

**STRATEGI MOBILISASI DUKUNGAN TIKUS PITHI HANATA BARIS DALAM
PENCALONAN PASANGAN CALON PESEORANGAN BAGYO–SUPARDJO DI
PEMILIHAN KEPALA DAERAH KOTA SURAKARTA TAHUN 2020**

Nadia Sukmawati*), Fitriyah), Nur Hidayat Sardini**)**

Email nadiasukmaw@gmail.com , fitriyahayub@gmail.com

**Departemen Politik dan Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Jl. Prof H. Soedarto, S.H., Tembalang, Semarang

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Bagyo-Supardjo dinyatakan sebagai calon kepala daerah yang lolos jalur peseorangan dalam pilkada serentak di Jawa Tengah 2020 dan calon kepala daerah jalur peseorangan pertama di Kota Surakarta setelah berhasil mengumpulkan 38.831 dukungan KTP sebagai syarat administrasi. Keberhasilan tersebut menunjukkan pasangan tersebut memiliki masa pendukung yang berasal dari organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi organisasi Tikus Pithi Hanata Baris dalam mendapatkan dukungan pemilih dalam pencalonan maupun mendapatkan dukungan suara pada Pilkada Kota Surakarta tahun 2020 dan menganalisis praktik jaringan Tikus Pithi Hanata Baris dalam mobilisasi dukungan pemilih pasangan Bagyo-Supardjo, dengan menggunakan teori strategi mobilisasi elektoral, calon independen dalam pemilihan kepala daerah, jaringan sosial, dan kelompok kepentingan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara mendalam dan mengumpulkan dokumen terkait penelitian.

Peran jaringan Tikus Pithi Hanata Baris menjadi kekuatan dalam keberhasilan pencalonan Bagyo-Supardjo sebagai pasangan calon melalui jalur peseorangan. Bagyo-Supardjo menggunakan metode *sekasur*, *sedapur*, dan *sesumur* dalam melakukan mobilisasi dukungan administrasi KTP sebagai syarat pencalonan dan menggunakan metode *door to door* dalam melakukan mobilisasi dukungan suara di TPS.

Selisih dukungan yang diperoleh disebabkan adanya masyarakat yang menolak memberikan dukungan KTP namun menolak form (Model B.1.2.KWK-Peseorangan), strategi mobilisasi suara yang dilakukan hanya berfokus pada push marketing yakni secara door to door, selain itu Bagyo-Supardjo juga kalah dalam modal ekonomi, sosial, dan budaya.

Kata Kunci: Calon peseorangan, Kelompok Kepentingan, Strategi Mobilisasi, Peran Jaringan

ABSTRACT

Bagyo-Supardjo were declared as regional head candidates who passed the independent candidacy in the simultaneous local elections in Central Java 2020 and the first independent candidate for regional head in Surakarta City after successfully collecting 38,831 ID card supports as an administrative requirement. This success shows that the pair has a mass of support coming from the Tikus Pithi Hanata Baris organization. This research was conducted to find out the organizational strategy of the Tikus Pithi Hanata Baris in gaining voter support in the candidacy and to gain voting support in the 2020 Surakarta City Election and to analyze the practice of the Tikus Pithi Hanata Baris network in mobilizing voter support for Bagyo-Supardjo pair, using the theory of electoral mobilization strategy, independent candidates in regional head elections, social networks, and interest groups. This study uses a qualitative method with data collection methods of in-depth interviews and collecting research-related documents.

The role of the Tikus Pithi Hanata Baris' network has become a force in the success of Bagyo-Supardjo's candidacy as an independent candidate. Bagyo-Supardjo used *sekasur* (one mattress), *sedapur* (one kitchen), and *sesumur* (one well) methods in mobilizing ID card administrative support as a requirement for their candidacy and using the door to door method in mobilizing voting support at polling stations.

The difference in support obtained was due to the community refusing to provide KTP support but refusing the form (Model B.1.2.KWK-Individual), the vote mobilization strategy that was carried out only focused on push marketing, namely door to door, besides that Bagyo-Supardjo also lost in economic, social and cultural resources.

Keywords: *Independent candidate, mobilization strategy, network role*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, Kota Surakarta menyelenggarakan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (Pilkada) yang diikuti oleh dua pasang calon yang berasal dari jalur partai politik dan jalur perseorangan atau independen. Pasangan calon dari jalur partai politik adalah Gibran Rakabuming Raka dan Teguh Prakosa (Gibran – Teguh). Pasangan ini secara resmi diusung oleh PDI-P (30 kursi). Di luar partai pengusung tersebut, terdapat partai-partai pendukung, yakni Partai Golkar (3 kursi), Partai Gerindra (3 kursi), PAN (3 kursi), PSI (1 kursi), dan partai-partai nonkursi, yaitu PKB, Partai NasDem, Partai Perindo, dan PPP. Ini berarti partai-partai pemilik sebanyak 40 kursi dari total 45 kursi di DPRD Kota Surakarta ada di belakang Gibran-Teguh. Pasangan ini memiliki lawan dari jalur perseorangan.¹

KPU Kota Surakarta menetapkan pasangan Bagyo-Suparjo lolos sebagai

pasangan calon dalam Pilkada Surakarta 2020. Dengan merujuk Pasal 41 ayat 2 huruf C UU Nomor 10 tahun 2016 dan PKPU No. 9 tahun 2020², KPU Kota Surakarta menetapkan jumlah dukungan pemilih untuk calon perseorangan Pilkada Surakarta 2020 paling sedikit 8,5% dari total pemilih atau sebanyak 35.870 pemilih. Pasangan Bagyo-Supardjo lolos dengan 38.831 dukungan pemilih. Dukungan pemilih tersebut berupa fotokopi e-KTP dan surat dukungan bermaterai. KPU Kota Surakarta menetapkan pasangan Bagyo-Suparjo lolos sebagai pasangan calon dalam Pilkada Surakarta 2020. Dengan merujuk Pasal 41 ayat 2 huruf C UU Nomor 10 tahun 2016 dan PKPU No. 9 tahun 2020³, KPU Kota Surakarta menetapkan jumlah dukungan pemilih untuk calon perseorangan Pilkada Surakarta 2020 paling sedikit 8,5% dari total pemilih atau sebanyak 35.870 pemilih. Pasangan Bagyo-Supardjo lolos dengan 38.831 dukungan

¹ Berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi calon perseorangan (independen) merupakan “calon yang dapat berkompetisi dalam rekrutmen pencalonan kepala daerah dan wakil kepala daerah melalui mekanisme pilkada tanpa menggunakan partai politik sebagai media perjuangannya” (Farah Khalisah. Calon Independen: Mampu Atau Tidak? <https://lk2fhui.law.ui.ac.id/2457-2/>)

² Untuk pemilihan calon bupati dan wali kota, daerah dengan jumlah DPT 0-250 ribu, syarat minimal dukungannya sebesar 10 persen, DPT 250

ribu hingga 500 ribu sebanyak 8,5 persen, DPT 500 ribu - 1 juta sebesar 7,5 persen, DPT lebih dari 1 juta sebanyak dan 6,5 persen. Dukungan tersebut tersebar di lebih dari 50 persen jumlah kecamatan .

³ Untuk pemilihan calon bupati dan wali kota, daerah dengan jumlah DPT 0-250 ribu, syarat minimal dukungannya sebesar 10 persen, DPT 250 ribu hingga 500 ribu sebanyak 8,5 persen, DPT 500 ribu - 1 juta sebesar 7,5 persen, DPT lebih dari 1 juta sebanyak dan 6,5 persen. Dukungan tersebut tersebar di lebih dari 50 persen jumlah kecamatan .

pemilih. Dukungan pemilih tersebut berupa fotokopi e-KTP dan surat dukungan bermaterai.

Lolosnya Bagyo-Suparjo sebagai calon dalam Pilkada Surakarta 2020 merupakan bukti bahwa pasangan ini memiliki massa pendukung, dengan dukungan utama yang berasal dari organisasi masyarakat (ormas) Tikus Pithi Hanata Baris⁴. Keterlibatan Tikus Pithi Hanata Baris dalam pemilihan umum dikarenakan adanya keprihatinan terhadap sistem demokrasi di Indonesia. Jika dilihat dari latar belakang Gibran, yang merupakan seorang putra presiden, dengan dukungan dari hampir partai politik peserta Pemilu 2019, dapat disimpulkan bahwa pasangan Gibran-Teguh merupakan kandidat kuat dalam Pilkada Surakarta 2020⁵. Bagyo-Supardjo menjadi satu-satunya calon yang lolos dari jalur perseorangan dalam Pilkada serentak di Jawa Tengah tahun 2020. Pada Pilkada 2020, terdapat 21 kota/kabupaten di Jawa Tengah yang juga menggelar Pilkada. Baik Bagyo maupun Suparjo tidak memiliki latar belakang politik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, untuk mendalami fenomena calon perseorangan yang terjadi dalam pemilihan kepala daerah di Kota Surakarta, penelitian ini meneliti pengaruh organisasi Tikus Pithi

Hanata Baris dalam mobilisasi dukungan pemilih dan dukungan suara dalam Pilkada Surakarta 2020.

TUJUAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi organisasi Tikus Pithi Hanata Baris dalam mendapatkan dukungan pemilih dalam pencalonan maupun dalam mendapatkan dukungan suara pada Pilkada Kota Surakarta tahun 2020. Selain itu juga bertujuan untuk menganalisis praktik jaringan Tikus Pithi Hanata Baris dalam mobilisasi dukungan pemilih pasangan Bagyo – Supardjo.

KERANGKA TEORI

Strategi Mobilisasi Elektoral

Menurut Peter Schroder, strategi dibagi menjadi dua yakni strategi ofensif dan defensif. Strategi ofensif dilakukan dengan cara memperluas dan menembus pasar. Dalam hal ini, kandidat calon dan partai politik harus memiliki ciri khusus dan perbedaan dengan kandidatcalon atau partai politik pesaing. Sedangkan strategi defensif dilakukan dengan cara mempertahankan pasar dan menutup atau menyerahkan pasar. Strategi

⁴ Mevi Linawaty, 'Pasangan Calon Independen Bajo Daftar Pilkada Ke KPU Solo', *Liputan6.Com* (Jakarta, September 2020).

⁵ Irwan Syambudi, 'Pesaing Gibran Yang Ragu Sebelum Perang: "Bak Semut Lawan Gajah"', *Tirto.Id* (Surakarta, 2020).

mempertahankan pasar biasanya digunakan oleh petahana untuk mempertahankan pendukung sebelumnya, sedangkan strategi menutup pasar dilakukan jika dianggap akan lebih membawa banyak keuntungan⁶.

Aktivitas mobilisasi politik terbagi menjadi tiga proses yakni proses kepentingan, proses pembentukan komunitas, dan proses pemanfaatan instrume⁷. Untuk mampu memobilisasi masa, partai politik dan calon pemilu harus mampu mempromosikan diri kepada masyarakat luas, hal ini dapat dilakukan dengan marketing politik melalui metode 9P yakni *positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing, polling*, dan *pass marketing*⁸.

Calon Indipenden dalam Pemilihan Kepala Daerah

Pencalonan melalui jalur independen tentu tidak lepas dari berbagai problematika, dalam proses pencalonan calon peseorangan memiliki hambatan sebagai berikut

1. Dukungan masa, karena tidak berasal dari partai politik seorang calon peseorangan

tidak memiliki mesin politik untuk mengakses pemilih⁹. Sedangkan untuk maju sebagai calon indepen memerlukan jaringan masa yang kuat, tanpa dukungan masa yang kuat calon peseorangan akan kesulitan untuk mempengaruhi masa¹⁰.

2. Pendanaan, besarnya biaya politik tentu tidak mudah untuk ditanggung sendiri oleh calon indenpenden. Politik dan uang adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Seperti yang dikatakan Alexander, peran dan fungsi uang dalam politik terletak pada bagaimana uang dapat dimanfaatkan oleh para calon untuk mendapat pengaruh, dirubah menjadi sumber daya bentuk lain, dan digunakan untuk mencapai kekuasaan politik¹¹. Fungsi dan peran uang dala politik dibagi menjadi dua yakni pembiayaan politik dan pembiayaan kampanye. Pembiayaan politik merupakan pembiayaan untuk

⁶ Peter Schroder, "*Strategi Politik*" (J: Frederich Nauman Shiftung, 2003).

⁷ Muhammad OL. Elwan, "Model Dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus: Desa Bontamatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016)", *Publicuho*, 1.4 (2019).

⁸ Oman Heryaman, 'Political Marketing Dan Kualitas Demokrasi', 1-11.

⁹ AB Santoso, 'Eksistensi Dan Problematika Calon Independen Dalam Pemilukada Ditinjau Dari Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015', *Jurnal Elektronik Universitas Kristen Satya Wacana*, 1.2 (2017), 158.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Aditya Sukmajati, Mada dan Perdana, *Pembiayaan Pemiilu Di Indonesia* (Jakarta, 2018).

partai politik dan kampanye peserta pemilu, sedangkan pembiayaan kampanye berfokus pada pengelolaan dana kampanye¹².

3. Keseimbangan kekuasaan, karena tidak berasal dari partai politik maka, jika terpilih, calon peseorangan harus mampu mengatur keseimbangan kekuasaan dengan anggota legislatif¹³.

Jaringan Sosial

Terjalannya jaringan sosial dikarenakan adanya rasa percaya antara dua pihak, dalam pemilihan umum jaringan dapat diperoleh karena pemilih merasa yakin terhadap pasangan calon yang didukung. Jaringan sosial tidak terlepas dari konsep *bonding* dan *bridging* dalam modal sosial. *Bonding* merupakan modal sosial yang berasal secara alamiah sedangkan *bridging* adalah modal sosial yang berasal dari luar kelompok dan dapat ditemukan dalam organisasi atau kelompok masyarakat. Karakteristik jaringan berfokus pada relasi antar aktor yang terlibat, data individu pada hasil survei, posisi aktor berdasarkan relasi yang

dimiliki, posisi aktor dalam sebuah struktur kepengurusan kelompok¹⁴.

Kelompok Kepentingan

Gabriel A Almond mengatakan bahwa kelompok kepentingan memiliki fungsi artikulasi, yakni memperkuat dan mengefektifkan penyampaian aspirasi / tuntutan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah. Selain itu kelompok kepentingan juga melakukan pengawasan dan kritik terhadap kinerja pemerintah¹⁵. Gabriel A Almond membedakan kelompok kepentingan dalam empat bentuk yakni

1. Kelompok Anomik, yakni kelompok yang terbentuk secara spontan dan tidak memiliki nilai atau norma yang mengatur. Kelompok ini tidak memiliki jaringan resmi dengan organisasi lain seperti misalnya organisasi politik atau institusi dan terbentuk secara fleksibel seperti forum, komite, dan sejenisnya.
2. Kelompok Non Assiasional, yaitu kelompok kepentingan yang tidak terorganisir sehingga

¹² Ibid, 4-5.

¹³ Ibid, hal 158.

¹⁴ KH Dewi, 'Modal, Strategi, Dan Jaringan Perempuan Politisi Dalam Kandidasi

Pilkada Langsung', *Jurnal Penelitian Politik*, 15.2 (2018), 276-77.

¹⁵ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 1992).

kegiatan yang dilakukan bersifat insidental. Pada umumnya kelompok ini berasal dari kelompok keluarga, keturunan etnik, suku, dan suatu kelas dikalangan masyarakat tertentu

3. Kelompok Institusional, yaitu kelompok kepentingan yang bersifat formal dan memiliki fungsi tertentu. Kelompok kepentingan instusional biasanya beranggotakan individu dengan profesi yang sama. Kelompok ini juga memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah karena memiliki basis organisasi yang kuat
4. Kelompok Assosional, yaitu kelompok yang menyatakan kepentingan dari suatu kelompok khusus dengan memakai tenaga profesional yang merumuskan kepentingan dan tuntutan secara teratur. Kelompok ini meliputi serikat buruh, kamar dagang, paguyuban masyarakat tertentu¹⁶.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus, yakni pendekatan yang didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu dalam kasus tertentu¹⁷. Metode kualitatif dilakukan untuk mendapat informasi secara mendalam kepada narasumber dengan melakukan wawancara langsung dengan narasumber kunci yang terlibat dalam proses pencalonan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pencalonan Bagyo Supardjo mendapat dukungan penuh dari Tikus Pithi Hanata Baris, dukungan ini diberikan sejak proses pencalonan hingga pemilihan berlangsung. Bagyo-Supardjo yang merupakan anggota dari Tikus Pithi Hanata Baris dipilih sebagai calon Walikota dan Wakil Walikota Kota Surakarta oleh Tuntas Subagyo sebagai ketua organisasi Tikus Pithi Hanata Baris melalui surat mandat No 005/SM/Pilkada/ Tikus Pithi Hanata Baris /V/2019 tanggal 4 Mei 2019.

Dalam mobilisasi dukungan KTP sebagai syarat pencalonan melalui jalur peseorang Bagyo-Supardjo memanfaatkan

¹⁶ MacAndrews dan Mas'ood, *Perbandingan Sistem Politik* (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 1995).

¹⁷ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).

jaringan keluarga anggota tikus Pithi Hanata Baris.

Gambar 1.1 Jaringan untuk Pengumpulan Dukungan dalam Pencalonan Bagyo-Supardjo



Sumber: disarikan dari wawancara, 2022

Sedangkan mobilisasi dukungan pemilih dalam proses pencalonan pasangan Bagyo-Supardjo berfokus pada tiga pendekatan yakni sekasur, sedapur, sesumur. Sekasur berarti setiap anggota wajib mengajak pasangannya untuk memberikan dukungan kepada Bagyo – Supardjo. Sedapur berarti setiap anggota wajib mengajak pasangan, anak, dan keluarga dalam satu rumah untuk memberikan dukungan kepada Bagyo – Supardjo. Sesumur berarti setiap anggota wajib mengajak tetangga disekitar rumahnya untuk memberikan dukungan kepada pasangan Bagyo – Supardjo.

Hasil analisis peran Tikus Pithi Hanata Baris dalam mobilisasi dukungan dan suara pasangan Bagyo-Supardjo dalam Pilkada Serentak Kota Surakarta tahun

2020 menggunakan teori kelompok kepentingan, jaringan sosial, dan strategi mobilisasi elektoral adalah sebagai berikut

Kelompok Kepentingan dalam Pencalonan Bagyo – Supardjo

Keberhasilan pencalonan Bagyo-Supardjo tidak lepas dari organisasi Tikus Pithi Hanata Baris sebagai organisasi pendukung, dalam teori kelompok kepentingan Gabriel A Almond mengatakan bahwa kelompok kepentingan memiliki fungsi artikulasi yakni memperkuat dan mengefektikan penyampaian aspirasi masyarakat untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah. Munculnya pencalonan pasangan kepala daerah melalui jalur peseorang dan tanpa dilatar belakangi partai politik merupakan sebuah bentuk gebrakan bagi masyarakat. Tikus Pithi Hanata Baris menunjukkan keinginannya untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah dengan melakukan pencalonan kepala daerah melalui jalur peseorangan di berbagai daerah termasuk salah satunya Kota Solo.

Berdasarkan pembagian kelompok kepentingan menurut Gabriel A Almond, Tikus Pithi Hanata Baris dalam pilkada Kota Surakarta merupakan kelompok kepentingan Assosional. Sesuai dengan definisinya, kelompok kepentingan assosional merupakan kelompok khusus yang merumuskan kepentingan secara

teratur. Pencalonan Bagyo-Supardjo utamanya dilakukan untuk memperkuat posisi organisasi Tikus Pithi Hanata Baris dalam sistem pemerintahan.

Tikus Pithi Hanata Baris memiliki tujuan politik untuk menjadikan seseorang dari organisasinya memiliki jabatan strategis dalam pemerintahan. Seperti yang tertuang dalam surat kesepakatan bersama bahwa apabila Bagyo-Supardjo terpilih sebagai kepala daerah pasangan tersebut diwajibkan untuk membentuk ormas sebagai wadah pergerakan Tikus Pithi Hanata Baris, Bocah Angon, dan Pasupati. Selain itu Bagyo-Supardjo juga wajib menyumbangkan gajinya untuk menjaga keberlangsungan hidup ormas yang dibentuk.

Jaringan Sosial dalam Mobilisasi Dukungan dan Suara Pasangan Bagyo – Supardjo

Jaringan sosial menjadi kunci utama keberhasilan mobilisasi dukungan dan suara yang diperoleh pasangan Bagyo-Supardjo. Konsep *bonding* dan *bridging* melekat dalam proses jaringan sosial tersebut, *bonding* menjadi modal yang berasal secara alamiah dan melekat pada pasangan Bagyo-Supardjo. Hal tersebut terbukti dalam proses pemilihan pasangan calon yang akan didukung oleh Tikus Pithi Hanata Baris, Bagyo dan Supardjo yang merupakan pembina dalam organisasi

Tikus Pithi Hanata Baris dinilai memiliki nilai lebih dibandingkan anggota lainnya untuk menjadi pasangan calon dalam pilkada Kota Surakarta. Keduanya dianggap mampu mengembalikan nilai-nilai budaya ketimuran dan mengembalikan budaya yang dimiliki seperti semula sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Tikus Pithi Hanata Baris.

Sedangkan *Bridging* adalah modal sosial yang berasal dari luar individu atau dapat di temukan dalam organisasi atau kelompok masyarakat. Tikus Pithi Hanata Baris sebagai organisasi pendukung menjadi modal sosial yang dimiliki pasangan Bagyo-Supardjo, luasnya jaringan yang dimiliki anggota Tikus Pithi Hanata Baris menjadi kunci keberhasilan mobilisasi dukungan dan mobilisasi suara yang dimiliki pasangan Bagyo-Supardjo.

Strategi Mobilisasi Elektoral dalam Pencalonan Bagyo-Supardjo sebagai Pasangan Jalur Peseorangan

Proses mobilisasi dapat berhasil dengan dilakukannya promosi kepada masyarakat untuk mengajak dan meyakinkan mereka memberikan dukungan, dalam hal ini dukungan kepada pasangan Bagyo-Supardjo. Strategi yang digunakan dapat dilihat dari penggunaan metode 9P (*positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing, polling, dan pass marketing*)

dalam mobilisasi pemilih untuk dukungan pencalonan dan dukungan suara di TPS.

1. *Positioning*, merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan mempengaruhi pemilih secara konsisten agar terbentuk citra khusus dihadapan pemilih. Pada proses mobilisasi dukungan Bagyo-Supardjo dipilih dan ditetapkan sebagai pasangan calon yang diusung Tikus Pithi Hanata Baris karena memiliki citra sebagai putra Solo dan keduanya merupakan pembina dalam organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Dengan citra yang dimiliki tersebut dirinya dipilih dan mendapat dukungan dari Tikus Pithi Hanata Baris, seluruh anggotanya memberikan dukungan karena adanya kepercayaan kepada Bagyo – Supardjo sebagai seseorang yang diberikan mandat langsung oleh Tuntas Subagyo selaku ketua organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Citra tersebut didukung dengan pencalonannya melalui jalur peseorang dan tidak memiliki latar belakang politik atau partai politik sebagai pendukung. Sehingga mampu memberikan keyakinan pada

masyarakat sebagai opsi lain dari partai politik.

2. *Policy*, merupakan strategi marketing dengan menawarkan program kerja unggulan dan inovasi kebijakan saat terpilih. Dalam proses pencalonannya Bagyo – Supardjo memiliki visi “Menciptakan Kota Solo *gemah ripah loh jinawi, tata titi tentrem kerta raharja*” yang berarti bahwa Kota Solo harus kembali keadab orang timur, dimana unggah-ungguh, tata krama, gotong royong, toleransi harus dikembalikan. Bahkan jika terpilih pasangn Bagyo-Supardjo akan membuat aturan pegawai pemerintah harus menggunakan batik, lurik, dan jumputan, dimana hal tersebut juga dapat menggerakkan ekonomi rakyat melalui UMKM. Selain memperbaiki pada sektor sandang, perbaikan juga dilakukan pada sektor papan dengan melakukan berbagai penataan sosial yang mengarah pada pengentasan pengangguran, aplikasi kesehatan, kesejahteraan masyarakat, dan mengimplementasikan pendidikan.

Pengetasan pengangguran dilakukan dengan mengelompokkan pengangguran berdasarkan jenisnya, yakni kalangan jompo, kalangan potensial kerja, dan kalangan potensial sebelum kerja. Untuk kalangan potensial jompo akan diberikan akomodasi dari pemerintah agar bisa mendapat kehidupan yang layak, sedangkan kalangan potensial kerja akan mendapat pelatihan kerja dengan berfokus pada menciptakan wirausaha baru, dan kalangan potensial sebelum kerja akan difasilitasi berbagai pelatihan kepemudaan seperti pelatihan kerja.

Pada penataan kota akan dilakukan pembangunan flyover untuk memperluas ruas-ruas jalan dan menata kawasan alun-alun Keraton Solo untuk pusat kegiatan seluruh masyarakat. Selain itu juga akan dilakukan penataan PKL agar bisa menjadi ikon khas Solo, tidak hanya menata PKL tetapi juga akan diluncurkan program pemberdayaan Kalangan Kaki Lima Solo atau KKLS.

3. *Person*, merupakan strategi pemasaran dengan menonjolkan

kualitas calon misalnya *track record*, karakter, dan pendidikan. Latar belakang Tikus Pithi Hanata Baris memberikan dukungan penuh kepada pasangan Bagyo – Supardjo karena dianggap sebagai sesepuh dan Putra Solo asli dengan demikian mereka lebih memahami kondisi Kota Solo dan mampu memberikan perubahan. Menurut Tuntas Subagyo, pemilihan Bagyo-Supardjo merupakan contoh bagaimana menghormati orang tua. Sedangkan pada proses mobilisasi suara Bagyo yang berprofesi sebagai penjahit memanfaatkan jaringan yang ia miliki dengan sesama penjahit, klien, dan peserta pelatihan yang pernah ia didik untuk menjahit dalam mencari suara. Menurut keduanya masyarakat memberikan dukungan karena adanya kesamaan dan keinginan untuk melakukan perubahan dan menunjukkan bahwa pencalonan tidak hanya dapat dilakukan oleh partai politik, masyarakat biasa juga mampu mencalonkan diri dan untuk pencalonan tidak membutuhkan modal uang yang besar.

4. *Party*, merupakan strategi pemasaran dengan menonjolkan partai pengusung melalui identitas, reputasi, dan ideologi. Meskipun tidak berasal dari partai politik namun pasangan Bagyo-Supardjo mendapat dukungan yang besar dari organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Bahkan dalam proses kampanye yang dilakukan tim pemenangan Bagyo-Supardjo menggunakan pakaian yang bertuliskan Tikus Pithi Hanata Baris dengan disertai logo dan identitas lainnya yang menunjukkan bahwa mereka berasal dari organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Dengan demikian identitas Tikus Pithi Hanata Baris sebagai pendukung semakin lekat dengan pencalonan Bagyo Subagyo. Meskipun bukan merupakan partai politik, dengan keberhasilan pencalonan Bagyo Supardjo menjadi loncatan bagi Tikus Pithi Hanata Baris untuk mendirikan partai politik bernama PKR atau Partai Kedaulatan Rakyat.
5. *Presentation*, merupakan strategi pemasaran dengan penyampaian produk politik kepada pemilih

dengan *push marketing*, *pull marketing*, *pass marketing*, dan *polling*. Dari strategi tersebut, tim pemenangan Bagyo-Supardjo berfokus pada strategi *Push Marketing* atau pemaparan langsung kepada rakyat. Hal tersebut ditunjukkan dengan metode kampanye yang dilakukan dengan kunjungan secara langsung kepada masyarakat. Meskipun juga melakukan kampanye dengan media atau *pull marketing*, akan tetapi tim pemenangan Bagyo-Supardjo tidak terlalu mengoptimalkan media masa sebagai alat kampanye mengingat lawannya yang berasal dari putra presiden dianggap mampu membeli media yang ada sehingga media dinilai tidak efektif untuk mendapatkan dukungan dan suara sehingga digunakanlah strategi *push marketing* atau kunjungan langsung secara *door to door*.

Perbedaan penggunaan metode 9P dalam mobilisasi pemilih untuk dukungan pencalonan dan dukungan suara di TPS

Pemilihan Bagyo dan Supardjo sebagai walikota dan wakil walikota merupakan mandat yang diberikan Tuntas

Subagyo sebagai ketua Tikus Pithi Hanata Baris kepada anggotanya. Tidak ada pertentangan yang terjadi antara anggota lainnya pada pemilihan tersebut, akan tetapi Bagyo dan Supardjo sempat menolak untuk menjadi calon walikota dan wakil walikota. Akan tetapi pada akhirnya keduanya menerima tawaran tersebut karena apabila menolak mandat tersebut maka keduanya dianggap melanggar aturan organisasi dan mendapat konsekuensi untuk keluar dari organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Dalam proses mobilisasi dukungan pencalonan dan dukungan suara tidak ada perbedaan secara signifikan, karena proses pemilihan Bagyo Supardjo sebagai pasangan calon yang mendapat dukungan dari Tikus Pithi Hanata Baris merupakan keputusan dari Tuntas Subagyo sebagai Ketua Organisasi. Selain itu tidak ada anggota lain yang menolak keputusan tersebut, seluruh anggota menerima mandat yang diberikan Tuntas Subagyo kepada Bagyo dan Supardjo sebagai pasangan calon pilkada serta memberikan dukungan pada setiap tahapan yang dilalui.

Perbedaan selisih dukungan administrasi dan suara dapat disebabkan oleh adanya warga yang mengaku tidak memberikan dukungan namun menolak menandatangani form penolakan sehingga KTP yang dimiliki dianggap MS (memenuhi syarat). Namun jumlah warga yang menolak untuk menandatangani form

tidak dapat diketahui karena warga yang menolak menandatangani form langsung dimasukan sebagai dukungan dan dinyatakan memenuhi syarat

Identifikasi hambatan dalam mobilisasi dukungan pemilih dukungan pencalonan dan dukungan suara di TPS

Hambatan yang dihadapi pasangan Bagyo – Supardjo dalam pencalonan ini adalah sebagai berikut

1. Modal uang, pendanaan yang digunakan pasangan Bagyo – Supardjo hanya berasal dari iuran anggota, selain itu mereka tidak memberikan akomodasi kepada anggota yang berasal dari luar kota dan akan membantu dalam pencalonan.
2. Rumitnya berkas pendaftaran calon peseorangan
3. Kota Surakarta yang menjadi basis utama pendukung partai PDIP yang merupakan lawannya dalam kontestasi Pilwalkot Kota Surakarta tahun 2020.
4. Pandemi Covid-19, karena pandemi dapat dijadikan alasan untuk pengagalan kegiatan kampanye atau mengganggu timnya bekerja. Hal ini dapat kita lihat dalam kasus pengusiran saksi dari Bagyo Supardjo di TPS 18 pucangsawit. Meskipun sudah

memenuhi persyaratan dan dinyatakan negative Covid-19, namun saksi dari pasangan Bagyo – Supardjo diusir karena berasal dari luar kota dan dianggap mampu menyebarkan Covid-19. Selain itu larangan untuk berkumpul mempengaruhi proses kampanye sehingga kampanye tidak dapat dilakukan dengan masal.

KESIMPULAN

Tikus Pithi Hanata Baris adalah organisasi yang dibentuk Yayasan Surya Nuswantara untuk tujuan politik. Keberhasilannya dalam proses pencalonan Pilkada Kota Surakarta menunjukkan adanya kekuatan dari organisasi tersebut, terlebih dalam hal militansi anggotanya. Meskipun kalah dalam Pilkada Kota Surakarta, namun keberhasilannya memenuhi persyaratan administrasi dan kemunculannya dalam sejarah Pilkada Kota Surakarta melawan Gibran yang merupakan putra Presiden menunjukkan adanya eksistensi dari organisasi tersebut.

Dalam Pilkada Kota Surakarta, Tikus Pithi Hanata Baris mengukung pasangan Bagyo-Supardjo yang merupakan anggota dari organisasi tersebut. Terpilihnya Bagyo-Supardjo sebagai pasangan yang didukung Tikus Pithi Hanata Baris merupakan penunjukan oleh Tuntas

Subagyo sebagai ketua Yayasan sekaligus ketua organisasi Tikus Pithi Hanata Baris. Tikus Pithi Hanata Baris menjadi satu-satunya organisasi yang memberikan dukungan kepada pasangan Bagyo – Supardjo. Penggalangan KTP, Dana Kampanye, Tim Pemenangan, dan Logistik semua berasal dari Tikus Pithi Hanata Baris. Bagyo-Supardjo mampu mengumpulkan 38.831 KTP dan membawa namanya lolos sebagai calon walikota dan wakil walikota melawan Gibran – Teguh. Proses pencalonan Bagyo-Supardjo dan penggalangan KTP sudah dilakukan sejak tahun 2019. Namun Bagyo-Supardjo dinyatakan kalah dengan peroleh suara 35.127 suara atau selisih 3.704 lebih rendah dari dukungan KTP.

Mobilisasi dukungan pemilih dalam proses pencalonan pasangan Bagyo - Supardjo berfokus pada tiga pendekatan yakni sekasur, sedapur, sesumur. Sekasur berarti setiap anggota wajib mengajak pasangannya untuk memberikan dukungan kepada Bagyo – Supardjo. Sedapur berarti setiap anggota wajib mengajak pasangan, anak, dan keluarga dalam satu rumah untuk memberikan dukungan kepada Bagyo – Supardjo. Sesumur berarti setiap anggota wajib mengajak tetangga disekitar rumahnya untuk memberikan

dukungan kepada pasangan Bagyo – Supardjo.

Pada proses mobilisasi suara pasangan Bagyo – Supardjo hanya berfokus pada strategi *push marketing* yakni pemaparan langsung secara *door to door*. Bagyo – Supardjo dan tim pemenangan mendatangi warga yang telah memberikan dukungan KTP dan memastikan mereka memberikan suara pada hari pemilihan. Meskipun menggunakan strategi *pull marketing* yakni menggunakan media massa, namun strategi tersebut tidak memberikan dukungan yang signifikan. Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan jumlah dukungan pemilih dan dukungan suara adalah

1. Warga yang tidak memberikan dukungan KTP menolak menandatangani formulir (Model B.1.2.KWK-Perseorangan) yang memuat pernyataan penarikan dukungan terhadap bakal pasangan calon perseorangan yang telah disediakan oleh KPU pada saat verifikasi faktual.
2. Strategi mobilisasi suara yang hanya berfokus dengan metode *push marketing* dengan kunjungan langsung

kepada masyarakat secara *door to door*, sehingga tidak semua warga dapat didatangi dan jumlah dukungan suara tidak mengalami penambahan.

3. Kurangnya modal ekonomi, sosial, dan budaya. Selisih jumlah dana kampanye, pendidikan, dan latar belakang Bagyo – Supardjo dengan Gibran – Teguh menjadi faktor kekalahan Bagyo–Supardjo.

Popularitas Bagyo sebagai penjahit dan Supardjo sebagai ketua RW kurang dikenal masyarakat terlebih keduanya tidak memiliki latar belakang politik sebelumnya. Hal ini berbanding terbalik dengan lawannya yakni Gibran yang merupakan putra Presiden Jokowi dan Teguh yang sudah menjabat DPRD Kota Surakarta sejak tahun 2014.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka terdapat beberapa saran yang diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi maupun pengembangan strategi

mobilisasi dukungan dan mobilisasi suara dalam pencalonan pasangan jalur peseorangan.

1. Sebagai calon peseorangan memiliki keterbatasan mesin politik dibandingkan dengan calon yang diusung oleh partai politik. Popularitas pasangan calon melalui jalur independen tidak sebanding dengan popularitas pasangan yang diusung melalui partai politik. Oleh karena itu diperlukan penerapan strategi 9P dan tidak berfokus pada satu strategi (*push marketing*). Calon peseorang memerlukan inovasi dalam mobilisasi suara sehingga lebih dikenal dan memberikan daya tarik bagi masyarakat.
2. Organisasi Tikus Pithi Hanata Baris, memerlukan jangka waktu yang lebih panjang dalam pencalonan pasangan jalur peseorangan. Mengingat dalam pilkada serentak tahun 2020 organisasi tersebut memulai gerakan tahun 2019. Gerakan dapat dimulai lebih awal sehingga persiapan pencalonan masing-masing daerah dapat lebih matang dan meloloskan

lebih banyak calon peseorangan dalam pilkada.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W., *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013)
- Elwan, Muhammad OL., “Model Dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus: Desa Bontamatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016)”, *Publicuho*, 1.4 (2019)
- Heryaman, Oman, ‘Political Marketing Dan Kualitas Demokrasi’, 1–11
- KH Dewi, ‘Modal, Strategi, Dan Jaringan Perempuan Politisi Dalam Kandidasi Pilkada Langsung’, *Jurnal Penelitian Politik*, 15.2 (2018), 276–77
- Linawaty, Mevi, ‘Pasangan Calon peseorangan Bajo Daftar Pilkada Ke KPU Solo’, *Liputan6.Com* (Jakarta, September 2020)
- MacAndrews dan Mas’oed, *Perbandingan Sistem Politik* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995)
- Santoso, AB, ‘Eksistensi Dan Problematika Calon peseorangan Dalam Pemilukada Ditinjau Dari Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015’, *Jurnal Elektronik*

Universitas Kristen Satya Wacana, 1.2
(2017), 158

Schroder, Peter, “Strategi Politik” (J:
Frederich Nauman Shiftung, 2003)

Sukmajati, Mada dan Perdana, Aditya,
Pembiayaan Pemiilu Di Indonesia (Jakarta,
2018)

Surbakti, Ramlan, Memahami Ilmu Politik
(Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia,
1992)

Syambudi, Irwan, ‘Pesaing Gibran Yang
Ragu Sebelum Perang: “Bak Semut Lawan
Gajah”’, Tirto.Id (Surakarta, 2020)