

**PATRONASE DALAM PEMILU LEGISLATIF
PROPINSI SULAWESI UTARA PADA TAHUN 2014
(Analisis Strategi Pemenangan Caleg DPRD Propinsi Sulut Periode 2014-2019)¹**

**Oleh :
Yeremia Yefta Rumambi², Franky Rengkung³, Efvendy Sondakh⁴**

ABSTRAK

Dinamika pemilihan anggota legislatif periode 2014-2019 sangat menarik untuk dianalisa sebagai suatu wacana dalam penerapan strategi pemenangan. Namun sangat disayangkan dalam proses pelaksanaan proses elektoral tersebut keinginan atau harapan untuk mewujudkan pemilu yang berkualitas masih seperti pepatah yang mengatakan “*jauh panggang dari api*”. Keadaan tersebut disebabkan oleh banyaknya faktor yang perlu dibenahi secara serius jika kita tetap masih menginginkan pemilu yang berkualitas bisa terwujud.

Memotret proses yang terjadi dalam kerangka penyiapan data yang bisa dipergunakan untuk melakukan pembenahan sistem pemilu khususnya pemilihan anggota legislatif (yang selanjutnya disebut PILEG) baik dari sisi penyelenggaraan maupun dari sisi pesertanya sangat perlu dilakukan. Oleh karena itu dinamika yang terjadi baik itu menyangkut strategi pemenangan yang dilakukan oleh para caleg maupun partai politik, strategi pembentukan tim sukses, metode kampanye sangat perlu untuk dielaborasi lebih jauh.

Penelitian ini akan mencoba untuk mendeskripsikan proses dan dinamika yang terjadi dalam proses elektoral dengan menggunakan sample kecil yaitu pemilihan anggota legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Propinsi Sulawesi Utara, khusus untuk daerah pemilihan (Dapil) II yaitu wilayah Minahasa Utara dan Kota Bitung.

Kata Kunci : Patronase, PILEG

PENDAHULUAN

Dalam sebuah kompetisi politik, semua entitas sangatlah memerlukan strategi politik. Hal ini dimaksudkan agar kemenangan politik, baik itu berupa dukungan politik maupun perolehan suara dalam pemilu bisa diperoleh secara efisien dan efektif.

Proses dan dinamika yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah untuk melihat strategi pemenangan yang dilakukan oleh para caleg tingkat I untuk propinsi Sulawesi Utara khususnya caleg-caleg yang bertarung di Dapil II (wilayah Minahasa Utara dan Kota Bitung) pada Pemilihan Legislatif tahun 2014. Strategi yang coba dideskripsikan terutama yang berkaitan dengan konsep

¹ Merupakan Skripsi Penulis

² Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNSRAT

³ Selaku Pembimbing 1

⁴ Selaku Pembimbing 2

patronase yang kebetulan menjadi *core* dari penelitian ini. Konsep patronase memang masih dapat dikatakan konsep baru dalam perkembangan demokrasi. Namun sebenarnya perilaku yang dikategorikan sebagai patronase tersebut sudah lama kita kenal. Patronase pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai hubungan politik yang mengandalkan uang, barang atau peluang ekonomi yang didistribusikan untuk mendapatkan dukungan politik. Selain itu tulisan ini juga mencoba untuk melihat variasi patronase yang dilakukan oleh para caleg dan bagaimana efektifitasnya untuk menjaring dukungan dari masyarakat pemilih.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang diteliti adalah : “ Bagaimana strategi dan variasi politik patronase yang dilakukan para Caleg Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Propinsi Sulawesi Utara khususnya yang berada di Dapil II yaitu di wilayah Minahasa Utara dan Kota Bitung pada Pileg 2014?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Patronase

Patronase dalam penelitian ini didefinisikan sebagai hubungan politik yang mengandalkan uang, barang atau peluang ekonomi yang didistribusikan untuk mendapatkan dukungan politik.⁵

Jenis patronase dapat dibedakan menurut apa yang diberikan dan biasanya berbentuk uang, barang/benda, pelayanan (service) maupun peluang ekonomi. Berikut beberapa contoh patronase dari jenis yang diberikan :

- a. Uang : pemberian uang secara langsung kepada pemilih.
- b. Benda/barang : pembagian sembako atau pakaian kepada pemilih atau pembangunan tempat ibadah.
- c. Pelayanan (service) : pemberian pendidikan gratis kepada pendukung politik.
- d. Peluang ekonomi : pekerjaan, kontrak, proyek, izin usaha, dll.

Patronase juga dapat dibedakan menurut siapa yang menerimanya:

- a. Individual : dalam bentuk pembelian suara; kompensasi kepada individu dalam partai/tim sukses.
- b. Golongan yang terbatas berdasarkan keanggotaan formal maupun informal: “club goods”
- c. Komunitas berdasarkan wilayah geografis/territorial: “pork barrel”. Seluruh anggota komunitas dalam wilayah tersebut merasakan manfaatnya, seperti pembangunan jalan melalui dana aspirasi.
- d. Seluruh anggota dari suatu kategori sosial yang besar jumlahnya dan ditetapkan secara terbuka dan transparan “programatic politics”. Walaupun hingga kini hal ini masih bisa diperdebatkan untuk diartikan sebagai patronase, karena relatif dianggap transparan.

Selain itu juga patronase dapat dibedakan menurut kapan penyalurannya:

⁵Edward Aspinall, I define patronage as a “*material resource* derived from public sources and disbursed for articularistic benefit” Money Politics: Patronage and Clientelism in Southeast Asia. Draft paper 2013: For William Case (ed.) Handbook of Democracy in Southeast Asia (Routledge), hal. 10

- a. Sebelum pemilu: contohnya sebagai iming-iming untuk meraih dukungan politik (dalam bentuk serangan fajar).
- b. Sesudah pemilu: contohnya sebagai imbalan untuk pendukung (timses, komunitas pendukung).

B. Strategi Politik

Peter Schroder dalam “*Politische Strategien*”, (yang diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia “Strategi Politik” oleh Denise Joyce Matindas), mengatakan bahwa “strategi politik merupakan strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita atau tujuan politik”.⁶ Dalam bukunya tersebut, Schroder menjelaskan bahwa betapa pentingnya suatu strategi politik yang dimulai dari segi perencanaan, implementasi, hingga evaluasi bagi pencapaian tujuan politik.

Lebih lanjut dia menjelaskan bahwasanya tujuan utama dari strategi politik adalah bagaimana memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin yang terlegitimasi dalam dukungan dan perolehan suara yang maksimal dalam sebuah kompetisi politik. Untuk itu, menurutnya, sebuah perencanaan hingga implementasi suatu tujuan perlu disusun secara hati-hati.⁷

Menurut jenisnya, strategi politik dapat dibagi kedalam strategi *Ofensif* (strategi menyerang) yang dibagi ke dalam strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar. Keputusan strategis dengan menentukan strategi ofensif, partai politik dan kandidat setidaknya harus memiliki ‘penawaran baru’ yang lebih dekat dengan kebutuhan riil masyarakat dan yang lebih baik dari kandidat yang sering mereka pilih.

Selanjutnya Schroder menjelaskan bahwa dalam proses perencanaan politik terdapat dua pola perencanaan strategi yang paling diutamakan, yaitu pola berdasarkan SWOT dan pola perencanaan konsepsional.⁸ Menurutnya, menyangkut pola perencanaan konsepsional dalam perencanaan strategi politik, terdapat beberapa hal utama yang harus diperhatikan, diantaranya adalah langkah-langkah perencanaan, perumusan tugas, analisa situasi dan keadaan, perumusan strategi bagian, perumusan tujuan, target image, kelompok target, instrumen-instrumen pokok, implementasi strategi, serta pengawasan strategi yang telah diputuskan.

C. Peran Modalitas Dalam Strategi Politik

Pemikiran tentang modalitas ini, dikembangkan oleh seorang sosiolog sekaligus filsuf asal Perancis, Pierre Bourdieu. Konsep modalitas digunakan oleh Bourdieu, dengan alasan karena beberapa cirinya mampu menjelaskan hubungan-hubungan dengan kekuasaan.⁹

Terkait dengan konsep modalitas dalam penelitian ini, untuk melihat berbagai jenis modal yang digunakan kandidat dalam perumusan maupun

⁶ Schroder Peter, Strategi Politik (edisi bahasa Indonesia), yang diterjemahkan oleh. D.J Matindas, Friedrich Naumann Stiftung, Indonesia, hal.9

⁷ Schroder Peter, Strategi Politik (edisi bahasa Indonesia), yang diterjemahkan oleh. D.J Matindas, Friedrich Naumann Stiftung, Indonesia, hal. 4.

⁸ Schroder Peter, “Estrategias Political”, *Edición en español*, Friedrich Naumann Stiftung / OEA hal. 21

⁹ Haryatmoko, tulisannya dalam buletin Basis, Nomor 11-12, Tahun ke 52, November-Desember 2003, tentang Landasan Teoritis Gerakan Sosial Menurut Pierre Boudieu, Menyingskap Kepalsuan Budaya Penguasa, hal. 11-12.

eksekusi dari strategi politik yang dilakukan, dapat diklasifikasikan kedalam beberapa jenis modal, yaitu :

1. Modal Ekonomi (*Economic Capital*)

Yang dimaksud dengan modal ekonomi adalah : kepemilikan individu terhadap dana (*finansial*), yang bisa digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan yang akan dilakukan, dalam kompetisi politik.

Bourdieu yang dikutip John Field dalam bukunya *Social Capital*, mengungkapkan bahwa : “modal ekonomi merupakan akar dari semua jenis modal-modal lain”.¹⁰ Artinya kepemilikan modal finansial bisa membuat seseorang mengakumulasi berbagai jenis modal lainnya.

Oleh sebab itu, dalam setiap kontestasi politik, setiap calon biasanya akan berlomba-lomba menggalang dana dalam upaya memenangkan kompetisi politik yang diikutinya.

Hal ini disebabkan karena banyaknya bukti yang menunjukkan kepemilikan modal ekonomi, khususnya finansial, sangat membantu seorang kandidat dalam upaya mewujudkan target politik.

2. Modal Budaya (*Cultural Capital*)

Yang termasuk kedalam kategori modal ini adalah : ijazah, pengetahuan yang sudah diperoleh, kode-kode budaya, cara berbicara, kemampuan menulis, cara pembawaan, sopan santun, cara bergaul, dsb, yang berperan didalam penentuan dan reproduksi kedudukan-kedudukan sosial.

Tidak ada masyarakat tanpa budaya. Kebudayaan bisa tercipta secara historis, dimana individu maupun kelompok mempunyai pemahaman yang sama untuk mengatur dan membentuk struktur kekuasaan yang akan memimpin kehidupan kolektif mereka.¹¹

Budaya yang ada dan berkembang dalam masyarakat memang tidak dapat dipungkiri dapat berpengaruh dalam menentukan struktur kekuasaan. Status yang dimiliki seseorang yang dihormati dan disegani, dapat digunakan untuk memobilisasi orang lain agar mau melakukan kehendak si pemilik status tersebut.

3. Modal Sosial (*Sosial Capital*)

Yang termasuk kedalam modal sosial ini adalah : hubungan-hubungan dan jaringan hubungan-hubungan yang merupakan sumber daya yang berguna dalam penentuan dan reproduksi kedudukan-kedudukan sosial.¹²

Menurut Bourdieu dan Wacquant, yang dikutip John Field, menyatakan :

*“ Modal sosial adalah Jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan ”*¹³

¹⁰ Field John, Modal Sosial (Terj.), 2003, London, Routledge, Kreasi Wacana, hal. 24

¹¹ Baca dalam Parekh, Bikhu, *Rethinking Multiculturalism* “ Keberagaman Budaya dan Teori Politik”, Pustaka Kanisius, Jogjakarta, 2008, hal. 196.

¹² Haryatmoko, buletin Basis, Nomor 11-12, Tahun ke 52, November-Desember 2003, tentang Landasan Teoritis Gerakan Sosial Menurut Pierre Boudieu, Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa.

¹³ Field John, Modal Sosial (Terj.), 2003, London, Routledge, Kreasi Wacana. hal. 23.

Sedangkan menurut Haryanto dalam bukunya “ Kekuasaan Dan Elite”, bahwasanya modal sosial yang digambarkan dalam tingkat pendidikan seseorang, pekerjaan awalnya, ketokohan dalam masyarakat (baik itu sebagai tokoh agama, tokoh adat, organisasi, profesi, dan ketokohan di bidang lainnya), bisa berpengaruh bagi seseorang untuk membangun relasi dan kepercayaan dalam rangka reproduksi kekuasaan.¹⁴

4. Modal Simbolik (*Symbolic Capital*)

Modal simbolik tidak lepas dari kekuasaan simbolik, yaitu kekuasaan yang memungkinkan untuk mendapatkan setara dengan apa yang diperoleh melalui kekuasaan fisik dan ekonomi. Modal simbolik bisa berupa kantor yang luas, atau letaknya di daerah yang mahal, atau simbol-simbol lain, disamping petunjuk-petunjuk yang tidak mencolok mata, misalnya gelar yang dicantumkan di kartu nama, atau cara-cara lain yang dipakai untuk mengafirmasi otoritasnya.

5. Modal Politik (*Political Capital*)

Dari sekian modalitas yang digambarkan oleh Bourdieu, sebagai akibat dari kurang berpijaknya pada kenyataan empirik, kemungkinan membuatnya tidak sempat menajamkan uraiannya mengenai modal politik, padahal modalitas politik sangat besar pengaruhnya pada sebuah kompetisi dalam arena kekuasaan untuk memperebutkan kekuasaan.

Dengan modal politik (*Politic Capital*), seorang kandidat dapat membangun relasi politik untuk memperkuat basisnya. Relasi dimaksud, meliputi hubungan jaringan antar seluruh komponen dari lembaga tradisional hingga modern serta elite-elite yang ada di arena tempat kontestasi dilakukan. Seperti yang diungkapkan Kacung Marijan, bahwa semakin besar relasi dan jaringan yang dimiliki maka akan semakin besar pula dukungan yang akan diperoleh.¹⁵

Menurut Marijan, terdapat tiga modal penting, yaitu modal politik, modal sosial dan modal ekonomi yang berpengaruh bagi seseorang kandidat dalam memperoleh dukungan dari masyarakat. Semakin besar akumulasi modal yang dimiliki oleh seorang kandidat maka semakin besar pula dukungan yang akan diperoleh.¹⁶

Untuk melihat peran modal politik ini juga dapat dilihat dalam tulisan Sudirman Naser yang mengutip, Kimberly Casey, yang mendefinisikan modal politik sebagai jenis modal yang dimiliki oleh pelaku politik atau sebuah lembaga politik, yang bisa digunakan untuk menghasilkan tindakan politik yang menguntungkan dan bisa memperkuat posisi pelaku politik atau lembaga politik bersangkutan”.¹⁷

¹⁴ Baca dalam Haryanto, 2005, “Kekuasaan Dan Elite (Suatu Bahasa Pengantar)”, S2 PLOD UGM dan JIPP, Yogyakarta, hal. 72

¹⁵ Marijan Kacung, 2006, Demokratisasi di Daerah, Pelajaran Dari Pilkada Secara Langsung, Pustaka Eureka, Surabaya, hal. 93.

¹⁶ Marijan Kacung, 2006, Demokratisasi di Daerah, Pelajaran Dari Pilkada Secara Langsung, Pustaka Eureka, Surabaya Ibid. hal. 85-94

¹⁷ Baca dalam artikel Naser, Sudirman, 2009, “SBY : Antara Modal Politik dan Modal Simbolik” <http://berita.liputan6.com/kolom/200911/251345/sby-antara-modal-politik-dan-modal>, diakses pada tanggal, 10 februari 2011.

Dalam tulisan ini akan dilihat bagaimana peran modalitas bekerja dan dimanfaatkan oleh kandidat beserta timsuksesnya dalam proses perencanaan dan eksekusi strategi, baik disaat melakukan fase analisa situasi hingga proses evaluasi dari sebuah strategi. Hal ini penting karena peran modalitas sangat signifikan pengaruhnya bagi efektifitas dan efisiensi dari sebuah strategi politik.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain studi dengan metode penelitian kualitatif. Lincoln dan Guba (sukmadinata, 2005: 60) melihat penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bersifat naturalistik. Penelitian ini bertolak dari paradigma naturalistic, bahwa bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, peneliti yang di teliti bersifat interaktif, tidak bisa dipisahkan, suatu kesatuan terbentuk secara simultan, dan bertimbal balik, tidak mungkin memisahkan sebab akibat, dan penelitian ini melibatkan nilai-nilai.

Bodgan dan Taylor (Basrowi, 2013; 21) mendefenisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Hal senada diungkapkan oleh Nasution (1996: 3) yang mengemukakan bahwa: Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Merujuk pada pemahaman tersebut, maka peneliti dalam melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi serta variasi strategi yang dilakukan oleh para caleg saat pemilihan umum anggota legislatif propinsi Sulawesi Utara khususnya para caleg dari Dapil II (yaitu Minahasa Utara dan Kota Bitung). Seperti apa yang di ungkapkan oleh Meles dan Huberman (dalam Basrowi, 2013: 22) bahwa metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan dalam berbagai individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi sehari-hari yang dilakukan dengan cara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

B. Fokus Penelitian

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah apa saja yang dijadikan strategi dari para caleg Propinsi Sulawesi Utara saat itu dalam menjaring dukungan dari masyarakat pemilih. Strategi yang coba dilihat adalah strategi-strategi yang terkait dengan patronase.

Untuk melaksanakan focus penelitian tersebut maka pertama harus ditentukan objek yang akan diteliti. Nasution (1992:32) mengemukakan bahwa objek penelitian adalah sumber penelitian yang dapat memberikan informasi, dipilih secara purposif dan bertalian dengan purpose atau tujuan tertentu. Dalam penelitian kualitatif objek penelitiannya adalah pihak-pihak yang menjadi sasaran penelitian atau sumber yang dapat memberikan informasi yang dipilih secara purposif dengan tujuan tertentu.

Objek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang saat pemilu anggota legislatif propinsi Sulawesi Utara menjadi caleg dari dapil II yaitu kabupaten Minahasa Utara dan Kota Bitung, sedangkan lokasi penelitian ini adalah di Kabupaten Minahasa Utara.

C. Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi dalam bentuk lisan yang langsung di peroleh penulis dari sumber aslinya di lapangan, sedangkan data sekunder yang penulis gunakan adalah data tertulis yang di peroleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Penelitian kualitatif memerlukan sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sumber data merupakan situasi yang wajar (*natural setting*) yang dapat memberikan data dan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menentukan sumber data yang terdiri dari orang dan benda. Orang sebagai informasi merupakan sumber data dalam bentuk perkataan yang dicatat atau di rekam oleh peneliti sedangkan benda merupakan sumber data dalam bentuk dokumen seperti artikel dan berita yang mendukung tercapainya tujuan penelitian. Hal ini sejalan dengan pendapat Lofland (dalam Basrowi, 2013: 169) yang mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya data tambahan seperti dokumen dan lain-lai.

Berdasarkan uraian diatas, maka sumber data atau informan dalam penelitian ini adalah orang yang saat itu menjadi caleg serta beberapa tokoh masyarakat yang dianggap memahami dan memiliki pengetahuan mengenai objek penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawasan mendalam
3. Studi dokumentasi
4. Studi literature

E. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Basrowi, 2013: 223-224) analisis data adalah teknik-teknik yang dapat di gunakan untuk memberikan arti kepada beratus-ratus atau bahkan beribu-ribu lembar catatan lapangan dan hasil transkrip wawancara. Lebih tepatnya, analisis data adalah proses mengidentifikasi dan menyusun gagasan-gagasan yang tertuangkan dalam data yang di peroleh selama proses penelitian agar menunjukkan bahwa masalah yang di teliti di dukung oleh data yang di peroleh. Teknik analisis data yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian, dan pentransformasian data kasar dari data lapangan menjadi data jadi. Proses ini berlangsung selama proses penelitian dilakukan. Fungsi reduksi data adalah untuk menjamahkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak perlu sehingga interpretasi dapat di tarik. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan menfokuskan penelitian pada objek penelitian.

2. Penyajian data

Ada kesimpulan informasi yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Informasi yang diterima bisa berupa teks naratif, matriks, grafik, dan bagan. Dalam proses peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi satu kategori atau di kelompokkan menjadi kelompok satu, kelompok dua, kelompok tiga, dan seterusnya. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam membaca data hasil penelitian. Dalam tahap ini peneliti juga melakukan display data secara sistematis, agar lebih muda di pahami.

Penyajian data yang peneliti lakukan adalah dengan memahami satu persatu data hasil wawancara dengan para informan dan kemudian menyatukan data hasil wawancara tersebut sesuai dengan rumusan masalah. Hal ini dikarenakan pertanyaan untuk para informan relative sama.

3. Triangulasi data

Hasil penelitian kualitatif sering kali di ragukan karena tidak memenuhi syarat validitas dan reabilitas, oleh sebab itu ada cara-cara memperoleh tingkat kepercayaan yang dapat di gunakan untuk memenuhi kriteria kredibilitas (validitas internal). Menurut Nasution (2003: 114-118) cara yang dapat di lakukan untuk mengusahakan agar kebenaran penelitian dapat di percaya yaitu salah satunya dengan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Adapun trigulasi yang di lakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Membandingkan apa yang di katakan oleh setiap narasumber/informan.
- b. Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil data wawancara.
- c. Membandingkan data hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkait (Evaluasi Pileg oleh KPUD)
- d. Membandingkan data yang di peroleh dari setiap penelitian yang di lakukan. Dalam penelitian ini tringulasi dilakukan untuk mengurangi bias yang melekat pada satu metode dan memudahkan dalam memahami atau melihat penjelasan yang di lakukan. Di sini, teknik yang di gunakan adalah mengecek data yang berasal dari hasil studi dokumen, obsevasi, dan wawancara.

4. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Dalam tahap ini, peneliti membuat proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang data yang ada, dan menelompokkan data yang ada. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu di uji kebenaran dan kesesuaian sehingga validitasnya terjamin.

PEMBAHASAN

Variasi Strategi Dalam Kerangka Patronase

Khusus caleg-caleg DPRD Propinsi Sulawesi Utara yang bertarung di Dapil II yang kebetulan menjadi subjek dari penelitian yang dilakukan, variasi dari strategi dapat dikategorikan kedalam beberapa strategi, diantaranya :

- Sosialisasi

Strategi ini merupakan strategi yang paling awal dilakukan oleh para caleg yang ikut dalam Pileg periode ini. Strategi ini bahkan terkadang dilakukan secara sembunyi-sembunyi karena dilakukan sebelum waktunya atau bahkan diikuti oleh berbagai strategi patronase baik itu berupa pemberian uang, pemberian barang baik itu berupa sembako, peralatan ibadah, dll.

Dalam implementasi strategi ini sebagian besar caleg melakukannya untuk mensosialisasikan pencalonan dirinya kepada sebagian masyarakat di wilayah yang dikunjunginya. Metode yang dilakukan biasanya menghubungi warga yang biasanya sudah mengetahui tentang pencalonan dirinya sebagai caleg. Orang yang dihubungi tersebut diminta untuk memobilisasi warga untuk dikumpulkan disatu tempat dimana tempat tersebut akan didatangi oleh si caleg. Biasanya orang yang dihubungi oleh si caleg tersebut akan secara otomatis akan direkrut menjadi tim sukses dan akan diberi dana untuk memobilisasi warga tersebut. Oleh sebab itu seorang caleg biasanya membutuhkan orang-orang yang akan dijadikan koordinator di setiap wilayah yang dijadikannya target untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Dalam strategi ini biasanya seorang caleg belum bisa memasang target dukungan yang akan diperoleh. Hal itu disebabkan karena warga yang hadir belum tentu akan mendukung pencalonan dirinya atau akan memilih dirinya di hari pemilihan. Untuk melakukan penguatan tentang pencalonan dirinya tersebut biasanya si caleg menyerahkannya kepada koordinator yang ditunjuknya tadi.

Strategi sosialisasi ini sangat penting bagi seorang caleg karena terkait dengan sistem pemilu yang digunakan saat ini yaitu suara terbanyak. Hal ini membutuhkan tenaga ekstra dari seorang caleg untuk dapat secara maksimal mensosialisasikan dirinya kepada masyarakat pemilih agar masyarakat dapat mengenal dirinya dan program-program yang akan dilakukan. Apalagi dalam Pileg kali ini dalam kertas suara tidak lagi mencantumkan gambar sang. Hanya nama yang bersangkutan. Bagi calon incumbent hal ini mungkin tidak menjadi masalah namun bagi caleg-caleg yang baru ikut serta tentunya hal ini perlu mendapatkan perhatian lebih. Oleh sebab itu biasanya dalam proses sosialisasi caleg membawa contoh dari kertas suara dan menunjukkan kepada masyarakat dimana letak namanya.

Dari hasil pengamatan dalam sosialisasi diri ini masih banyak caleg yang sering salah kaprah. Hal itu terlihat dari beberapa baliho ataupun spanduk yang terpampang dimana gambar dari si caleg justru lebih besar bentuknya dari nama si caleg yang seharusnya dia sosialisasikan.

Permasalahan dan pelanggaran yang timbul dalam mengimplementasikan strategi sosialisasi ini oleh sebagian caleg yang baru mengaku waktu yang

disediakan sangat sempit sehingga banyak menguntungkan para caleg incumbent, oleh sebab itu ada beberapa caleg yang melakukan sosialisasi sebelum waktu yang ditentukan. Sehingga ketika dia melakukan acara sosialisasi tersebut terpaksa dibubarkan oleh tim panwas setempat. Permasalahan sempitnya waktu yang diberikan oleh penyelenggara dalam hal ini KPUD tersebut, seperti yang diakui oleh salah seorang caleg baru dari PDIP : “Sosialisasi ini sangat penting bagi saya karena saya merupakan orang baru yang mengikuti pencalonan seperti ini, sementara waktu yang diberikan sangat singkat. Bagi calon yang incumbent jelas ini menguntungkan mereka karena mereka sudah banyak dikenal oleh masyarakat”¹⁸.

- **Tim Sukses / relawan sebagai mesin Klientelisme**

Tim sukses merupakan salah satu unsur penting dalam menunjang keberhasilan seorang yang ikut dalam sebuah kompetisi politik termasuk Pileg. Membentuk tim sukses atau tim relawan oleh sebagian besar caleg yang konfirmasi melakukannya sejak dirinya mengambil keputusan untuk ikut dalam Pileg. Kehadiran tim sukses ini diharapkan dapat membantu para caleg dalam mengimplementasikan strategi atau sebagai tempat meminta pendapat mengenai strategi yang perlu dilakukan.

Dari hasil beberapa interview yang dilakukan kepada beberapa caleg khususnya caleg DPRD Propinsi Sulut di Dapil II terungkap bahwa mereka memiliki beberapa tim sukses. Secara umum tim sukses yang dimiliki terutama merupakan tim sukses yang dibentuk oleh partai yang mengusungnya. Disamping itu para caleg juga membentuk tim sukses independen yang terdiri dari keluarga atau orang-orang kepercayaannya.

Untuk tim sukses partai biasanya tim tersebut sudah direkrut dari partai yang terdiri dari para pengurus partai yang memang sudah ada strukturnya hingga ketinggian desa. Sedangkan untuk tim sukses independen pola rekrutmen yang dilakukan para caleg cukup bervariasi. Namun secara umum ada orang yang direkrut khusus namun ada juga orang yang menawarkan diri pada si caleg untuk menjadi tim sukses atau tim relawan pemenangan sang caleg. bahkan ada tim sukses yang tidak sama sekali melalui metode perekrutan, yang biasanya mereka merupakan keluarga dekat dari si caleg.

Untuk orang yang direkrut secara khusus oleh si caleg biasanya ditetapkan standar yang harus dimiliki. Beberapa standar yang umum digunakan oleh para caleg untuk merekrut orang-orang dimaksud diantaranya : bahwa orang tersebut dianggap punya loyalitas dan sudah dikenal baik oleh sang caleg, sudah sering bekerjasama dengan si caleg sebelum masa pencalonan bahkan kalau memungkinkan orang yang direkrut tersebut merupakan orang yang dianggap punya pengaruh besar di wilayah dia direkrut. Orang-orang ini biasanya akan menjadi tim sukses yang lebih dikenal dengan “ring satu” (orang-orang yang paling dipercaya oleh si caleg) selain keluarga dekat si caleg. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang caleg dari Partai

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Jeivy Wijaya, STh, Caleg PDIP untuk DPRD Kabupaten Minahasa Utara periode 2014 – 2019, pada tanggal 17 Maret 2014, ketika dirinya melakukan sosialisasi di desa Karegesan.

Demokrat ketika diwawancara : “Orang-orang yang direkrut menjadi tim sukses adalah orang-orang yang memang sudah pernah bekerja dengan saya ketika saya mengikuti pilkada waktu lalu, dan mereka ini sudah teruji karena tetap setia dengan saya walaupun saya waktu itu kalah”.¹⁹

Hal senada diungkapkan oleh salah seorang tim sukses yang direkrut oleh Paul Tirayoh seorang caleg DPRD Propinsi Sulut yang diusung oleh PDIP, “Saya direkrut oleh pak Paul karena saya memang sudah lama bekerja dengan beliau yang ketika itu mengikuti pencalonan dalam Pileg periode lalu, bahkan ketika itu saya sampai dipecat dari kepengurusan partai karena mendukung pak Paul”.²⁰

Dari beberapa tim sukses yang dimiliki oleh para caleg umumnya tim yang paling dipercaya adalah tim sukses independen. Hal itu terjadi karena tim sukses yang dibentuk oleh partai politik dirasa kerjanya kurang fokus untuk mendukung strategi pemenangan sang caleg. Hal itu dimungkinkan karena terkadang disatu dapil, caleg dari partai bisa terdiri dari beberapa orang caleg, sehingga tim sukses dari partai tersebut tidak bisa diharapkan fokus untuk mendukung caleg tertentu. Bahkan terkadang ada tim sukses partai hanya fokus mendukung caleg tertentu karena caleg tersebut merupakan pengurus inti partai.

Hal inilah yang mendorong sebagian besar caleg lebih mengandalkan caleg independen yang dibentuknya dalam strategi pemenangan.

Secara umum tugas dari tim sukses yang dimiliki oleh seorang caleg biasanya melakukan pendataan pemilih sekaligus memetakan jumlah pendukung dari caleg yang diusungnya. Setelah berhasil dipetakan hal itu akan dilaporkan kepada caleg untuk ditindak lanjuti dengan strategi selanjutnya. Strategi selanjutnya yang dimaksud kebanyakan merupakan strategi yang berkaitan dengan patronase dan klientelisme. Dimana para orang-orang yang dijadikan target akan dibombardir dengan berbagai jenis strategi patronase sekaligus menugaskan para tim sukses untuk menjalankan strategi yang berkaitan dengan klientelisme.

- **Strategi *door to door***

Dari sekian banyak variasi strategi yang dimainkan oleh para caleg pada PILEG 2014 kali ini, strategi *door to door* masih merupakan strategi yang paling dominan digunakan. Strategi ini oleh sebagian besar caleg masih dianggap strategi yang efektif untuk mendekati diri kepada para masyarakat pemilih. Asumsi mereka masyarakat pemilih saat ini membutuhkan perhatian dan salah satu bentuk perhatian yang diberikan adalah dengan mengunjungi mereka. Strategi ini merupakan metode yang dianggap ampuh.

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Fransiska Magdalena Tuwaidan, Caleg Partai Demokrat untuk DPRD Propinsi Sulut periode 2014 – 2019, pada tanggal 26 Maret 2014, dirumah pribadinya.

²⁰ Hasil Wawancara dengan Alfianus Wekes, Tim Sukses Paul Tirayoh, pada tanggal 22 Maret 2014, di Gereja Trifena Karegesan, yang ketika itu dijadikan tempat untuk sosialisasi Paul Tirayo Caleg PDIP untuk DPRD Propinsi Sulut periode 2014 – 2019.

Pada saat strategi ini dijalankan biasanya para caleg akan melakukan strategi-strategi susulan seperti pemberian bantuan, melakukan sosialisasi pencalonan dirinya, sekaligus mencoba merespon apa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang dikunjungi. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu Caleg dari PDIP untuk DPRD Propinsi Sulut : “ketika saya mengunjungi mereka saya berkesempatan untuk mendapatkan informasi tentang apa sebenarnya yang diinginkan oleh mereka terhadap caleg yang akan dipilihnya nanti”²¹.

- **Kampanye**

Kampanye dalam hal ini yaitu kampanye yang berbentuk rapat umum dalam Pileg kali ini kurang diminati para Caleg seperti pada periode lalu. Hal itu diakui oleh beberapa Caleg yang sempat diwawancara oleh peneliti. Hal itu disebabkan karena tidak efektif juga banyak memerlukan biaya. Kalaupun itu dilakukan lebih banyak pada saat jadwal kampanye gabungan. Para Caleg saat ini lebih suka melakukan strategi blusukan yaitu mengunjungi masyarakat secara langsung. Hal itu diungkapkan oleh beberapa caleg yang diwawancara oleh peneliti.

Bagi beberapa Caleg yang memang memiliki kemampuan financial yang lebih ada yang melakukan acara kampanye sesuai dengan jadwal yang memang sudah ditetapkan oleh pihak penyelenggara dalam hal ini KPUD. Dan pada saat berkampanye mereka hanya bisa melakukan orasi dan sosialisasi tentang pencalonan diri secara bersama-sama dengan caleg sesama partai.

- **Pemberian bantuan (*Charity*)**

Strategi ini termasuk salah satu dari strategi yang sering diperdebatkan. Bagi sebagian orang strategi ini dianggap sebagai strategi yang melanggar aturan namun bagi sebagian lagi hal ini dianggap sah-sah saja. Dengan tidak bermaksud melakukan penilaian benar atau salah, strategi ini akan coba dilihat dari kerangka patronase dan klientelisme sesuai dengan core dari penelitian yang dilakukan.

Sebagian besar caleg yang dikonfirmasi melakukan strategi ini dengan alasan hal itu terpaksa dilakukan karena mereka diminta oleh masyarakat yang dikunjungi. Menurut para caleg kondisi masyarakat yang ada di Dapil II yaitu daerah pemilihan yang meliputi wilayah Minahasa Utara dan Kota Bitung sudah terpola dengan budaya bahwasanya seorang yang mengikuti kompetisi yang memerlukan bantuan dari mereka (masyarakat pemilih) untuk memilih si caleg nanti pada hari pemilihan sudah menjadi kewajiban dari si caleg untuk memberikan bantuan baik itu berupa uang, barang maupun jasa saat mereka dikunjungi. Bantuan itu dijadikan ukuran bagi masyarakat untuk menilai komitmen sang caleg.

Kondisi tersebut menurut sebagian besar caleg yang diwawancara dalam penelitian yang dilakukan, mengaku bahwa hal itu sudah menjadi budaya yang ada ditengah masyarakat khususnya bagi masyarakat yang ada di wilayah

²¹ Hasil Wawancara dengan Eva Cindy Sarundayang, SH, Caleg PDIP untuk DPRD Propinsi Sulut periode 2014 – 2019, pada tanggal 29 Maret 2014, disalah satu acara yang dihadirinya.

Minahasa Utara. Budaya tersebut menurut mereka disebabkan karena sistem pemilihan Hukum Tua yang berlaku di wilayah tersebut.

Seperti yang dijelaskan oleh para informan, sistem pemilihan hukum tua di wilayah ini dimana mewajibkan para calon hukum tua untuk *men-service* (melayani masyarakat selama sebulan penuh dimasa pencalonan hingga hari pemilihan) baik itu konsumsi, uang yang diberikan di bawah piring makan dan berbagai pola patronase lainnya, telah menjadi pola yang tertanam di benak masyarakat. Keadaan tersebut membuat mereka beranggapan para caleg- pun wajib melakukan hal serupa dalam PILEG.

Namun ada juga caleg yang walau tidak diminta oleh masyarakat tapi dengan niat sendiri memberikan berbagai jenis bantuan karena ingin mendapat simpati dari masyarakat yang kunjunginya. Strategi ini jelas merupakan strategi patronase apalagi hal itu dilakukan oleh caleg-caleg yang baru melakukannya di masa-masa kampanye. Untuk caleg-caleg yang seperti itu dari hasil pengamatan hingga saat hari H pemilihan bahkan ketika penghitungan suara selesai dilakukan dukungan terhadap mereka sangat rendah. Dari hasil konfirmasi yang dilakukan kepada sebagian masyarakat yang sempat diketahui pernah menerima bantuan dari caleg-caleg dimaksud upaya caleg tersebut direspon dengan sinis. Bahkan orang-orang yang dipakai untuk menyalurkan bantuan yang diberikan tidak merasa bersalah ketika dukungan bagi si Caleg tidak seperti yang diharapkan.

Namun walaupun strategi pemberian berbagai jenis bantuan dari segi efektifitasnya belum pasti, akan tetapi dari data dilapangan yang diperoleh seluruh caleg yang sempat diwawancara mengaku melakukan strategi pemberian bantuan ini. Variasi dari bantuan yang diberikan itu juga beragam. Ada caleg yang memberi bantuan uang untuk pembangunan jalan, rumah ibadah atau berbagai fasilitas umum yang ada, ada juga menyediakan jasa untuk pengurusan KTP bagi warga yang belum memiliki, pengurusan Akte Kelahiran, hingga ke pemberian sembako yang pada umumnya berjenis beras. Dari pengakuan beberapa Caleg hal itu dilakukan semata karena mereka tidak ingin kalah atau kecolongan dengan tidak melakukan strategi ini. Hal itu seperti yang diungkapkan oleh salah seorang caleg dari PDIP, yang mengatakan : “sebenarnya strategi money politics (baca : Patronase) itu tidak efektif, namun dengan pertimbangan tidak ingin kalah karena semua caleg rata-rata memainkan strategi ini dan juga masyarakat memang menginginkannya maka saya akan melakukan hal itu di wilayah-wilayah tertentu”.²²

- **Asuransi sebagai Patronase**

Strategi ini termasuk salah satu strategi yang tergolong baru khususnya di Dapil II. Khusus strategi pemberian asuransi ini tidak semua caleg yang melakukannya. Hal itu disebabkan karena strategi ini menurut pengakuan beberapa caleg termasuk strategi yang memerlukan biaya yang tidak sedikit.

²² Hasil Wawancara dengan Dra. Adriana Charlotte Dondokambey, M.Si, Caleg PDIP untuk DPRD Propinsi Sulut periode 2014 – 2019, pada tanggal 21 Maret 2014, di rumah Pribadinya.

Metode yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi ini adalah mula-mula pada koordinator ditingkat desa atau koordinator yang memang sudah dipilih dan ditentukan oleh caleg melakukan pendataan masyarakat khususnya yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Setelah didaftar oleh koordinator warga ditawarkan apakah mau mengikuti program asuransi yang ditawarkan oleh caleg. jika mereka mau maka mereka diwajibkan untuk mengisi data sekaligus memberikan foto copy KTP yang katanya untuk mendapatkan polis. Memang pada awal menawarkan asuransi tersebut para caleg yang memberikannya tidak menuntut agar warga memilihnya saat pemilihan, namun pada kenyataannya oleh tim sukses yang dibentuk oleh sang caleg biasanya akan melakukan pola klientelisme bagi para warga yang sudah mendapatkan polis.

Dari beberapa caleg yang memainkan strategi ini dan sempat diwawancara memang ada yang berhasil menjaring dukungan dari masyarakat. Namun ada juga caleg yang walaupun sudah memainkan strategi ini tetap gagal mendapatkan dukungan maksimal dari masyarakat. Akibatnya bahkan ada tim sukses yang ketika melihat hasil akhir yang diperoleh meminta pada si caleg untuk membatalkan secara keseluruhan program pemberian asuransi tersebut.

- **Blusukan**

Strategi ini sebenarnya bukan merupakan pola strategi yang baru. Hanya mungkin penamaan strategi ini yang terbilang baru. Metode atau pola strategi ini adalah dimana sang Caleg melakukan kunjungan langsung kewilayah-wilayah dan bertemu langsung dengan warga. Biasanya pada saat melakukan strategi ini selalu diiringi dengan strategi patronase. Kenapa strategi ini dilakukan dan menjadi favorit dari para caleg itu sebenarnya itu terkait dengan sistem pemilu yang diterapkan kali ini. Pemilihan langsung dengan menerapkan sistem peraih suara terbanyak sangat menuntut para caleg agar dapat mengenalkan dirinya secara langsung kepada masyarakat pemilih.

- **Vote Buying**

Sudah banyak paper dari hasil penelitian serupa yang dilakukan di banyak negara seperti tulisan Schaffer, Hicken, Kurzman, Stokes, Desposato, Boland dan Robinson yang kesemuanya meneliti tentang penyebaran dan konsekuensi dari *vote buying*.²³

Strategi ini mulai gencar dilakukan menjelang hari H pemilihan. Pihak yang paling banyak berperan dalam implementasi strategi ini adalah orang-orang yang dapat dikatakan memiliki pengaruh yang cukup besar di lingkungannya. Mereka ini sering dijuluki sebagai “broker”, dimana tugas mereka adalah sebagai penghubung antar Caleg dengan masyarakat pemilih.

Metode yang dilakukan biasanya adalah mereka mensosialisasikan kemampuan para caleg untuk memberikan kompensasi dari suara yang diberikan oleh masyarakat. Kompensasi itu biasanya berbentuk uang. Bahkan para broker ini bisa menjadi penghubung dari beberapa Caleg tidak hanya satu

²³ Lihat tulisan mereka dalam *Election for Sale : The Cause of Consequencess of Vote Buying* (2007), Lynne Rienner Publisher.

caleg. oleh sebab itu kompensasi yang akan diberikan ada yang berasal dari satu orang caleg, ada juga yang dikenal dengan sistem paket. Sistem paket berarti kompensasi akan diberikan pada dua sampai tiga tingkatan caleg yaitu Caleg DPR RI, Caleg DPRD Propinsi dan Caleg DPRD Kabupaten / Kota. Dari data yang diperoleh dilapangan kompensasi yang diberikan terbesar adalah untuk Caleg DPRD Kabupaten/Kota, baru kemudian kompensasi untuk Caleg DPRD Propinsi dan yang terkecil untuk Caleg DPR RI.

Variasi dari kompensasi yang diberikan lebih disebabkan karena tingkat kompetisi bagi Caleg-caleg khususnya yang bertarung untuk tingkat Kabupaten/ Kota lebih ketat dibandingkan dengan kompetisi dari para Caleg ditingkat Propinsi dan Pusat.

- **Serangan Fajar**

Strategi ini merupakan strategi pamungkas yang paling banyak dimainkan oleh para Caleg untuk menjaring dukungan dari masyarakat. Strategi ini biasanya aktif dimainkan oleh para Caleg dan Tim Suksesnya pada sehari menjelang hari H pemilihan. Strategi ini menurut pengakuan dari beberapa Caleg yang sempat dikonfirmasi baik sebelum hari pemilihan bahkan pada hari H penelitian mengakui keefektifannya, apalagi bagi masyarakat yang masuk dalam kategori *swing voter*. Bahkan ada caleg yang mengaku kegagalannya sebagai akibat dari caleg yang menjadi rivalnya melakukan strategi 'serangan fajar' ini.

Metode atau pola yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi ini adalah mendatangi langsung masyarakat pemilih (*person to person*) dengan memberikan sejumlah uang atau barang untuk mempengaruhi pilihan mereka. Proses implementasi strategi ini sangat membutuhkan kelihaihan dari tim sukses untuk menerapkan strategi klientelisme-nya.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penyelenggaraan Pileg periode 2014-2019 sudah dapat dikatakan lebih baik dari periode sebelumnya, namun itu bukan berarti tidak ada masalah yang harus dibenahi.

Variasi strategi yang dimainkan oleh para Caleg maupun partai Politik tidak banyak berubah dengan pola strategi yang dimainkan oleh para caleg pada periode sebelumnya. Sayangnya strategi yang dimainkan tersebut masih sarat dengan pola strategi patronase yang menurut aturan main merupakan strategi yang dilarang dan dianggap sebagai suatu pelanggaran serius. Anehnya lagi walaupun strategi tersebut tingkat efektifitasnya belum ada yang bisa menjamin bahwa seorang caleg akan berhasil, namun mereka tetap memainkannya.

Strategi membabi buta atau dengan kata lain jika perlu menabrak aturan yang penting berhasil terpilih menjadi anggota legislatif merupakan pola umum yang dipahami dan dianggap sah oleh para caleg. hal itu mereka lakukan karena mereka belum mempercayai aturan dan peran dari penyelenggara. Sementara para

penyelenggara tersebut sudah diberikan dana yang sangat besar jumlahnya agar dapat menegakan aturan main yang sudah disepakati bersama.

Kondisi yang mendorong para caleg melakukan hal itu dapat disimpulkan sebagai akibat dari terjadinya pergeseran dari paradigma fungsi seorang wakil rakyat. Seperti yang diketahui empuknya kursi wakil rakyat sebagai akibat besarnya potensi ekonomi yang bisa diperoleh jika kita duduk di atasnya mendorong para caleg akan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat merebutnya. Bahkan itu dilakukan walaupun dengan cara melanggar aturan main. Ironisnya setelah kursi empuk itu diperoleh fungsi sebenarnya dari kursi anggota legislatif tidak dipenuhi atau bahkan dilanggar.

B. Saran

Banyaknya pelanggaran yang dilakukan baik oleh peserta maupun penyelenggara perlu mendapatkan perhatian serius dalam rangka pembenahan sistem pemilu kedepan.

Dalam kerangka perbaikan sistem pemilu kiranya fungsi dari seorang anggota legislatif yang notabene adalah merupakan seorang wakil rakyat dapat dikembalikan keposisi awalnya sebagai wakil rakyat yang sebenar-benarnya.

Dirasa perlu juga untuk mengamandemen beberapa resim pemilu yang dirasa sangat tidak mendukung terwujudnya pemilu yang berkualitas seperti yang diharapkan.

DAFTAR BACAAN

- Schroder Peter, Strategi Politik (edisi bahasa Indonesia), yang diterjemahkan oleh D.J Matindas, Friedrich_Naumann_Stiftung,
- Field John, Modal Sosial (Terj.), 2003, London, Routledge, Kreasi Wacana.
- Parekh, Bikhu, *Rethinking Multiculturalism* “ Keberagaman Budaya dan Teori Politik”, Pustaka Kanisius, Jogjakarta, 2008.
- Haryatmoko, buletin Basis, Nomor 11-12, Tahun ke 52, November-Desember 2003, tentang Landasan Teoritis Gerakan Sosial Menurut Pierre Boudieu, Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa.
- Baca dalam Haryanto, 2005, “Kekuasaan Dan Elite (Suatu Bahasa Pengantar)”, S2 PLOD UGM dan JIPP, Yogyakarta.
- Marijan Kacung, 2006, Demokratisasi di Daerah, Pelajaran Dari Pilkada Secara Langsung, Pustaka Eureka, Surabaya.
- Naser, Sudirman, 2009, “SBY : Antara Modal Politik dan Modal Simbolik” <http://berita.liputan6.com/kolom/200911/251345/sby-antara-modal-politik-dan-modal>, diakses pada tanggal, 10 februari 2011.
- Election for Sale : The Couse of Consequenceness of Vote Buying* (2007), Lyyne Rienner Publisher.
- Roth, D., (2008), Studi Pemilu Empiris (terj.): Sumber, Teori-teori, Instrumen dan Metode, Freidrich-Naumann-Stiftung fur die Freiheit, Mitra Alembana Grafika, Jakarta.
- Lau. R and Redslawk. D., 2006, How Voters Decide, Information Processing during Election Campaigns, Cambridge University Press.