai pasangan calon independen sudah menjalankan strategi politik ofensif dengan agenda pemasaran politik yang meliputi <i>push marketing</i> , <i>pass marketing</i> , dan <i>pull marketing</i> . Namun, kandidat ini belum mampu bersaing dengan dominasi partai politik meskipun kandidat perseorangan ini telah mengusung tema kampanye "Koalisi Rakyat vs Koalisi Politik", sehingga harus berakhir pada posisi ketiga dalam Pemilukada Sumbawa 2020.

### I. PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan ajang yang paling massif, bebas (free) dan adil untuk menentukan partai atau tokoh yang berhak mewakili rakyat. Dalam pemilu setiap orang dihargai sama, dengan demikian siapapun yang terpilih paling banyak, dianggap memiliki sumber dukungan yang juga lebih banyak dibandingkan yang lainnya (Prmono Anung, 2013). Istilah Kepala Daerah tidak dijumpai dalam UUD negara RI Tahun 1945 dan hanya menyebut "Kepala Pemerintah Daerah" yang dapat dipahami sebagai kepala Daerah (*Chief of executive*). Istilah kepala daerah hanya dikenal dalam UU No. 32 Tahun 2004 yang diatur dalam Pasal 24 ayat (1), dan ayat (2). Namun demikian

kedua istilah tersebut memiliki makna substantif yang sama, karena keduanya memiliki unsur, kedudukan, dan fungsi yang sama sebagai "*Chief of Executive*". Oleh karena itu, penggunaan istilah Kepala Daerah atau Kepala Pemerintah Daerah tidak perlu dipertentangkan dan sah adanya. Kepala Pemerintah Daerah secara eksplisit diatur dalam Pasal 18 ayat (4) yang berbunyi: "*Gubernur, Bupati, dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintah daerah provinsi, kabupaten, dan kota yang dipilih secara demokratis*" (Hoesein, n.d, 2010).

Dalam dinamika selanjutnya muncul calon kepala daerah yang maju melalui jalur independen (Perseorangan). calon independen hadir sebagai representasi dari adanya UU Nomor 12

tahun 2008 tentang pemilihan kepala daerah yang di dukung putusan Mahkamah Konstitusi No. 5/PUUV/2007 tentang pencabutan terhadap ketentuan pasal 59 ayat (1) dan pasal 56 ayat 2 UU nomor 32 tahun 2004 yang dianggap diskriminatif dan bertentangan dengan UUD 1945 pasal 18 ayat (4) karena hanya memberkesempatan bagi pasangan calon yang berasal dari partai politik atau gabungan partai politik (Abidin, 2017). Kabupaten Sumbawa menjadi bagian dari adanya pasangan calon independen yang lolos bersyarat dalam konstalasi politik pemilihan kepala daerah Sumbawa pada Pilkada Serentak tahun 2020. Sebagai pasangan calon yang tidak melalui seleksi dan rekrutmen partai politik, tentunya menjadi tantangan tersendiri dalam memenangkan pemilu tersebut. Kandidat perseorangan atau independen tentunya harus berhadapan dengan partai politik yang cenderung telah memiliki simpatisan dan basis massanya sendiri. Mesin-mesin politik kandidat per-seorangan ini kemudian harus bersaing dengan mesin-mesin partai politik yang telah teruji pada setiap perhelatan pemilihan umum, baik pemilu legislatif maupun pemilu eksekutif. Upaya-upaya yang dilakukan oleh kandidat perseorangan inilah yang akan dipaparkan dan dibahas di dalam penelitian ini, sebagai bentuk sumbangsih penge-tahuan dalam ilmu politik berdasarkan studi kasus tertentu.

Sebagaimana telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU) Kabupaten Sumbawa, terkait nama pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Sumbawa berdasarkan keputusan KPU dengan Nomor: 342/HK.03.1-/Kpt/5204/03/KPU-Kab/IX/2020 dengan nomor pendaftaran antara lain; Drs. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd., M.Pd, dengan partai pengusung Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dengan dukungan 12 kursi. Pada pasangan Ir. Talifuddin, M.Si dan Sudirman, S.IP, melalui jalur perseroarangan (independen) dengan perolehan suara 30.223 dukungan. Pada pasangan calon H. M. Husni Djibril., B.Sc dan Dr. H. Muhammad Ikhsan, M.Pd dengan partai pengusung Partai Keadilan Bangsa (PKB), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), dan Partai Amanat Nasional (PAN) dengan perolehan dukungan kursi 14 kursi. Pada pasangan calon Nurdin Ranggabaraani, SH.,MH dan H. Burhanuddin Jaffar Salam, SH.,MH dengan partai pengusung Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Demokrat yang diusung oleh 9 kursi. Terakhir,

pasangan calon Ir. H. Syarafuddin Jarot, M.P dan Ir. H Mokhlis, M.Si, dengan partai pe-ngusung Partai Gerindra, Partai Berkarya, Partai Hanura, dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia dengan dukungan 10 kursi.

**Tabel 1.** Jumlah Perolehan Suara Pilkada Kabupaten Sumbawa 2020

No Urut	Pasangan Calon	Perolehan Suara
1	H. M. Husni Djibril., B.Sc DR. H. Muhammad Ikhsan, M.Pd	43.398
2	Nuridin Ranggabarani, SH.,MH H. Burhanuddin Jaffar Salam, SH.,MH	41.275
3	Ir. Talifuddin, M.Si Sudirman, S.IP	51.169
4	Drs. H. Mahmud Abdullah Dewi Noviany, S.Pd., M.Pd	69.683
5	Ir. H. Syarafuddin Jarot, M.P Ir. H Mokhlis, M.Si	68.801
<b>Total Suara Sah</b>		<b>274.866</b>

Sumber: KPU Kab. Sumbawa

Dari tabel diatas, dapat terlihat pasangan independen yan terdiri dari Ir. Talifuddin, M.Si dan Sudirman, S.IP harus berakhir pada posisi ketiga dalam Pilkada Sumbawa 2020. Sebelumnya, euforia akan hadirnya pasangan perseorangan tersebut begitu semarak sebagai bentuk semangat publik dalam menantang hegemoni partai politik yang kerap dinilai kurang transparan dan feodal. Kehadiran kandidat perseorangan ini menjadi sebuah warna baru dalam perpolitikan Kabupaten Sumbawa. Meskipun pada hasil akhirnya kandidat perseorangan harus mengakui keunggulan kandidat lainnya dengan partai politik sebagai mesin politiknya tersebut. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian ini juga menghasilkan beberapa temuan yang memperkuat penelitian ini. Seperti halnya yang dilakukan oleh Doni Gunawan yang berjudul *Analisis Kekalahan Pasangan Kandidat Independent Bupati dan Wakil Bupati Nomor Urut 3 Dalam Pemilukada di Gampong Langi Kecamatan Alafan Kabupaten Simeulue Tahun 2012*. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa latar belakang atas kekalahan pasangan calon di dalam penelitian ini adalah visi dan misi yang kurang menarik simpati masyarakat, rekam jejak kandidat yang cenderung sebagai birokrat dan dinilai tidak siap sebagai politisi serta manajemen tim pemenangan yang tidak solid, terukur dan kurang berpengalaman. Kondisi-kondisi ini menjadi faktor kunci kekalahan kandidat perseorangan tersebut di dalam pemilihan umum (Gunawan, 2014).

## II. METODE PENELITIAN

Metode merupakan proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan usaha untuk mencari jawaban atas masalah. Sedangkan penelitian merupakan upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Maka dari itu metode penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting dalam rangka mencapai tujuan penelitian (Sitorus, 2020). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif agar data yang diperoleh dalam penelitian ini dijelaskan dalam bentuk uraian atau kalimat-kalimat singkat dan jelas, guna mempermudah pembaca dalam memahaminya. Sebagaimana halnya penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk narasi yang berasal dari informan kunci, kemudian dipilah dan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selanjutnya penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Lexy J. Moleong, 2018).

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini tidak menggunakan mekanisme statistika untuk mengolah data. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas dan lainnya. Dalam penelitian ini data yang disajikan melalui wawancara langsung. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau baru yang memiliki sifat update atau data langsung dari sumber yang diteliti yakni orang yang mengetahui secara detail upaya kandidat perseorangan dalam Pemilu 2020.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi lapangan (pengamatan), dokumentasi, dan wawancara (interview). Adapun jenis data metode tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

#### a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana dalam melakukan penelitian

ini peneliti mengamati secara langsung objek penelitian untuk memperoleh gambaran kebenaran dari data yang di dapat, dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung turun lapangan guna mengumpulkan data-data yang diperoleh.

#### b) Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara untuk melengkapi dan mengecek ulang data dari hasil observasi. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi langsung informan penelitian dan menanyakan kepada narasumber beberapa hal yang berhubungan dengan pokok permasalahan. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk memperoleh data langsung melalui serangkaian tanya jawab dengan pihak yang terkait. Adapun yang akan diwawancarai sebagai sumber rujukan data penelitian adalah Talifudin, calon bupati dari pasangan perseorangan dan Surahman, ketua tim pemenangan dan pasangan calon tersebut.

#### c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber informasi yang telah ada dan bertujuan. Teknik pengumpulan data dalam hal ini mengharuskan peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen terkait yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diambil peneliti diantaranya berupa jurnal penelitian, artikel di media massa baik cetak maupun online, buku-buku referensi, dokumen-dokumen kegiatan.

### 3. Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini, data-data dikumpulkan dan diklasifikasikan berdasarkan topik pembahasannya. Data yang telah diklasifikasikan tersebut, kemudian dipilah kembali dan di reduksi untuk memperoleh intisari dari data-data yang telah diberikan oleh narasumber. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif yakni menjabarkan peristiwa-peristiwa yang diteliti. Oleh karena itu, data yang akan dianalisis ialah data-data dokumentasi yang sudah terkumpul dan dari hasil wawancara serta observasi langsung.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Strategi Politik Kandidat Perseorangan pada Pemilu 2020

Di dalam diskursus strategi politik, Peter Schroder (2009) membagi strategi politik ke dalam dua paradigma, yakni strategi menyerang (offensive) dan strategi bertahan (defensive). Kedua model strategi ini, menyesuaikan kondisi arena pertarungan politik serta kondisi psikologi pemilih di suatu daerah, dalam hal ini Kabupaten Sumbawa tahun 2020. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Nyarwi Ahmad (2012), terdapat lima arena pasar politik dalam pemilihan umum yaitu media, pemilih, donatur politik, organisasi partai dan kelompok penekan, aktivis politik dan konstituen. Merujuk dari hal tersebut, kandidat perseorangan dirugikan dengan tidak memiliki konstituen dan organisasi partai. Hal ini membuat kandidat perseorangan hanya dapat bertarung pada tiga arena semata. Dalam kondisi ini, kandidat independen atau perseorangan ini semestinya berada pada posisi bertahan (defensive) guna mengamankan sisa-sisa arena pemilihannya. Berkebalikan dari prediksi ini, pasangan kandidat tersebut memilih untuk menerapkan strategi offensive dalam kampanye politiknya.

*“Posisi awal kami menggunakan strategi ofensif (menyerang) secara aktif dengan melakukan aktifitas pertemuan-pertemuan, menyumbang kepada masyarakat, silaturahmi, kemudian dialog dan menyampaikan program yang ingin kami bangun, sehingga mereka paham apa yang menjadi niat kami ketika menjadi bupati dan wakil bupati Sumbawa” (Wawancara bersama Talifudin, Calon Bupati Independen, 14 Juni 2022).*

Di saat partai politik tengah berjibaku melakukan rekrutmen politik, menyiapkan kader, mengkonsolidasikan simpatisan dan relawan partai, kandidat perseorangan telah lebih dahulu melakukan kampanye langsung, merapatkan relawan dan simpatisan serta mensosialisasikan visi dan misi. Hal ini memberikan ruang kampanye yang lebih luas, dan tentunya peluang kemenangan yang lebih besar. Meskipun pada akhirnya, upaya-upaya kandidat perseorangan ini harus kandas karena tidak dapat memenangkan pemilihan umum. Kekalahan kandidat perseorangan tersebut, disinyalir akibat strategi politik yang terlalu dini menerapkan strategi ofensif atau

menyerang. Sementara pada saat itu, posisi kandidat perseorangan merupakan warna baru yang butuh dibina dan dipersiapkan dengan lebih matang, mengingat ruang kampanye atau arena pemilu yang disampaikan Nyarwi Ahmad (2012) sebelumnya tidak terpenuhi secara keseluruhan. Kandidat perseorangan hanya dapat bersaing pada tiga lini, dan harus memperjuangkan dua lini lainnya, dimana sumber daya (resource) yang mereka miliki dapat dikatakan terbatas.

**Tabel 2.** Identifikasi Arena Pasar Politik Pemilu 2020

Nama Kandidat	Media	Pemilih	Donatur Politik	Organisasi/ Partai	Konstituen
H. M. Husni Djibril, <u>B.Sc</u> DR. H. Muhammad Ikhsan, <u>M.Pd</u>	√	√	√	√	√
Nurdin Ranggabarani, <u>SH, MH</u> H. Burhanuddin Jaffar Salam, <u>SH, MH</u>	√	√	√	√	√
Ir. Talifuddin, <u>M.Si</u> Sudirman, <u>S.IP</u>	√	√	√	-	-
Drs. H. Mahmud Abdullah Dewi Noviany, <u>S.Pd., M.Pd</u>	√	√	√	√	√
Ir. H. Syarafuddin Jarot, <u>M.P</u> Ir. H Mokhlis, <u>M.Si</u>	√	√	√	√	√

Sumber: diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas dapat teridentifikasi perbedaan-perbedaan arena pasar politik bagi setiap kandidat dalam Pemilu 2020. Arena pasar politik ini merupakan gambaran kemampuan kandidat dalam memasarkan dirinya di dalam pemilu sebagai ruang lingkup untuk mendapatkan suara atau menjangkau pemilih. Jika dianalisis dengan lebih mendalam, hampir seluruh kandidat memiliki dan memenuhi lima arena pasar politik tersebut. Hal ini dapat terlihat dari latar belakang (*background*) dari setiap kandidat yang turut serta dalam pemilihan tersebut. Misalnya kandidat nomor urut 1, yakni H. M. Husni Djibril, B.Sc merupakan kandidat pertahanan, setelah sebelumnya menjadi Bupati Sumbawa pada periode sebelumnya. Kemudian Nurdin Ranggabarani, SH.,MH, dan wakilnya, merupakan mantan anggota DPRD Provinsi NTB. Sementara itu, kandidat nomor urut 4, yakni Drs. H. Mahmud Abdullah, merupakan kandidat petahana setelah sebelumnya menjabat sebagai Wakil Bupati

Sumbawa pada periode sebelumnya. Kemudian kandidat nomor urut 5, merupakan kalangan profesional dan birokrat namun didukung dan diusung oleh partai politik. Di lain sisi, baik Ir. Talifudin, M.Si maupun Sudirman, S.IP yang menjadi kandidat independen, merupakan kalangan birokrat dan profesional dengan rekam jejak politik yang masih terlampaui minim. Ditambah lagi, sebagai kandidat perseorangan tersebut, mereka tidak memiliki ruang kampanye dan sosialisasi pada basis massa partai politik dan konstituen yang memiliki kantong-kantong suara yang cukup besar. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor penyebab kekalahan kandidat perseorangan lantaran tidak memiliki ruang sosialisasi politik yang besar akibat tidak adanya dukungan partai politik dan konstituen politik yang umumnya telah berpengalaman dalam setiap pemilihan umum. Meskipun demikian, peranan dan tindakan kandidat perseorangan ini cukup baik karena dapat *finish* pada urutan ketiga, mengungguli dua kandidat lainnya yang diusung oleh partai politik.

*“Dalam permainan strategi ofensif, pasangan Talifuddin dan Sudirman, mereka memainkan isu-isu dan persoalan petani. Mereka juga memfokuskan agenda lapangannya kepada daerah-daerah dengan basis petani yang kuat. Hal ini mengingat Pak Talifudin merupakan mantan Kepala Dinas Pertanian Kabupaten Sumbawa sebelumnya” (Wawancara bersama Ardiansyah, Akademisi, 6 Juni 2022).*

Dari hasil wawancara diatas, dapat terlihat bawah ada begitu banyak faktor-faktor yang mempengaruhi mengapa pasangan perseorangan tersebut memilih strategi ofensif sebagai strategi politiknya. Sebagai kandidat yang baru muncul, mereka mencoba untuk memberikan pengalaman yang baru bagi pemilih Sumbawa yang selama ini berada dalam hegemoni partai politik. Akibat dari proses rekrutmen partai politik yang terlampaui lama, mereka memiliki ruang untuk melakukan sosialisasi lebih dini guna mendapat simpati publik. Mereka bergerak diiringi oleh media yang terorganisir, visi dan misi yang baik serta kapasitas dari masing-masing kandidat. Hanya saja, karena terbatasnya ruang sosialisasi yang mereka miliki serta soliditas konstituen partai politik yang tidak dapat dibendung, pasangan perseorangan

tersebut tidak mampu mengungguli seluruh pasangan calon lainnya dan hanya berakhir pada posisi ketiga dalam Pemilukada Sumbawa 2020.

## 2. Pemasaran Politik Kandidat Perseorangan dalam Pemilukada Sumbawa 2020

Di dalam mengawali pembahasan mengenai pemasaran politik, beberapa *scholars* ilmu politik menjelaskan paling tidak ada beberapa model pemasaran politik yang kerap digunakan dalam pemilihan umum. Marketing Politik menurut Adman Nursal (2004) terbagi menjadi tiga aspek yaitu: *Push Marketing*, *Pull Marketing*, dan *Pass Marketing*. *Push marketing* merupakan kegiatan menyampaikan produk politik secara langsung kepada pemilih. Yang dimaksud produk politik yaitu kandidat itu sendiri. Strategi ini dapat dilakukan melalui kegiatan kampanye berupa pertemuan akbar, pertemuan keagamaan, dan bakti sosial. *Pull marketing* merupakan penyampaian produk politik dengan menggunakan media massa. Melalui media massa, kandidat dapat menyebarkan visi, misi dan program mereka kepada calon pemilih. Strategi *pull marketing* dilakukan melalui kampanye politik menggunakan media cetak (surat kabar) dan media elektronik (televise dan radio). *Pass marketing* merupakan penyampaian produk politik (calon atau partai) melalui pihak ketiga yang dinilai mampu mempengaruhi pemilih, diantaranya, tokoh masyarakat, tokoh pemuda atau tokoh-tokoh lain yang berpengaruh (Firmansyah, 2020).

Dalam Pemilukada Sumbawa 2020, kandidat perseorangan juga menyusun strategi pemasaran politik yang dapat diidentifikasi dalam skema pemasaran politik yang dikemukakan Adman Nursal (2004). Dalam menjalankan strategi *push marketing*, kandidat perseorangan juga melakukan agenda *door to door*, *direct campaign*, dan sosialisasi massa. Hal ini bertujuan untuk menunjang akseptabilitas (penerimaan) dan elektabilitas (keterpilihan) pasangan calon ini oleh masyarakat. Bahkan, mereka memiliki waktu yang lebih panjang dalam menjalankan strategi ini, lantaran partai politik yang membutuhkan waktu dalam proses rekrutmen dan negosiasi politik.

*“Dalam kontestasi politik lalu, kami intens turun langsung ke masyarakat hingga ke pedesaan-pedesaan. Bahkan inginap*

sampai 2-3 hari dalam memperkenalkan pasangan ini ke wilayah yang belum di masuki, dan hal ini sudah kami lakukan sebelum pilkada dilakukan” (Wawancara bersama Surahman, Ketua Tim Pemenangan Talif-Sudir, 2 Juni 2022).

Upaya-upaya melalui strategi *push marketing* telah dimaksimalkan oleh kandidat perseorangan tersebut, hanya saja hasil yang diharapkan memang belum sesuai harapan. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, ruang lingkup pertarungan politik kandidat perseorangan begitu terbatas. Partai politik memiliki keunggulan dengan adanya konstituen dan simpatisan partai yang telah loyal dan mendapat manfaat dari adanya partai politik tersebut. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi calon independen untuk merebut suara lantaran jaringan partai politik yang begitu kuat dan mengakar. Agenda *push marketing* kandidat perseorangan memang disambut baik oleh masyarakat Kabupaten Sumbawa. Jaringan relawan dan simpatisan terbentuk hampir di seluruh wilayah. Bahkan, hingga ke sudut-sudut desa sekalipun, selalu hadir simpatisan dan relawan tersebut. Di satu sisi, masyarakat menyambut dengan antusias, di sisi lainnya jaringan partai dan konstituen yang telah mengakar juga mempersiapkan dan menjaga lini massanya. Terlebih lagi, beberapa kandidat lainnya juga memiliki pemilih yang begitu kuat pada akar rumput, baik dikarenakan figuritasnya, maupun jaringan kekerabatan yang dimiliki. Misalnya saja pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, dimana Dewi Noviany merupakan adik kandung dari Gubernur Nusa Tenggara Barat yang tengah aktif bertugas. Tentunya ada dampak psikologis dan elektoral bagi pemilih untuk mempertahankan basis massa kandidat tersebut.

Upaya berikutnya adalah menjalankan strategi *pass marketing*. Baik kandidat perseorangan dan kandidat lainnya juga menjalankan metode ini untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari dukungan tim pemenangan dan loyalis dari masing-masing kandidat, termasuk juga pasangan Talif-Sudir. Mereka memanfaatkan jaringan kekerabatan, relawan dan simpatisan, baik pada kampanye di dunia maya maupun kampanye secara langsung (*direct campaign*). Tim relawan ini bertujuan untuk membantu kandidat sebagai juru bicara maupun sebagai juru kampanye di dalam pemilihan umum.

“Pada pilkada lalu kami banyak didukung oleh tokoh-tokoh masyarakat serta mantan-mantan sekda dan pejabat-pejabat daerah Sumbawa. Bagi kami, siapa saja yang mendukung akan menjadi bagian dari saudara saja (Wawancara bersama Talifudin, 2 Juni 2022)

Dukungan dari para tokoh, relawan maupun simpatisan ini merupakan bagian dari *pass marketing*, artinya ada pihak ketiga yang menjadi perantara dan penyambung lidah kandidat dalam menjalankan proses kampanye. Dukungan tidak hanya berangkat dari tokoh masyarakat melainkan dari pejabat-pejabat yang pernah berada di birokrasi pemerintahan yang telah *purna* tugas. Bahkan, menurut sebagian sumber, beberapa tokoh partai politik juga memberikan dukungannya, meskipun tidak secara terang-terangan. Kehadiran para tokoh ini dianggap penting, lantaran sosiokultural masyarakat Sumbawa yang selalu menjunjung tinggi tokoh-tokoh yang dianggap berpengaruh. Upaya selanjutnya yang dilakukan oleh kandidat perseorangan ini adalah *pull marketing*. Upaya ini bertujuan untuk menarik simpati publik dari sisi hal-hal yang menarik dari kandidat itu sendiri, baik secara figuritas, ketokohan maupun citra media massa. Dalam hal ini, pasangan Talif-Sudir didukung oleh beberapa citra politik yang seharusnya dapat dimaksimalkan dalam mengikuti Pemilukada Sumbawa 2020. *Pertama*, figuritas pasangan perseorangan ini merupakan kombinasi yang *electable*, artinya layak untuk dipilih. Talifudin merupakan figur santun yang berasal dari kalangan birokrat dan unggul dari sisi manajerial. Sementara Sudirman sendiri berasal dari kalangan pro-fesional, seorang pengusaha sukses serta pernah aktif sebagai komisioner Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) pada periode sebelumnya.

*Kedua*, citra, visi misi dan tagline. Dalam kampanyenya, pasangan calon ini mengusung tema “Koalisi Rakyat” dengan *tagline* Sumbawa Bersinar, sebagai bentuk oposisi dari koalisi partai politik. Tema ini nyatanya mendapat respon yang baik ditengah masyarakat. Meskipun pada akhirnya, basis suara “Koalisi Rakyat” ini tidak mampu bertahan dari dominasi Koalisi Partai Politik. Meskipun demikian, upaya-upaya tersebut layak untuk diapresiasi, baik sebagai pembelajaran pada pemilu berikutnya, maupun sebagai diskursus perkembangan ilmu politik. *Ketiga*, pergerakan

an tim pemenangan di media sosial yang begitu dominan. Sepanjang Pemilu Sumbawa tahun 2020, pasangan Talif-Sudir didukung oleh tim dengan strategi “kampanye udara” yang begitu masif. Mereka bergerak secara terorganisir dalam merespon maupun membangun opini publik. Mereka mengembangkan sentimen “Koalisi Rakyat vs Koalisi Partai Politik” sebagai bentuk *political campaign* di media sosial. Hal ini memberikan contoh bahwa agenda *pull marketing* merupakan model pemasaran politik yang paling dikedepankan oleh pasangan ini.



**Gambar 1.** Media Sosial Facebook *Sumbawa Bersinar* (Sumber: Facebook Sumbawa Bersinar)

Dengan memanfaatkan media sosial dan masifnya pergerakan kandidat, menjadikan pasangan calon ini menjadi begitu sangat diperhitungkan. Hal inilah yang menjadikan partai politik kemudian merapatkan barisan dan konstituennya untuk membendung pergerakan tim tersebut. Dalam perjalanannya, sebagaimana yang tertuang dalam tabel 1 diatas, dapat terlihat jika pasangan calon ini menduduki posisi ketiga dalam Pemilu Sumbawa tahun 2020. Hal ini menjadi sebuah pertanyaan besar, mengapa tim pemenangan yang solid, figur yang *electable* dan jaringan akar rumput yang kuat dapat kalah di dalam pemenangan pemilu? Hal ini dikarenakan pasangan lainnya juga memiliki strategi dalam memenangkan dirinya pada pemilu tersebut. Ditambah lagi dengan terbatasnya ruang gerak kandidat perseorangan ini menjadikan dirinya tidak mampu mengembangkan basis keterpilihan yang lebih luas tersebut.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Keikutsertaan kandidat perseorangan dalam Pemilu Sumbawa 2020 ini memberikan sebuah diskursus baru dalam skema

politik lokal, khususnya di Kabupaten Sumbawa. Kekalahan pasangan calon ini dikarenakan oleh beberapa faktor yang telah muncul sebelumnya, namun kurang disadari kehadirannya. *Pertama*, arena politik dari kandidat perseorangan ini sejak awal telah terbatas dengan membangun stigma antara “Koalisi Rakyat vs Koalisi Partai Politik”. Hal ini memicu hadirnya dikotomi antara simpatisan calon independen dengan loyalis partai politik. Kondisi ini tentunya merugikan pasangan calon independen yang membutuhkan ruang kampanye yang luas dan simpati publik yang besar. *Kedua*, tidak adanya hal yang baru dari model kampanye pasangan calon independen tersebut. Baik pasangan calon perseorangan dan pasangan calon lainnya, menjalankan model dan skema kampanye yang sama. Nyaris tidak adanya hal baru yang menjadi pembeda diantara seluruh pasang calon tersebut. Hal ini menimbulkan persepsi publik yang melihat tidak ada perbedaan dari masing-masing kandidat. Padahal, euforia hadirnya kandidat perseorangan tersebut telah menarik minat publik yang begitu besar. Namun karena tidak dikelola dengan baik, segenap potensinya yang mereka miliki tidak dapat dimaksimalkan.

##### B. Saran

Dua analisis diatas menjadi alasan yang cukup rasional untuk menjelaskan upaya-upaya kandidat perseorangan dalam memenangkan Pemilu Sumbawa 2020 belum dapat dikatakan maksimal. Butuh kerja-kerja politik yang terukur dan sistematis dalam membaca peta politik Kabupaten Sumbawa dengan terbatasnya sumber daya (*resources*) dan sempitnya arena politik yang dimiliki. Tentunya, diskursus terkait kandidat independen tetap menarik untuk diulas sebagai bentuk “oposisi” dari rekrutmen politik partai politik yang cenderung tertutup, monoton dan kurang transparan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Z. (2017). *Strategi Politik Calon Independen dalam Pemenangan Pilkada Serentak 2015 di Kabupaten Rembang (Studi Pemenangan Pasangan H. Abdul Hafidz dan Bayu Andriyanto, SE)*. Universitas Negeri Semarang
- Adhi Perdana, R., & Salman Maggalatung, A. (2019). *Eksistensi Calon Perseorangan Dalam Pemilu di Indonesia*.

*STAATRECHT: Indonesian Constitutional Law Journal*, 3(1).

- Firmansyah, J. (2020). Strategi Pemasaran Politik Asaat Abdullah dalam Pemilu Legislatif Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2020. *Jurnal Trias Politika*, 4 (2), 136–154.
- Gunawan, D. (2014). Analisis Kekalahan Pasangan Kandidat Independent Bupati Dan Wakil Bupati Nomor Urut 3 Dalam Pemilukada di Gampong Langi Kecamatan Alafan Kabupaten Simeulue Tahun 2012. Universitas Teuku Umar.
- Hoesein, Z. A. (2010). Pemilu Kepala Daerah dalam Transisi Demokrasi. *Jurnal Konstitusi*, Vol. 7 No (6)
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nyarwi Ahmad. (2012). *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Pramono Anung. (2013). *Mahalnya Demokrasi Memudarnya Ideologi, Potret Komunikasi Politik Legislator-Konstituen*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Rifaldi Sahea. (2018). Analisis Strategi Politik Sri Wahyumi Maria Manalip-Petrus Simon Tuange Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013. *Jurnal Eksekutif 1 - Ejournal UNSTRAT*, 1.
- Sitorus, D. (2020). *Strategi Pemenangan Calon Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Sumatera Utara Tahun 2019*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Suherman dan Mansur, A. Betoambari. (2017). Strategi Marketing Politik Calon Independen Dalam Kontestasi Pilkada Serentak Tahun 2017 di Kabupaten Buton Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial* (Vol. 16, Issue 1).
- Wawancara bersama Talifudin, Calon Bupati Independen Pilkada Sumbawa 2020
- Wawancara bersama Surahman, Ketua Tim Pemenangan Pasangan Independen Pilkada Sumbawa 2020