

**ANALISIS KEMENANGAN HARYANTO-BUDIYONO
DALAM PEMILUKADA KABUPATEN PATI**

Drs. M Adnan MA, Nunik Retno H, S.Sos., M.Si., Drs. Susilo Utomo, M.Si.

Zuqna Kartika

D2B 008 086

(siisetancili9@gmail.com)

**Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas
Diponegoro**

Jln. Prof. H. Soedarto, S.H., Tembalang, Semarang, 50239

ABSTRAK

Pemilukada Kabupaten Pati yang dilaksanakan pada tahun 2011 dimenangkan oleh pasangan Haryanto-Budiyono. Namun, karena perolehan suaranya belum mencapai lebih dari 30% (tiga puluh persen), kemudian dilanjutkan Pemilihan Putaran kedua. Namun muncul keberatan dari Imam Suroso-Sudjoko. Mahkamah Konstitusi kemudian membatalkan Keputusan KPU Pati tentang Penetapan Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati, serta memerintahkan untuk melakukan Pemungutan Suara Ulang. Meski kembali bersaing dengan 5 pasang calon lain, pasangan Haryanto-Budiyono kembali meraup kemenangan dengan perolehan suara 38,85%. Hal ini cukup menarik karena pasangan Haryanto-Budiyono yang diusung oleh partai-partai kecil mampu mengalahkan pasangan yang diusung oleh PDI-P. Padahal selama 10 tahun Kabupaten Pati menjadi benteng PDI-P.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data dalam penelitian ini bersumber dari kegiatan wawancara dengan responden serta data yang diperoleh dari laporan-laporan, buku, jurnal, majalah, dan sebagainya. Data kemudian disusun dengan tahapan-tahapan menelaah data-data yang didapat dari lapangan, menganalisis data dan informasi kemudian menarik kesimpulan dan verifikasi. Sehingga menghasilkan data deskriptif untuk menggambarkan hasil analisis kemenangan Haryanto-Budiyono dalam pemilukada Kabupaten Pati.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan, faktor kemenangan Haryanto-Budiyono dipengaruhi oleh figur Haryanto-Budiyono yang dinilai kompeten dan mumpuni dalam birokrasi; pasangan juga unggul dalam segi marketing politik; pengorganisasian tim sukses dalam menyusun dan menjalankan strategi pemenangan membangun kinerja yang efektif dan

efisien; partai politik sebagai kendaraan politik berperan dalam perekrutan massa pemilih serta soliditas koalisi menjadi kekuatan pasangan ini.

Kemenangan ini juga dianalisis dari perilaku memilih masyarakat dengan pendekatan sosiologis Haryanto-Budiyono memiliki basis massa dari kesamaan agama, kalangan PNS, loyalitas masyarakat Juwana, ikatan sosiologis antara Haryanto dengan tokoh masyarakat; secara psikologis kemenangan pasangan ini mampu menunjukkan kedekatannya dengan masyarakat; dilihat dari pendekatan pilihan rasional, masyarakat memilih bukan karena *money politics* namun karena program yang ditawarkan oleh pasangan ini.

Kata kunci : *Analisis Kemenangan Pemilukada, Marketing Politik, Perilaku Memilih*

ABSTRACT

Election of regional heads Pati Regency were implemented in 2011 won by Haryanto-Budiyono. However, due to the acquisition of his voice has not reached more than 30% (thirty percent), the election go to second round selection. But there's objection of Imam Suroso-Sudjoko. The Constitutional Court then canceled the Komisi Pemilihan Umum of Pati Regency Decision on Establishment Candidate Regent and Vice Regent, and ordered to repeat the Election. Although they return to compete with 5 other pairs of candidates, Haryanto- Budiyono earned victory back 38.85% of the vote. This is quite interesting because the Haryanto-Budiyono carried by small parties able to beat the Candidates carried by PDI-P. In fact, for 10 years Pati Regency is a bastion of PDI-P.

The research method used in this study is a qualitative method. The data in this study come from interviews with respondents and obtained from the reports, books, journals, magazines, and so on. The data was then compiled with the stages of examining the data obtained from the field, analyzing the data and information and then draw conclusions and verification. Thus generating descriptive data to portray the results of the Haryanto-Budiyono winning analysis in the election of regional heads in Pati Regency.

Based on the research conducted, Haryanto-Budiyono victory influenced by the Haryanto-Budiyono figure considered competent and qualified in the bureaucracy; this couple is also superior in terms of political marketing; the succes of campaign team in developing and running a winning strategy to build an effective and efficient performance; political parties as a vehicle for political role in the recruitment of the masses and density coalition into the power of this couple.

This victory also analyzed the voting behavior with the sociological approach from Haryanto-Budiyono a mass base of religious equality, the civil servants, Juwana community loyalty, sociological bond between Haryanto with community leaders; psychological victory this couple was able to demonstrate its proximity to the community; seen from the approach rational choice, people choose not because of money politics but because of the programs offered by this couple.

Keywords : *Winning Analysis In The Election Of Regional Heads, Political Marketing, Voting Behavior*

1. Pendahuluan

Bagi bangsa Indonesia yang merupakan negara demokratis, pemilu menjadi salah satu elemen politik nasional yang esensial karena dapat memberikan kesempatan secara penuh dan leluasa kepada warga negara yang telah berhak, untuk menentukan sendiri siapa-siapa saja yang mereka anggap layak untuk memerintah. Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) secara langsung merupakan tonggak baru penegakan kedaulatan rakyat daerah di Indonesia karena demokrasi telah merambah ke tingkat daerah.

Perwujudan demokrasi di tingkat lokal melalui pemilukada salah satunya dilaksanakan di Kabupaten Pati. Pemilukada yang dilaksanakan pada tahun 2011 lalu diikuti oleh enam pasangan calon bupati dan wakil bupati yang terdiri dari pasangan Sunarwi-Tejo Pramono (diusung PDIP), Haryanto-Budiyono (diusung PKB, PPP, PKS, Gerindra, Hanura, PPI, dan PKPB), dan Kartina Sukawati-H Supeno (diusung Partai Demokrat), pasangan perseorangan yakni HM Slamet Warsito-Hj Sri Mulyani, Sri Merditomo-Karsidi, dan Sri Susahid-Hasan. Pemilukada ini dimenangkan oleh Haryanto-Budiyono dengan perolehan suara sebanyak 204.606 suara (28,40 %) dari jumlah total 737.742 suara. Namun, kemenangan itu belumlah menjadi kemenangan mutlak bagi Haryanto-Budiyono karena perolehan suaranya belum mencapai lebih dari 30% (tiga puluh persen) dari jumlah suara sah. Sehingga Pemilu Bupati dan Wakil Bupati Pati tahun 2011 dilanjutkan Pemilihan Putaran kedua yang diikuti oleh pasangan Haryanto-Budiyono dan Sunarwi-Tejo Pramono.

Selang beberapa hari setelah dikeluarkannya Keputusan KPU Pati Nomor 47/2011 tentang Penetapan Hasil Perolehan Suara Tiap Pasangan Pemilukada Pati, muncul keberatan dari pihak Imam Suroso-Sudjoko dikarenakan Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pemilihan Umum Bupati dan Wakil Bupati Pati 2011, H. Sunarwi, SE, MM dan Tejo Pramono, yang didaftarkan oleh Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (DPC PDIP) bukanlah pasangan calon yang direkomendasikan oleh Dewan Pimpinan Pusat Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (DPP PDIP). Kemudian berdasarkan seluruh penilaian atas fakta dan hukum, Mahkamah Konstitusi pada tanggal 22 Agustus 2011 telah menetapkan Amar Putusan Nomor : 82/PHPU.D.IX/2011 yang menyatakan mengabulkan permohonan H. Imam Suroso, MM dan Sujoko, S.Pd, M.Pd. Amar Putusan tersebut membatalkan Keputusan KPU Pati tentang Penetapan Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati. Serta memerintahkan kepada KPU Kabupaten Pati untuk melakukan **Pemungutan Suara Ulang**.

Pemungutan Suara Ulang kembali diikuti oleh enam pasang calon, dengan pasangan nomor dua digantikan oleh pasangan H. Imam Suroso, MM dan Sujoko, S.Pd, M.Pd. Pada Pemungutan Suara Ulang ini pasangan Haryanto-Budiyono kembali meraup kemenangan dengan perolehan suara unggul yaitu sebanyak 38,85%. Selanjutnya melalui rapat internal KPUD Pati, pasangan ini kemudian ditetapkan sebagai Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Kabupaten Pati periode 2012-2017. Dari latar belakang diatas maka penulis mencoba untuk Menganalisis Kemenangan Haryanto-Budiyono Dalam Pemilukada Kabupaten Pati.

Tinjauan Pustaka

Pemasaran politik memungkinkan diterapkannya berbagai cabang pemasaran seperti pemasaran organisasi (organisation marketing), pemasaran pribadi (personal marketing), pemasaran gagasan (idea marketing). Marketing politik tidak menentukan kemenangan sebuah partai politik atau kandidat Presiden (O' Shaughnessy, 2001). Marketing politik hanyalah sebuah metode dan peralatan bagi partai politik atau calon prersiden untuk melakukan pendekatan kepada publik.

Proses marketing politik menurut Niffenneger tidak bisa terlepas dari 4Ps yang terdiri dari Produk (Product) yaitu: party platform (platform partai), past record (catatan tentang hal-hal yang dilakukan masa lampau), dan personal characteristic (ciri pribadi); Promosi (Promotion) Aktifitas promosi harus dilakukan terus-menerus dan permanen dengan selalu memperhatikan masalah penting yang dihadapi oleh komunitas dimana kandidat itu berada; Harga (Price) mencakup : harga ekonomi yaitu biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye, harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, harga yang dibayar pemilih adalah kepercayaan (trust) dan keyakinan (beliefs) akan partai atau kontestan yang akan didukung; Tempat (place) berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih.

Perilaku memilih menurut Affan Gaffar terdapat dua model pendekatan yaitu Pendekatan Sosiologis dan ; Pendekatan Sosio-Psikologis. Pendekatan Sosiologis dikembangkan dengan asumsi bahwa perilaku memilih seseorang ditentukan oleh karakteristik sosiologis, terutama kelas sosial, agama, kelompok etnik, dan kedaerahan. Pendekatan Sosio-Psikologis berasumsi bahwa faktor-faktor kesamaan sosiologis tersebut diperantai oleh persepsi dan sikap, baik terhadap faktor-faktor sosiologis maupun terhadap partai politik atau kandidat. Salah satu variabel utama dari pendekatan sosio-psikologis adalah identifikasi (perasaan keterlibatan dan rasa memiliki yang ada dalam diri) seseorang atau individu terhadap parpol. Pendekatan lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan ekonomi-politik (pendekatan rasional) karena menekankan pentingnya penilaian rasional pemilih terhadap partai/kandidat tertentu yang menempatkan pentingnya sikap kritis evaluasi pemilih terhadap semua partai/kandidat yang bersaing dalam pemilu.

Dalam penelitian ini juga dianalisis faktor yang mempengaruhi terjadinya perubahan pemilih, menurut Riswanda Imawan yaitu Civil Engagement , Swinging Voters, dan Split Voting. Civil Engagement adalah sikap masyarakat yang mampu mengambil jarak dengan proses politik yang berlangsung sehingga hal tersebut memungkinkan mereka berfikir dan bertindak (lebih) rasional. Swinging Voters yaitu luntarnya afiliasi polittik pemilih terhadap partai pilihannya sebagai akibat ketidakmampuan partai memenuhi harapan atau janji kepada konstituennya.\\ Split Voting, berhubungan dengan konsistensi atau inkonsistensi sikap pemilih dalam menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang ada.

2. Metodologi penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif sebagaimana yang dinyatakan oleh Bogdan dan Taylor bahwa “metode kualitatif” merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Alasan menggunakan metode ini untuk menggambarkan hasil analisis kemenangan Haryanto-Budiyono dalam pemilukada Kabupaten Pati.

Subjek utama dalam penelitian ini adalah pasangan Haryanto-Budiyono, dan aktor-aktor yang terlibat di dalam usaha pemenangan pasangan calon, yakni tim pemenangan, partai koalisi, serta aktor-aktor yang terlibat di dalam Pemilihan Umum seperti tokoh masyarakat, masyarakat dan narasumber lain yang dapat menjadi sumber pengumpulan data. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti dari kegiatan wawancara dengan responden guna memperoleh jawaban dari penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan, buku, jurnal, majalah, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, data-data terkumpul akan disusun secara deskriptif kualitatif dengan tahapan-tahapan analisis yaitu dengan cara menelaah data-data yang didapat dari lapangan, membuat kerangka analisis yang berupa susunan data dari data-data yang diperoleh di lapangan, menganalisis data dan informasi dengan melibatkan beragam perspektif sehingga analisis menjadi komprehensif kemudian menarik kesimpulan dan verifikasi yang didasarkan pada penyaringan data dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

3. Pembahasan

Hasil penelitian beserta analisis bagaimana pasangan Haryanto-Budiyono dapat memperoleh suara terbanyak pada Pemilukada Pati tahun 2011 dan mampu mempertahankan kemenangan pada Pemungutan Suara Ulang Pemilukada Pati tahun 2012 adalah sebagai berikut:

3.1. Figur Haryanto dan Budiyono

Haryanto dianggap sosok yang menguasai dan berpengalaman dalam tatanan birokrasi/pemerintahan. Hal ini dilihat dari pengalaman Haryanto yang pernah menjabat sebagai Kasubag Perangkat dan Administrasi Desa Setda Kabupaten Pati, Kasubsi Pemerintahan Umum Setda Kabupaten Pati, Pejabat Kepala Desa Growong Lor, Sekwilcam Juwana, Camat Sukolilo, Camat Trangkil, Camat Juwana, Kepala Badan Kepegawaian Daerah, dan Plt. Sekertaris Daerah. Ketika menjabat sebagai Plt. Sekertaris Daerah. Haryanto juga dikenal sebagai sosok yang mempunyai kecakapan serta kepekaan untuk merespon aspirasi masyarakat dan dilihat dari kinerja Haryanto ketika menjabat, beliau dinilai sebagai figur yang sangat memasyarakat dan Haryanto juga orang yang bersih. Figur Haryanto juga dilihat sebagai figur yang mampu memberikan perubahan bagi Kabupaten Pati. Budiyono sebagai wakil Haryanto juga dianggap sebagai figur yang berpengalaman dalam birokrasi dan

kepemimpinan. Hal ini dapat dilihat dari figur Budiyo yang telah dipercaya masyarakat Desa Pasucen Kecamatan Trangkil untuk menjadi Kepala Desa Pasucen 2 periode.

Jika dibandingkan dengan pasangan lain, figur Haryanto Budiyo ini dianggap sebagai pasangan yang kompeten dan mumpuni dalam birokrasi, selain itu Haryanto termasuk Plt Sekda yang aktif dan Budiyo juga Kepala Desa yang aktif dan keduanya masih muda. Calon lain yang maju diantaranya Slamet Warsito yang merupakan seorang pengusaha, beliau lebih aktif berkecimpung di bidang swasta, kemudian Sri Merditomo adalah seorang pensiunan, dilihat dari segi usia juga sudah tua dan dari segi kesehatan juga tidak mumpuni, Sri Susahid merupakan calon yang dianggap belum dikenal oleh masyarakat pati, beliau sendiri pun belum betul-betul mengenal wilayah Kabupaten Pati. Kartinawati meski dulunya adalah wakil Bupati Pati, namun ketika maju sebagai Calon Bupati Pati ini tampaknya kurang disukai karena beliau adalah seorang wanita dan juga kurang terdengar gaungnya. Sunarwi sendiri sebenarnya secara pribadi orangnya baik, meski aktif berkecimpung di bidang partai namun Sunarwi dinilai kurang sip dalam hal politik.

3.2. Marketing Politik

3.2.1. Produk (*Product*)

Pasangan Haryanto Budiyo digambarkan sebagai pasangan ideal yang merepresentasikan seorang pemimpin yang menguasai dan berpengalaman mengelola tatanan birokrasi/pemerintahan dan mempunyai kecakapan serta kepekaan untuk merespon aspirasi masyarakat. Program-program Haryanto-Budiyo juga dinilai sebagai program yang paling Pro-Rakyat. Melihat dari programnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah berbasis pada potensi unggulan pertanian dan industri, meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah berbasis pada potensi unggulan pertanian dan industri, dan meningkatkan pemberdayaan pengusaha dan membuka peluang investasi, ini dinilai mampu membantu terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dari program-program yang ditawarkan, masyarakat menganggap bahwa program Haryanto-Budiyolah yang diharapkan nantinya mampu menjawab permasalahan yang ada di masyarakat dan memenuhi keinginan masyarakat.

3.2.2. Promosi (*Promotion*)

Langkah awal yang dilakukan oleh tim sukses dalam mempromosikan pasangan Haryanto-Budiyo adalah membuat slogan “Haryanto Berbudi” yang berarti Pak Haryanto bersama Pak Budi. Setelah itu kemudian melakukan pendekatan kepada masyarakat. Selain itu Haryanto juga memanfaatkan internet dengan membuat sebuah web yang merupakan Web Resmi dari Haryanto Center dalam rangka memperkenalkan Haryanto, SH, MM sebagai salah satu Kandidat Bupati Pati 2011-2016 yang berisi tentang profil diri, visi misi, program kerja, galery foto, dan informasi aktual lainnya di situs <http://haryantocenter.com/>. Masyarakat juga dapat menghubungi Haryanto melalui email di alamat haryanto.shmm@gmail.com. Selain bentuk promosi tersebut, promosi juga dilakukan selama masa kampanye. Bentuk kampanye yang dilakukan adalah dengan pemberian kaos, pemasangan gambar-gambar di tempat-tempat strategis, pembuatan kalender, dan juga iring-

iringan. Pendekatan Haryanto ke masyarakat yang secara berkelanjutan membuat Haryanto ini mempunyai tempat tersendiri di hati masyarakat. Kesuksesan promosi pasangan Haryanto-Budiyono ini dikarenakan sang kandidat mampu melakukan cara yang paling efektif dalam promosi yaitu dengan selalu memperhatikan masalah penting yang dihadapi oleh komunitas dimana beliau berada.

3.2.3. Harga (*Price*)

Dilihat dari harga ekonomisnya, pasangan Haryanto-Budiyono tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya-biaya. Biaya yang dikeluarkan hanya bersifat sewajarnya saja, sebagai biaya oprasional. Dilihat dari harga psikologis yang mengacu pada harga persepsi psikologis dari pemilih juga tampaknya merasa nyaman dengan pasangan Haryanto-Budiyono yang mumpuni baik dari segi pemerintahan maupun segi agama. Pasangan Haryanto-Budiyono ini digambarkan sebagai pasangan umara dan ulama. Jadi, pasangan Haryanto-Budiyono ini dianggap dapat merefleksikan peranan umara dan ulama sehingga diharapkan mampu menciptakan menerapkan pemerintahan yang jujur, adil, dan bersih. Harga image pasangan Haryanto-Budiyono ini ditunjukkan melalui karakteristik beliau yang merupakan seorang calon yang dengan nilai jual yang tinggi, dengan dia punya sumber daya yang tinggi, dan citra diri yang positif.

3.2.4. Tempat (*Place*)

Kemampuan membangun komunikasi politik antara kandidat dan pemilih/konstituen inilah yang menunjukkan kedekatan Haryanto dengan masyarakat. Komunikasi yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung atau istilahnya silaturahmi kepada tokoh masyarakat dan masyarakat membuat pasangan Haryanto-Budiyono mampu memperoleh simpati dan dukungan dari seluruh lapisan masyarakat Pati. Haryanto sendiri juga mengakui bahwa kemenangan nya itu adalah karena beliau senang bersilaturahmi.

3.3. Pengorganisasian Tim Sukses

Tim sukses mempunyai peranan yang cukup signifikan dalam perjuangan pasangan Haryanto-Budiyono. Tim ini terdiri daritim sukses, tim pemenangan, dan tim pengawas.

3.3.1. Tim Sukses

Tim sukses atau lebih akrab disebut dengan tim relawan adalah tim sukses yang dibentuk oleh Haryanto sendiri sebelum ada partai-partai pengusung. Tim ini bergerak dengan cara terjun langsung ke masyarakat guna memasarkan produk dari pasangan Haryanto-Budiyono. Guna mempermudah kinerja tim sukses, disusunlah struktur organisasi tim sukses. Pengorganisasian ini dibentuk secara terstruktur yang terdiri dari tim tingkat kecamatan, membawahi tim tingkat desa, hingga tim tingkat RT. tim ini mampu merepresentasikan keterwakilan tim hingga tingkat bawah. Dengan begitu, persebaran tim sukses yang sampai ke tingkat RT mampu membuat pasangan Haryanto Budiyono dapat dikenal oleh masyarakat hingga tingkat bawah. Dalam melakukan pendekatan kepada

masyarakat, tim ini memiliki persiapan yang matang dengan membuat sebuah blangko pendataan untuk mengetahui elektabilitas pasangan Haryanto-Budiyono. Masing-masing tim ini juga dipilih seorang koordinator sehingga lebih memudahkan koordinasi antar tim dan kinerjanya juga menjadi lebih efektif.

3.3.2. Tim Pemenangan

Tim pemenangan atau lebih dikenal dengan tim kampanye. Tim ini merupakan tim yang dibentuk dengan fungsi mengurus administrasi di KPU. Haryanto sendiri mengungkapkan bahwa pemilihan tim sukses itu dari partai. Sedangkan kinerja tim pemenangan sedikit berbeda yakni hanya pada saat kampanye Pemilihan Umum Bupati dan Wakil Bupati Pati tahun 2011. Pada awalnya memang ada pemisahan khusus diantara tim sukses dan tim pemenangan mengenai fungsi dan peranannya. Namun menjelang Pemungutan Suara Ulang, kedua tim ini kemudian melebur menjadi sebuah kesatuan demi kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono. Penggabungan ini dilakukan karena kinerja tim pemenangan tidak dilakukan secara khusus yakni sebagai tim kampanye, karena dalam Pemungutan suara Ulang ini seluruh calon dilarang melakukan kampanye.

3.3.3. Tim Pengawas

Tim pengawas juga dibentuk dalam rangka melengkapi kinerja tim sukses yang berfungsi guna memantau apakah kinerja tim sukses sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.

3.4. Partai Politik sebagai Partai Pengusung pasangan Haryanto-Budiyono dalam Pemilukada Kabupaten Pati

3.4.1. Pembentukan Koalisi

Partai-partai ini, PKB, PPP, PKS, Gerindra, Hanura, PPI, dan PKPB sadar bahwa masing-masing partai tidak bisa murni mengantarkan calon, jadi harus berkoalisi. Sehingga akhirnya partai-partai tersebut sepakat membentuk koalisi dan mereka sepakat untuk mendukung pasangan Haryanto-Budiyono.

3.4.2. Bentuk Dukungan dan Kontribusi Partai Politik

Bentuk dukungan koalisi pelangi terhadap pasangan Haryanto-Budiyono berupa perekrutan massa pemilih. Selain itu, koalisi pelangi ini juga memberikan dukungan penuh kepada pasangan Haryanto-Budiyono yang ditunjukkan dengan cara *back up*. Dari partai ini *memback up* calon itu karena banyaknya masalah yang timbul dalam pemilukada terutama masalah politik yang di dalamnya banyak terdapat saling dukung mendukung maupun dalam hal saling menjatuhkan. Secara umum, koalisi partai ini dibentuk untuk berkontribusi mengantarkan pasangan Haryanto-Budiyono menuju kursi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Pati periode 2012-2017.

3.4.3. Basis Dukungan Partai Politik

Wilayah yang menjadi basis dukungan partai politik pengusung pasangan Haryanto-Budiyono tidak dapat secara jelas dipetakan apakah dapat menjadi basis kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono. Hal ini dikarenakan pasangan Haryanto-Budiyono juga mempunyai basis dukungan di wilayah tertentu yang bisa juga merupakan basis dukungan dari salah satu partai. Namun, dilihat dari kekalahan di dapil 5 tampaknya terdapat korelasi antara basis pendukung partai dengan basis dukungan pasangan Haryanto-Budiyono. Di dapil 5 walaupun merupakan daerah dari ketua koalisi pelangi yang juga sebagai ketua tim kampanye pasangan Haryanto-Budiyono, namun, yang memiliki basis hanya Ia dan satu orang anggota DPRD dari Partai Keadilan Sejahtera. Lain halnya dengan daerah selatan, yang terdapat basis dukungan dari partai Gerindra, Hanura, PKPB, dan PPI. Jadi kekurangan suara di dapil 5 bisa jadi karena kurangnya basis dukungan dari partai politik.

3.4.4. Sumber Dana dalam Mendukung Pasangan Haryanto-Budiyono

Bentuk dukungan dari partai politik pengusung pasangan Haryanto-Budiyono tampaknya lebih banyak ditujukan dalam bentuk dukungan moriil, bukan dukungan materiil (berupa uang). Hal tersebut sesuai dengan tujuan pendudukan partai politik terhadap pasangan Haryanto-Budiyono untuk mencari pemimpin yang memang benar-bener menuntun ke arah yang lebih baik. Ketua koalisi pelangi menyatakan relatif tidak mengeluarkan dana guna memenangkan pasangan Haryanto-Budiyono. Menurut penuturannya, dana ini lebih berasal dari calonnya sendiri.

3.4.5. Kegiatan Partai

Proses kegiatan yang dilakukan oleh partai ini karena tim yang ada di kabupaten ini adalah Pengurus Partai Tingkat Kabupaten kemudian di kecamatan itu ada namanya tim kecamatan terus nanti sampai di desa, nah dari pembetulan ini nantinya kegiatannya selalu berkoordinasi terus menerus dengan tim suksesnya pemilukada itu. Kegiatan partai sudah tergabung dengan kegiatan tim sukses. Sehingga tidak saling berebut di posisi. Jadi lebih kepada saling menunjukkan bagaimana menjalankan tugas itu dengan petunjuk yang sudah ada.

3.5. Perilaku Memilih Masyarakat

3.5.1. Pendekaan Perilaku Memilih dengan Pendekatan Sosiologis

Perilaku memilih masyarakat di Kabupaten Pati secara sosiologis ini pasangan Haryanto-Budiyono memiliki pendukung yang kuat. Budiyono yang dikenal sebagai seorang kyai dan juga Haryanto yang merupakan ketua NU, secara sosiologis pasangan ini sudah memiliki basis massa dilihat dari kesamaan agama. Pasangan Haryanto-Budiyono yang telah lama berkecimpung di birokrasi juga mempunyai massa dari kalangan PNS. Bahkan sebuah media masa menyebutkan bahwa salah satu kunci sukses kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono adalah karena keberhasilan beliau membangun kedekatan dan dukungan dari kalangan PNS. Dilihat dari aspek geografis juga ada rasa kedaerahan karena Haryanto ini

besar di Juwana sehingga mempengaruhi dukungan masyarakat Juwana kepada Haryanto. Masyarakat yang tinggal di Juwana ini memiliki loyalitas terhadap Haryanto

Ikatan sosiologis tentang perasaan orang tua terhadap pemimpin politik juga secara teoritis masih signifikan untuk melihat perilaku memilih masyarakat terutama kalangan anak remaja. Perilaku memilih mereka rata-rata masih bergantung kepada preferensi politik keluarga. Selain itu, pendekatan yang dilakukan Haryanto kepada tokoh-tokoh masyarakat juga memberikan pengaruh yang signifikan. Perilaku memilih masyarakat Pati yang masih berpanutan pada pilihan politik tokoh masyarakat, dan karenanya tokoh-tokoh masyarakat banyak yang menjadi pendukung Haryanto, sehingga secara tidak langsung mampu membantu menggiring masyarakat untuk menjatuhkan pilihan politik kepada pasangan Haryanto-Budiyono.

3.5.2. Pendekatan Perilaku Memilih dengan Pendekatan Sosio-Psikologis

Pendekatan ini berasumsi bahwa faktor-faktor kesamaan sosiologis tersebut tidak langsung mempengaruhi keputusan untuk memilih partai atau kandidat tertentu, tetapi diperantarai oleh persepsi dan sikap, baik terhadap faktor-faktor sosiologis maupun terhadap partai politik atau kandidat. Menurut pendekatan ini, perilaku memilih masyarakat atau masyarakat menentukan pilihannya karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang di dalam dirinya sebagai produk dari sosialisasi. Jadi, jika dapat diuraikan, pendukung pasangan Haryanto-Budiyono ini berasal dari berbagai macam kalangan yang secara psikologis ini mempunyai kesamaan dengan pasangan tersebut. Haryanto pernah menjabat sebagai seorang PNS dalam rentang waktu yang cukup lama, dengan sosok Haryanto yang kompeten dan mumpuni dalam birokrasi membuat para PNS memberikan dukungan.

Pasangan Haryanto-Budiyono juga mendapatkan dukungan dari sejumlah TNI, Polri, dan ABRI dikarenakan beberapa dari tim suksesnya merupakan seorang purnawirawan. Pendekatan yang dilakukan kepada rekan-rekan sejawatnya juga mampu menambah dukungan kepada pasangan Haryanto-Budiyono. Kelebihan metode pendekatan pasangan Haryanto-Budiyono dan seluruh timnya yang langsung turun ke lapangan dengan melakukan pendekatan dan sosialisasi langsung dengan masyarakat secara kekeluargaan mempunyai nilai lebih dan juga menunjukkan kedekatan psikologis antara kandidat dan pemilihnya. Kedekatan psikologis yang dibangun oleh Haryanto dengan sejumlah pengusaha juga turut menyumbangkan pengaruh yang kuat. Pengusaha ini mempunyai kekuatan dalam menggerakkan karyawannya memilih pasangan Haryanto-Budiyono.

3.5.3. Pendekatan Perilaku Memilih dengan Pendekatan Pilihan Rasional

Faktor situasional juga turut mempengaruhi pilihan politik seseorang. Dengan begitu pemilih ikut aktif dalam menentukan pemilihan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan rasional. Sikap orientasi mengacu pada sikap seseorang terhadap figur, visi misi dan program kandidat tanpa melihat label partainya. Pemilih rasional ini memiliki motivasi, prinsip pengetahuan dan mendapat informasi yang cukup sehingga pilihannya itu menurut pemikiran dan pertimbangan yang logis. Jadi jika dilihat dari pendekatan ini, faktor money politik tidak terlalu mempengaruhi perilaku memilih masyarakat Pati

Jika ditanya seputar pentingnya program yang ditawarkan oleh kandidat dalam mempengaruhi pilihan politik masyarakat, mereka rata-rata memberikan jawaban bahwa program tersebut sangatlah penting karena dari situ masyarakat bisa mengetahui seberapa kompeten kandidat yang sekiranya akan mereka dukung. Kesesuaian program pasangan Haryanto-Budiyono dengan apa yang dibutuhkan dan dirasakan masyarakat Pati lebih bisa diterima dan mampu memberikan harapan baru menuju Kabupaten Pati yang lebih baik. Program yang ditawarkan yang merupakan hasil dari peninjauan langsung oleh Haryanto ini dirasa mampu menyentuh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari tingkat bawah hingga tingkat atas, termasuk kalangan pengusaha. Program-program ini juga dinilai paling memberikan keuntungan dan meminimalisir resiko dengan melihat isu yang mampu menawarkan program yang akan memberikan perbaikan dan kemajuan Kabupaten Pati yang direpresentasikan dari visi “*noto projo mbangun deso*”.

3.5.4. Perubahan Perilaku Memilih Masyarakat Menjelang Pemungutan Suara Ulang

Jelang pelaksanaan Pemungutan Suara Ulang (PSU) Pemilukada Pati, dalam siaran pers yang dikirim ke PAS Pati, secara resmi Sunarwi dan Tejo Pramono menyatakan dukungan penuhnya kepada pasangan calon Haryanto. Ditambah lagi dengan datangnya dukungan dari Mudatsir anggota DPRD Pati asal daerah pemilihan Kayen, Sukolilo, Tambakromo dan Gabus. Mudatsir menjanjikan kemenangan telak bagi pasangan yang didukungnya, Haryanto-Budiyono, di daerah pemilihannya. Meski sempat mengalami pengurangan suara pada Pemungutan Suara Ulang, karena dulu pada saat pemilukada, orang-orang yang mendukung Mbah Roso, mereka yang tidak suka dan tidak mau mendukung Sunarwi, memilih untuk mengalihkan suaranya kepada pasangan Haryanto-Budiyono kemudian ketika Mbah Roso maju pendukung tadi berubah haluan mendukung Mbah Roso namun kekurangannya ini tidaklah mutlak, hanya berselisih sedikit. Selain itu, pasangan Haryanto-Budiyono ini juga berhasil meraup berkah swing voters yang masih 42,70% yang mampu menambah perolehan suara.

4. Kesimpulan

1. Faktor figur Haryanto-Budiyono yang dinilai lebih kompeten dan mumpuni dalam birokrasi ini lah yang mendukung kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono.
2. Marketing politik Haryanto dilihat dari segi produk, mampu merepresentasikan program yang paling Pro-Rakyat dan dinilai mampu menjawab permasalahan yang ada di masyarakat dan memenuhi keinginan masyarakat. Kesuksesan promosi pasangan Haryanto-Budiyono, selain promosi menggunakan pendekatan langsung ke masyarakat dan menggunakan media massa. Haryanto mampu melakukan cara yang paling efektif dengan selalu memperhatikan masalah penting yang dihadapi oleh komunitas dimana beliau berada. Dilihat dari segi harga, Haryanto memiliki citra diri yang positif dan memiliki harga psikologis yang tinggi. Dilihat dari segi tempat, kemampuan membangun komunikasi politik antara Haryanto dan pemilih/konstituen membuat Haryanto dilihat sebagai sosok yang sangat dekat dengan masyarakat. Harga inilah yang membuat pemilih menaruh kepercayaan dan keyakinan dalam mendukung pasangan Haryanto Budiyono.

3. Kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono tidak lepas dari peranan tim sukses dan para pendukung setianya. Tim yang merupakan orang-orang terpilih (orang-orang yang cukup berpengaruh, memiliki tingkat kecerdasan yang tinggi dan berpengalaman) benar-benar mendukung pasangan dan memiliki persiapan yang benar-benar matang dalam menjalankan strategi pemenangan. Kinerja tim sukses yang lebih mengedepankan pendekatan dengan sifat kekeluargaan ini lebih mengena di hati masyarakat. Selain itu dibentuk tim pengawas berfungsi memantau kinerja tim sukses.. Sinkronisasi dan pengorganisasian tim yang solid membangun kinerja yang efektif dan efisien sehingga tercapai hasil yang maksimal.
4. Kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono ini juga tidak dapat dipisahkan dari peranan partai politik pengusung. Partai-partai politik yang tergabung dalam koalisi pelangi yang berlatar nasionalis religius ini dinilai sangat cocok dengan kondisi masyarakat Pati yang sifatnya nasionalis religius. Selain sebagai kendaraan politik, partai politik ini juga berperan dalam perekrutan massa pemilih. Dan soliditas koalisi inilah yang menjadi kekuatan dukungan pasangan Haryanto-Budiyono karena mampu membangun hubungan yang solid sehingga bukan perpecahan koalisi yang terjadi melainkan kinerja yang efektif, efisien dan maksimal.
5. Kemenangan pasangan Haryanto-Budiyono ini ikut dipengaruhi oleh keadaan partai kendaraan politik lawannya. Pertama, dipengaruhi dari perpecahan internal partai PDI-P, dalam perpecahan ini terjadi persaingan internal yang sangat tajam dan sangat berpotensi memecah kader dan dukungan dari internal partai itu sendiri. Kedua karena figur Kartinawati, mantan wakil bupati periode 2006-2011 yang diusung oleh partai demokrat dianggap kurang kompeten.
6. Perilaku memilih masyarakat Kabupaten Pati di partisipasinya dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Kabupaten Pati dapat dianalisis melalui tiga pendekatan yakni pendekatan sosiologis, pendekatan sosio-psikologis, dan pendekatan pilihan rasional. Dilihat dari pendekatan sosiologis Haryanto Budiyono memiliki pendukung yang kuat dari berbagai kalangan diantaranya basis massa dilihat dari kesamaan agama, kalangan PNS, dan loyalitas masyarakat Juwana, serta ikatan sosiologis antara Haryanto dengan tokoh masyarakat. Secara psikologis Haryanto lebih menfokuskan pada ikatan emosional yakni dengan memberikan perhatian besar terhadap masyarakat. Pemilihan masyarakat kepada Haryanto juga dipengaruhi oleh sejarah dan pengalaman Haryanto yang mampu menunjukkan kualitas, kompetensi dan integritas pribadi Haryanto. Sehingga secara psikologis kemenangan pasangan Haryanto Budiyono ini karena Haryanto merupakan sosok yang dekat dengan masyarakat. Dilihat dari pendekatan pilihan rasional, faktor money politik tidak terlalu mempengaruhi perilaku memilih masyarakat Pati. Selain itu program-program ini juga dinilai paling memberikan keuntungan dan meminimalisir resiko dengan melihat isu yang mampu menawarkan program yang akan memberikan perbaikan dan kemajuan Kabupaten Pati yang direpresentasikan dari visi “noto projo mbangun deso”.

Daftar Pustaka

- Pradhanawati, Ari. 2009. *Pemilu dan demokrasi*. Semarang : Jalanmata
- Prihatmoko, Joko J. 2005. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*.
- Firmanzah, Ph.D. 2010. *Persaingan, Legitimasi, Kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- _____. 2008. *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Utomo, Susilo, dkk. 2008. Studi Perilaku Memilih Pada Pilgub Jateng 2008. *Laporan Penelitian*. Universitas Diponegoro.
- Dra. Fitriyah, MA dan Dra. Rr. Hermeni, S., M.Si. 2010. Faktor Determinan Kemenangan Kandidat Pada Pemilu Kota Semarang 2010. *Laporan Penelitian*. Universitas Diponegoro
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya