

**Persepsi pengaruh money politic dan Jaringan sosial terhadap Perilaku pemilih pada
Kemenangan Pasangan Calon dr. Hj. WIDYA KANDI SUSANTI, MM dan wakilnya H.
MUKH MUSTAMSIKIN, S.Ag, M.SI., (YAKIN)**

Studi Kasus Pemilukada kab.Kendal tahun 2010

(Faris Nadisa Rahman*, Drs. Turtiantoro, M.Si*, Drs. Susilo utomo, M.Si *)

Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kode Pos 1269
website: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

General Election in accordance with UU No.32 th 2004, an election to elect a leader in the area directly and democratically. In the implementation of the election of the couples who often compete with winning strategies with a common strategy and not commonly used, the use of money politics and the strategies used by social network partners in an effort YAKIN peraihan support, although the use of one of the ultimate strategy of the candidates with the YAKIN using money politics is a form of violation in the administration of the election because the reward in cash or in kind so as to influence voters and fade values of democracy in the election, but in fact this strategy became prevalent because people assume it is a necessity or a compensation for the support they provide. While the use of Social Networking strategy is the strategy of winning candidates in the elections by using the network of relationships, family and social relationships that exist within a society its use by political actors deliberately refers to the relationships forged in order mendapatkan a fringe benefit in the form of material and support to systems and political ideologies that are used.

In this study, researchers used quantitative research methods research is used to examine the effect of a variable by using calculations or statistical tests. Locations in the study conducted in the District of Kendal, precisely in the District Boja, Kendal Town and Weleri. The sampling technique in this study using a multi stage random sampling, which determined the technique of determining a stratified sample, the sample taken through the sampling mechanism by taking samples from the level of District → District → Village / Village Residents → Pillars / Neighborhood → KK. In this study the respondents specified a number of 139 respondents from the community Boja district. Kendal Town district, sub Weleri. The selection of respondents based on the primary sampling unit so that the main focus of this study was the father or head of household male. Data retrieval techniques using primary data is through the distribution of questionnaires as the primary medium of research outcomes informnan collect. with informants while also using secondary data is to collect data with reference to written sources as supporting data.

In the 2010 election Kendal district, money politics and social network variables have an influence on voting behavior in the winning pair SURE. Based on the F test shows the calculated F value of 25.312 is greater than the F table is 3.06 so that together there is the

* Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fisip Undip 2008

* Dosen Ilmu Pemerintahan Fisip Undip

influence of money politics and social networks on voting behavior in the winning pair SURE. Judging from the regression test also proves positive influence to the influence of money politics and social networks on voting behavior in the winning pair SURE. Value of the coefficient of determination of 0.271 or 27.1%, which means that the influence of money politics and given social networks have positive and significant influence on voting behavior in the winning pair for SURE while the remaining 27.1% by 72.9% influenced by other variables .

Keyword : General Election, Money Politics, Social Networking

A. Pendahuluan

Pemilukada adalah wujud dari penegakan demokrasi di daerah, demokrasi akan melahirkan Demokratisasi. Demokratisasi adalah penerapan kaidah-kaidah demokrasi dalam kegiatan politik. Tujuannya adalah terbentuknya kehidupan politik yang bercirikan demokrasi. Salah satu kaidah terpenting dari demokrasi adalah digunakannya cara-cara persuasif dalam memperjuangkan aspirasi tersebut dan demokrasi menuntut adanya permissiveness yang besar. Pemilukada Kabupaten Kendal tahun 2010 merupakan momentum sejarah baru dalam kehidupan politik masyarakat Kabupaten Kendal yaitu dengan melibatkan rakyat dalam memberikan hak suara yang dimilikinya dalam pemilukada yang akan menentukan terpilihnya kepala daerah dan wakil kepala daerah yang telah dipilih oleh mereka.

Pemilukada memunculkan berbagai kreator politik untuk menciptakan inovasi dan terobosan strategi baru untuk mendapatkan simpati dan dukungan massa. Sering kali kita mengetahui bahwa di Indonesia dalam pertarungan untuk mendapatkan simpati dan dukungan para pemilih, berbagai cara dan strategi dilakukan oleh masing-masing pasangan calon dan para tim suksesnya ini agar mendapat dukungan pemilih. Mereka memaksimalkan segenap kekuatan, materi dan strategi yang mereka punya agar dapat meraih kemenangan pada pemilukada. Para kontestan politik ini sering kita ketahui menggunakan strategi pencitraan politik, jaringan sosial, mesin politik, basis massa, dan media massa. Berikut adalah daftar pasangan calon kepala daerah dan wakilnya pada Pemilukada Kab. Kendal 2010 Para pasangan calon kepala daerah dalam pemilukada kabupaten kendal tahun 2010 yaitu:

1. dr. Hj. Widya Kandi Susanti, MM dan wakilnya H. Mukh. Mustamsikin, S.Ag, M.SI.
2. Dra. Hj. Siti Nurmarkesi dan Wakilnya H Indar wimbono
3. dr. H. Nur Khadziq Sp.Jp dan Wakilnya H. Mastur Darori SH, Msi
4. Ir. Sugiono, MT dan Wakilnya Abdullah SE
5. Ir. Supriyono, MM dan Wakilnya Nasikin

Penggunaan strategi yang konvensional dan non konvensional digunakan agar meraih banyak dukungan dan mendapatkan kemenangan. Di antara strategi itu antara lain adalah politik uang (money politics) dan jaringan sosial yang kian hingar bingar dilakukan oleh banyak pasangan calon yang ikut dalam bursa percalonan kepala daerah tersebut. Pasangan yang nampak jelas menggunakan politik uang dan jaringan sosial dalam pemilukada kabupaten kendal tahun 2010 adalah pasangan yang lebih dikenal dengan sebutan "YAKIN" yaitu akronim dari calon kepala daerah dr. Hj. WIDYA KANDI SUSANTI, MM dan wakilnya H. MUKH MUSTAMSIKIN, S.Ag, M.SI. Visi dan Misi dari pasangan ini adalah: terwujudnya

kesejahteraan dan kemajuan masyarakat yang merata dan berkeadilan dengan mendukung sumber daya manusia berkualitas, pelayanan prima dengan penyelenggaraan *good government*.

Meskipun misi dari pasangan ini sangatlah bagus yaitu ingin mewujudkan *good government* dan *clean government* namun langkah menuju terwujudnya misi tersebut melalui proses yang salah. Bagaimana mereka bisa menghasilkan penyelenggaraan pemerintahan yang *good government* sedangkan usaha yang mereka lakukan agar memenangkan perolehan suara di pemilihan menggunakan cara yang kotor, cara kotor tersebut yaitu dengan transaksi jual beli suara atau dikenal dengan istilah *money politics*. Pengertian ini secara umum ada kesamaan dengan pemberian uang atau barang kepada seseorang karena memiliki maksud politik yang tersembunyi dibalik pemberian itu. Praktik semacam itu jelas bersifat ilegal dan merupakan kejahatan. *Money politics* sebagai instrumen penting untuk mendapatkan dukungan politik dari berbagai segmen politik, penggunaannya juga didistribusikan kepada berbagai segmen penting dalam masyarakat seperti tokoh agama, ulama atau tokoh kepemudaan dan lain-lainnya.

Penggunaan *money politics* ini dalam usaha pemenangan pada pemilu sangat sulit untuk melihat pergerakannya, kita hanya bisa melihat bentuk dari *money politics* tersebut namun sangatlah sulit untuk melihat proses *money politics* tersebut. Untuk mencari, merebut dan mempertahankan kekuasaan politik tentu tidak bisa dipisahkan dengan politik uang. Apalagi sistem pemilu yang langsung dengan jumlah pemilih yang banyak sehingga semakin banyak pemilih tentunya ongkos politik dan *money politics*nya berbanding lurus. Untuk memperoleh kekuasaan, orang rela membayar berapapun biayanya. Tindakan ini sangat bertentangan dengan ide dasar demokrasi yaitu sebagai pilihan yang mandiri dan rasionalitas. Bila pilihan masyarakat terkontaminasi karena pemberian uang dan materi maka ide demokratisasi pemilu lokal gagal, dan yang kita khawatirkan akan terjadi korupsi yang massif, yang dilakukan oleh pasangan calon terpilih. Oleh karena itu apapun alasan dan penggunaannya aktivitas transaksi pembelian suara dalam proses pemilihan harus kita hindari dan kita hapus serta supremasi hukum harus ditegakkan.

Jaringan sosial adalah suatu jaringan yang sengaja dibangun oleh aktor politik yaitu kandidat ataupun partai politik yang membentuk sebuah hubungan relasi, kekerabatan dan hubungan sosial terhadap pihak yang dianggap bisa memberikan kontribusi positif bagi perolehan dukungan politik yang diusungnya. Penggunaannya oleh para aktor politik merujuk pada hubungan yang sengaja dijalin agar mendapatkan suatu keuntungan balas jasa baik berupa materi maupun dukungan terhadap sistem ideologi dan platform politik yang diusungnya. Dalam strategi penggunaan jaringan sosial ini tersirat politik transaksional dimana para rekanan dalam jaringan sosial mengharapkan atas jasa yang telah mereka berikan. Penggunaan strategi jaringan sosial ini dalam dunia politik lebih terfokus pada pola-pola pengaruh dan penyebaran pengaruh yang menimbulkan efek nyata. Tujuan utama dalam mengembangkan hubungan relasional dengan adalah membentuk sebuah persekutuan terbuka yang berguna bagi kandidat dan partai politik dengan para sekutunya dimana keuntungan yang didapat oleh kandidat dan partai politik berupa kemenangan dalam pemilu serta keuntungan bagi sekutunya berupa balas jasa sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Sedangkan kaitannya dengan kepentingan jangka panjang, adanya jaringan sosial ini agar menciptakan loyalitas konstituen terhadap partai politik atau kandidat individu, karena masing-masing kandidat berharap bahwa partai politik mereka dapat terus memenangkan pemilu dimasa yang akan datang.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mengambil 139 yang dia, bil dari 3 Kecamatan di Kabupaten Kendal yaitu kecamatan Kendal Kota, Kecamatan Boja dan Kecamatan Weleri sampel tersebut yang diperoleh dari metode *non probability sampling*, yakni tidak semua individu atau elemen dalam populasi memperoleh peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *multi stage random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel bertingkat, yakni sampel yang diambil melalui mekanisme

pengambilan sampel dengan mengambil sampel dari tingkatan Kabupaten→Kecamatan→Desa/Kelurahan→Rukun Warga / Rukun Tetangga →KK. Dalam penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Louis M. Rea maka diperoleh:

A.) Besar Sample,

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{E^2}$$

Z = tingkat kepercayaan 90% nilai z adalah 1,65

P (1-p) = variasi populasi dinyatakan dalam bentuk proporsi 50:50

E = kesalahan sample yang dikehendaki 7% atau 0.07

$$n = \frac{1,65^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{0.07^2}$$

$$n = \frac{2,7225 \times 0.25}{0.0049}$$

$$n = 138,90 \quad n = 139$$

B. Pembahasan

B.1 Persepsi Responden Tentang Money Politics, Jaringan Social dan Perilaku Pemilih pada Pemenangan Pasangan YAKIN dalam Pemilukada Kab.Kendal th 2010.

B.1.1 Variabel Money Politics (X₁)

Money politics merupakan strategi pemenangan pemilukada secara instant dan kotor yang masuk dalam kategori kampanye hitam. Penggunaannya dalam sebuah ajang pemilihan dari tahun ketahun semakin berkembang bahkan muncul inovasi-inovasi baru tentang money politics ini. Penggunaan money politics sebagai upaya mempengaruhi massa pemilu dengan imbalan materi berupa uang, barang, ataupun makanan. Adanya kemunculan money politics ini tidak terlepas dari tingkat social dari para konstituen pemilih yang berada pada level ekonomi yang belum sejahtera, oleh karenanya para calon kepala daerah berlomba-lomba untuk bisa memanfaatkan momentum tersebut dengan saingan memberikan uang yang paling banyak kepada masyarakat yang menjadi konstituen pada pemilukada tersebut.

Dalam penelitian ini, money politics dilihat dari sumbangan politik dari kelompok kepentingan, Ongkos Politik yang digunakan untuk kepentingan kampanye serta serangan politik uang menjelang

pemilihan. Data hasil dari kuesioner yang telah diolah akan disajikan dalam pembahasan di bawah ini:

B.1.1.1 Pengaruh Money Politics Terhadap Perilaku Pemilih

pada Pemenangan pasangan YAKIN

Untuk mengetahui pengaruh money politics terhadap perilaku pemilih, maka tabel kategorisasi variabel money politics dihubungkan dengan tabel kategorisasi variabel perilaku pemilih. Pengaruh tersebut dapat dilihat pada tabulasi silang berikut ini:

Perilaku pemilih (Y)	Money Politics (X ₁)					Total
	Sangat tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang Tinggi	Tidak Tinggi	
Sangat Tinggi	3 (2,2%)	4 (2,9%)	8 (5,8%)	1 (0,7%)	0 (0%)	16 (11,5%)
Tinggi	2 (1,4%)	29 (20,9%)	31 (22,3%)	7 (5,0%)	0 (0%)	69 (49,6%)
Cukup Tinggi	0 (0%)	15 (10,8%)	20 (14,4%)	6 (4,3%)	1 (0,7%)	42 (30,2%)
Kurang Tinggi	0 (0%)	3 (2,3%)	2 (1,4%)	5 (3,6%)	0 (0%)	10 (7,2%)
Tidak Tinggi	0 (0%)	0 (0%)	2 (1,4%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (1,4%)
Total	5 (3,6%)	51 (36,7%)	66 (47,5%)	16 (11,5%)	1 (0,7%)	139 (100%)

Sumber data sekunder diolah dengan SPSS2012

Pada Tabel menunjukkan tabulasi silang antara kategori money politics dan perilaku pemilih. Dapat diketahui bahwa sebesar 5 atau 3,6% responden menyatakan bahwa money politics dalam kategori sangat tinggi. Terdiri dari 3 atau 2,2 % responden menganggap money politics dengan perilaku pemilih sangat tinggi. Sebesar 2 atau 1,4% responden menganggap money politics sangat tinggi dengan perilaku pemilih tinggi. Kemudian sebesar 0 atau 0% responden mengagap money politics sangat tinggi dengan perilaku pemilih cukup tinggi. Selanjutnya sebesar 0 responden atau 0% responden menganggap money politics sangat tinggi dengan kurang tinggi. Lalu 0 responden atau 0% menganggap money politics sangat tinggi dengan perilaku pemilih tidak tinggi. Sebesar 51 atau 36,7% responden menyatakan bahwa money politics dalam kategori tinggi. Terdiri dari 4 atau 2,9% responden menganggap money politics tinggi dengan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 29 atau 20,9% responden money poltics dengan perilaku pemilih tinggi. Sebesar 15 atau 10,8% responden menganggap money politics tinggi dengan perilaku pemilih cukup tinggi. Selanjutnya sebesar 3 atau 2,3% responden menganggap money politcs tinggi dengan perilaku pemilih kurang tinggi. Selanjutnya sebesar 0 atau 0% responden menganggap money politics dengan perilaku pemilih tidak tinggi.

Sebesar 66 atau 47,5% responden menyatakan bahwa money politics dalam kategori cukup tinggi. Terdiri dari 8 atau 5,8% responden menganggap money politics cukup tinggi dengan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 31 atau 22,3% responden menganggap money poltics cukup tinggi dengan perilaku pemilih tinggi. Sebesar 20 atau 14,4% responden menganggap money politics cukup tinggi dengan perilaku pemilih cukup

tinggi. Selanjutnya sebesar 2 atau 1,4% responden menganggap money politics cukup tinggi dengan perilaku pemilih kurang tinggi. Selanjutnya sebesar 2 atau 1,4% responden menganggap money politics cukup tinggi dengan perilaku pemilih tidak tinggi.

Sebesar 16 atau 11,5% responden menyatakan bahwa money politics dalam kategori kurang tinggi. Terdiri dari 1 atau 0,7% responden menganggap money politics kurang tinggi dengan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 7 atau 5,0% responden menganggap money politics kurang tinggi dengan perilaku pemilih tinggi. Sebesar 6 atau 4,3% responden menganggap money politics kurang tinggi dengan perilaku pemilih cukup tinggi. Selanjutnya sebesar 5 atau 3,6% responden menganggap money politics kurang tinggi dengan perilaku pemilih kurang tinggi. Selanjutnya sebesar 0 atau 0% responden menganggap money politics kurang tinggi dengan perilaku pemilih tidak tinggi.

Sebesar 1 atau 0,7% responden menyatakan bahwa money politics dalam kategori tidak tinggi. Terdiri dari 0 atau 0% responden menganggap money politics tidak tinggi dengan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 0 atau 0% responden menganggap money politics tidak tinggi dengan perilaku pemilih tinggi. Sebesar 1 atau 0,7% responden menganggap money politics tidak tinggi dengan perilaku pemilih cukup tinggi. Selanjutnya sebesar 0 atau 0% responden menganggap money politics tidak tinggi dengan perilaku pemilih kurang tinggi. Selanjutnya sebesar 0 atau 0% responden menganggap money politics tidak tinggi dengan perilaku pemilih tidak tinggi.

Kecenderungan dari tabel diatas ialah ketika money politics tinggi maka akan semakin tinggi pula perilaku pemilih dan juga sebaliknya jika money politics dipersepsikan tidak tinggi maka akan semakin rendah pulaperilaku pemilihnya.

B.1.2 Variabel Jaringan Sosial (X_2)

Jaringan sosial sebagai suatu jaringan relasi, kekerabatan dan hubungan sosial yang ada dalam suatu masyarakat. Penggunaannya oleh para aktor politik merujuk pada hubungan yang sengaja dijalin agar mendapatkan suatu keuntungan balas jasa baik berupa materi maupun dukungan terhadap sistem dan ideologi politik yang diusungnya. Penggunaan strategi jaringan sosial ini dalam dunia politik lebih terfokus pada pola-pola pengaruh dan penyebaran pengaruh yang menimbulkan efek nyata. Penggunaan jaringan sosial sebagai strategi kemenangan pada pemilukada lebih menekankan pada pembuatan rekan politik yang bisa membantu dalam upaya pemenangan calon kepala daerah pada pemilukada, bantuan yang diharapkan berupa bantuan materi seperti uang dan materi pendukung kampanye serta bantuan pengaruh langsung yang di desain untuk bisa memobilisasi massa agar dapat memberikan dukungan pada calon kepala daerah yang menjadi sekutu politiknya tersebut. Jaringan social bisa terlihat dari pembentukan sekutu politik dalam jaringan sosial baik dalam bentuk dukungan tenaga maupun materi, Simbiosis Mutualisme antara Kandidat-Parpol dan Sekutu Jaringan Sosial dan Basis dukungan loyalitas massa yang kuat dalam Sekutu Jaringan Sosial. Data hasil dari kuesioner yang telah diolah akan disajikan dalam pembahasan di bawah ini:

B.1.1.1 Pengaruh Jaringan Sosial Terhadap Perilaku Pemilih

pada Pemenangan pasangan YAKIN

Untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap produktivitas kerja, maka tabel kategorisasi variabel jaringan social dihubungkan dengan tabel kategorisasi variabel perilaku pemilih. Pengaruh tersebut dapat dilihat pada tabulasi silang antara jaringan social terhadap perilaku pemilih ini:

Perilaku Pemilih (Y)	Jaringan Sosial (X ₂)					Total
	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Sangat Tinggi	4 (2,9%)	10 (7,2%)	1 (0,7%)	1 (0,7%)	0 (0%)	16 (11,5%)
Tinggi	7 (5,0%)	34 (24,5%)	22 (15,8%)	4 (2,9%)	2 (1,4%)	69 (49,6%)
Cukup Tinggi	1 (0,7%)	9 (6,5%)	21 (15,1%)	9 (6,5%)	2 (1,4%)	42 (30,2%)
Kurang Tinggi	0 (0%)	2 (1,4%)	5 (3,6%)	1 (0,7%)	2 (1,4%)	10 (7,2%)
Tidak Tinggi	0 (0%)	0 (0%)	1 (0,7%)	1 (0,7%)	0 (0%)	2 (1,4%)
Total	12 (8,6%)	55 (39,6%)	50 (36,0%)	16 (11,5%)	6 (4,3%)	139 (100%)

Sumber data sekunder diolah dengan SPSS2012

Pada Tabel menunjukkan tabulasi silang antara kategori jaringan sosial dan perilaku pemilih. Sebesar 12 atau 8,6 % responden menyatakan bahwa jaringan sosial dalam kategori sangat baik. Terdiri dari 7 atau 5,0% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori sangat baik dan perilaku pemilih tinggi. Kemudian sebesar 1 atau 0,7% responden menyatakan jaringan sosial sangat baik dan perilaku pemilih cukup tinggi. Selanjutnya 0 atau 0% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori sangat baik dan perilaku pemilih kurang tinggi. Sejumlah 0 atau 0% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori sangat baik dan perilaku pemilih tidak tinggi.

Sebesar 55 atau 39,6 % responden menyatakan bahwa jaringan sosial dalam kategori baik. Terdiri dari 10 atau 7,2% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori baik dan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 34 atau 24,5% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori baik dan perilaku pemilih tinggi. Selanjutnya 9 atau 6,5% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori baik dan perilaku pemilih cukup tinggi. Sejumlah 2 atau 1,4% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori baik dan perilaku kurang tinggi. Sebesar 0 atau 0% responden menyatakan bahwa jaringan sosial termasuk dalam kategori baik dan perilaku pemilih kurang tinggi.

Sebesar 50 atau 36,0 % responden menyatakan bahwa jaringan sosial dalam kategori cukup baik. Terdiri dari Sebesar 1 atau 0,7% responden menyatakan bahwa jaringan sosial cukup baik dan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 22 atau 15,8 % responden menyatakan bahwa jaringan sosial cukup baik dan perilaku pemilih tinggi. Selanjutnya sebesar 21 atau 15,1% responden menyatakan bahwa jaringan sosial cukup baik dan perilaku pemilih cukup tinggi. Kemudian sebesar 5 atau 3,6% responden menyatakan bahwa jaringan sosial cukup baik dan perilaku pemilih tidak tinggi. Kemudian sebesar 1 atau 0,7% responden menyatakan bahwa jaringan sosial cukup baik dan perilaku pemilih tidak tinggi. Sebesar 16 atau 11,5 % responden menyatakan bahwa jaringan sosial dalam kategori kurang baik. Terdiri dari 1 atau 0,7% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 4 atau 2,9% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih tinggi. Selanjutnya sebesar 9 atau 6,5% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih cukup tinggi. Sejumlah 1

atau 0,7% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih kurang tinggi. Sebesar 1 atau 0,7% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih tidak tinggi.

Sebesar 6 atau 4,3% responden menyatakan bahwa jaringan sosial dalam kategori tidak baik. Terdiri dari 0 atau 0% responden menyatakan bahwa jaringan sosial tidak baik dan perilaku pemilih sangat tinggi. Kemudian sebesar 2 atau 1,4% responden menyatakan bahwa jaringan sosial tidak baik dan perilaku pemilih tinggi. Selanjutnya sebesar 2 atau 1,4% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih cukup tinggi. Sejumlah 2 atau 1,4% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih kurang tinggi. Selanjutnya sebesar 0 atau 0% responden menyatakan bahwa jaringan sosial kurang baik dan perilaku pemilih tidak tinggi.

B.1.3 Variabel Perilaku Pemilih pada pemenangan pasangan YAKIN (Y)

Perilaku pemilih merupakan suatu bentuk tindakan partisipasi politik dari aksi masing-masing individu untuk mempertahankan dan memperkuat institusi demokrasi. Perilaku pemilih (Votting behavior) adalah sebuah wujud dari penegakan demokrasi di suatu negara. Dengan adanya perilaku memilih oleh masyarakat di suatu negara maka negara tersebut bisa dikatakan mempunyai basis pendidikan politik yang tinggi. Perilaku memilih adalah elemen penting dalam sebuah pemilihan umum dimana keterlibatan masyarakat dalam pemberian suara dalam pemilihan sebagai bukti nyata dari pendidikan politik yang berjalan dengan baik di daerah tersebut. Sedangkan perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN dalam Pemilu pada Kab.Kendal th 2010 merupakan bentuk dari pola tingkah laku para pemilih yang terdaftar dalam daftar pemilih tetap pada Pemilu pada Kab.Kendal th 2010 yang mempengaruhi kemenangan dari pasangan YAKIN dalam Pemilu pada Kab.Kendal th 2010 dimana perilaku tersebut bisa dilihat melalui hubungan emosional yang terjalin antara pemilih dengan pasangan YAKIN dan Perilaku pemilih merekomendasikan pasangan YAKIN pada pemilih lain. Data hasil dari kuesioner yang telah diolah akan disajikan dalam pembahasan di bawah ini :

Kategori	Jumlah	Prosentase
Tidak Tinggi	6	4,3
Kurang Tinggi	11	7,9
Cukup Tinggi	38	27,3
Tinggi	66	47,5
Sangat Tinggi	18	12,9
Jumlah	139	100

Sumber data sekunder diolah dengan SPSS2012

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan bahwa perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN dalam Pemilu Kab.Kendal th 2010 tinggi sebesar 47,5%. Hal ini dikarenakan suksesnya penggunaan strategi money politics dan jaringan social yang dijalankan oleh tim sekutu politik pasangan YAKIN sehingga massa banyak yang termobilisasi untuk memberikan pilihannya dalam Pemilu Kab.Kendal untuk memilih pasangan YAKIN. Dengan demikian bahwa secara umum perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN dalam Pemilu Kab.Kendal th 2010 terbukti tinggi hal ini terjadi berkat pengaruh money politics dan jaringan social yang dilakukan oleh tim sekutu politik dari pasangan YAKIN. Sedangkan yang menilai bahwa perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN tidak tinggi sebanyak 6 responden atau 4,3%. alasannya ada sebagian wilayah di Kabupaten Kendal yang tidak mendapatkan money politics dari pasangan YAKIN dan berjalannya pengaruh jaringan social tidak maksimal dikarenakan daerah tersebut adalah basis dari saingan pasangan YAKIN dalam Pemilu ini, sehingga menghasilkan responden yang menjawab jawaban tidak tinggi terhadap perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN dalam Pemilu Kab.Kendal th 2010 ini.

C. Penutup

Pemilu adalah event pemilihan untuk memilih kepala daerah secara langsung dan demokratis. Para calon Kepala Daerah dan wakilnya berusaha menciptakan strategi-strategi yang dianggap ampuh dan dapat menarik banyak massa secara instan. Salah satu bentuk strategi tersebut adalah dengan menggunakan money politics. Money politics merupakan strategi peraih dukungan massa yang termasuk ke dalam kategori kampanye hitam karena terdapat bentuk kecurangan atau pelanggaran dalam pelaksanaan pada pemilu. Akibat dari penggunaan money politics ini dapat mempengaruhi perilaku pemilih dan melunturkan nilai-nilai demokrasi. Money politics tersebut dilakukan oleh atau dari kandidat yang ditujukan kepada calon pemilih yang secara tidak langsung bertujuan memaksa pemilih untuk memilih suatu kandidat tertentu. Segala macam bentuk pemberian berupa uang maupun barang dari suatu calon atau kandidat kepada pemilih dalam suatu event pemilu, yang dapat secara ampuh mempengaruhi pemilih dalam menentukan pemilihan dikategorikan sebagai money politics. Selain menggunakan strategi money politics, strategi yang juga ampuh dalam memobilisasi pemilih yaitu strategi jaringan social. Strategi ini menitik beratkan pada kerjasama sebuah tim dalam upaya kemenangan pasangan calon yang mereka usung dalam sebuah pemilihan. Kerjasama tersebut dilakukan oleh sekutu politik jaringan social yang terdiri dari para tokoh ataupun individu biasa dengan kemampuan yang mereka miliki bisa mempengaruhi massa dengan tokoh ataupun individu biasa yang memiliki sumber daya uang dengan pasangan calon yang maju dalam bursa percalonan Kepala Daerah. Kerjasama yang diberikan tidak hanya berupa bantuan tenaga dalam memobilisasi massa namun bantuan tersebut juga berbentuk bantuan materi ataupun uang yang dapat mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihannya sehingga memilih pasangan yang mereka usung.

Berdasarkan uraian tersebut dan dari hasil analisis yang dilakukan mengenai pengaruh money politics dan jaringan social terhadap perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel money politics berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 66 orang atau 47,5% menilai variabel money politics pengaruhnya cukup tinggi pada kemenangan pasangan YAKIN. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan money politics yang dilakukan oleh pasangan YAKIN mempunyai dampak yang positif bagi peraih kemenangan pasangan ini dalam Pemilu Kab.Kendal th 2010.
2. Variabel jaringan social berdasarkan hasil penelitian menunjukkan sebanyak 55 orang atau 39,6% menyatakan variabel jaringan social baik. Dengan persentase tersebut menunjukkan bahwa pasangan YAKIN mempunyai jaringan social yang baik dalam

menggalang dukungan massa untuk memberikan pilihannya kepada pasangan YAKIN pada Pemilu Kab.kendal th 2010, di mata pemilih kemenangan yang didapatkan oleh pasangan YAKIN dalam Pemilu berkat pemanfaatan jaringan social yang dimilikinya dengan baik sehingga program kerja yang dimiliki oleh pasangan YAKIN dapat dikomunikasikan dengan baik kepada para pemilih. Terlepas dengan penggunaan money politics yang digunakan pasangan YAKIN, efektifitas kinerja jaringan social untuk meraih dukungan massa pemilih nyatanya juga berjalan baik dan membuahkan kemenangan bagi pasangan YAKIN dalam Pemilu Kab.kendal th 2010.

3. Variabel perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 66 orang atau 47,5% mempunyai perilaku pemilih yang tergolong tinggi pada kemenangan pasangan YAKIN. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan money politics dan jaringan social pada upaya mobilisasi massa berjalan cukup efektif.
4. Variabel money politics mempunyai pengaruh positif terhadap variabel perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN sebesar 10,5%.
5. Variabel jaringan social mempunyai pengaruh positif terhadap variabel perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN sebesar 22,7%.
6. Variabel money politics dan jaringan social mempunyai pengaruh terhadap variabel perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN. Berdasarkan uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 25,312 lebih besar dari F tabel yaitu 3,06 sehingga secara bersama-sama terdapat pengaruh antara money politics dan jaringan social terhadap perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN. Dilihat dari uji regresi berganda juga membuktikan adanya pengaruh positif antara money politics dan jaringan social terhadap perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,271 atau 27,1%, yang berarti bahwa pengaruh yang diberikan money politics dan jaringan social mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih pada kemenangan pasangan YAKIN sebesar 27,1% sedangkan sisanya sebesar 72,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Ismawan, Indra. 1999. *Money Politic Pengaruh Uang Dalam Pemilu*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Firmanzah. 2007. *Marketing politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Koentjaraningrat. 1965. *Beberapa Pokok antropologi Sosial*. Jakarta: Dian Rakyat
- Cangara. 2009. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: PT.Rajagafindo
- Democrito T,Mendoza. 2004. *Kampanye isu dan cara melobi*. Jakarta: Yayasan obor Indonesia.
- Cipto, Bambang.1996. *Prospek dan Tantangan Partai Politik*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Pamungkas, Sigit. 2010. *Pemilu Perilaku Pemilih & Kepartaian*, Yogyakarta: Institute for Democracy and Welfarism,
- Ramlan, Subakti. 1992. *Memahami Ilmu Politik*.Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indoonesia
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.

- Sjamsudin, Nazarudin.1993. *Dinamika Sistem Politik Indonesia..* Jakarta :Pt. Gramedia Pustaka Utama
- Fatah, R.Eep saefulloh. 1994. *Masalah dan Prospek Demokrasi di Indonesia..*Jakarta:Ghalia indonesia
- Taufiq, Ahmad. 2011. *Modul Sampling dan Analisis Data..*Semarang: Jurusan Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
- Pradhanawati ,Ari, Tri Cahyo. . 2008. *Pemilu dan demokrasi.* Semarang:Fisip Undip dan JALANMATA,
- Herichayono, Cheppy. 1986. *Ilmu Politik dan Persepektifnya..*Yogyakarta: Tiara Wacana & YP2LPM.
- Koentjaraningrat, 1990. *Sejarah Teori Atropologi II...*Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Setyo, Budi.Dp. 2010. *Stereotip dan Relasi Antar Kelompok..*Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei.* Jakarta : LP3ES.
- Asfar, Muhammad. 2006. *Mendesain Managemen Pilkada.* Surabaya: Pustaka Eureka.
- Zisk, Betty H.1980. *Media, Sosial Realition and Grass Root.* New Delhi-India: SAGE Publication.
- Mubarok, Mufti.2004. *Gerakan bawah tanah dan Relasi antar kelompok.* Surabaya: PT. Java Pustaka Printing.
- Taufik, Ahmad.2009 *Modul Penelitian Sosial,* Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* UNDIP.Semarang
- <http://www.suaramerdeka.co.id/suaramerdekacetak/0607/10/teropong/3882644.htm>. Diakses 4 Desember 2011.