

Incumbent di Mata Pemilih

Agus

Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram

Email: aguslombok@uinmataram.ac.id

Abstrak: Nalar politik selalu megamini proposisi bahwa *incumbent* sebagai kandidat paling diuntungkan dalam kontestasi pemilukada. Meskipun demikian, *incumbent* tidak selalu dapat memenangkan pemilihan, sebab di beberapa tempat, *incumbent* mengalami kekalahan. Ada dua aspek yang dapat dilihat sebagai penentu kemenangan *incumbent*, yakni; faktor subjektifitas pemilih dan faktor objektivitas pemilih. Faktor pertama mencakup; persepsi, sikap dan perilaku positif pemilih terhadap *incumbent* bersangkutan. Faktor kedua mencakup; kebijakan publik, birokrasi, partai politik, dan ormas. Faktor pertama berfungsi sebagai yang mengkonstruksi faktor pertama.

Kata Kunci: *Incumbent*, Pemilukada, pemilih, Lombok

Abstract: The logic of politic always legitimates that incumbent be the strongest candidate, being the most advantaged in the local political arena. Despite this, the incumbent does not always win in that (s)he also slumps to defeats in some districts. There are two determining reasons for why the incumbent could win the election, namely the subjectivity and objectivity of the voters. The former includes perception, positive attitude and behavior of the voters for the incumbent; the later refers to the public policy, bureaucracy, political parties and NGOs. The first factor constitutes the second one.

Keywords: *Incumbent*, Local election, voter, Lombok

Pendahuluan

Sejak Indonesia menerapkan sistem pengisian jabatan kepala daerah dan wakil kepala daerah melalui mekanisme pemilihan langsung oleh rakyat, perilaku memilih (*voting behaviore*) pada aras politik lokal semakin dinamis. Seiring dengan itu, minat peneliti studi sosiologi politik terhadap topik ini menunjukkan peningkatan. Seiring dengan penguatan demokrasi di tingkat daerah, dapat di duga, kedepan topik ini akan semakin diminati. Dengan demikian,

topik tentang perilaku memilih dalam studi sosiologi politik beberapa waktu kedepan tidak akan lapuk diperbincangkan.

Demokrasi saat ini telah diyakini sebagai satu-satunya sistem politik terbaik dari yang ada. Semua agama memilihnya sebagai sistem politik yang dianut dalam manajemen politik pemerintahan. Amerika Serikat dengan negara penganut agama Kristen terbesar dunia, memilih demokrasi, India dengan negara penganut agama Hindu terbesar dunia, telah memilih demokrasi. Demikian pula Indonesia sebagai negara dengan agama Islam terbesar dunia juga memilih demokrasi. Dengan begitu, demokrasi bukan lagi untuk diperdebatkan, tetapi untuk dikelola agar suatu bangsa mampu melaksanakannya sesuai prinsip maupun prosedur yang di atur dalam konstitusi negara. Pemilukada merupakan prosedur yang disediakan demokrasi untuk melakukan sirkulasi kepemimpinan politik di tingkat daerah secara elegan dan damai.

Konsep *incumbent* dalam tata kelola pemilukada Indonesia mulai dikenal sejak penyelenggaraan pemilukada tahun 2010. Regulasi mengatur, kepala daerah dan atau wakil kepala daerah yang menjadi calon kepala daerah atau wakil kepala daerah tidak harus mundur dari jabatannya, melainkan hanya cuti pada masa kampanye. Meskipun praktek pemilukada ini mendapat banyak kritikan, karena dipandang bias nilai demokrasi, atau setidaknya mengganggu prinsip-prinsip pemilu demokratis, namun kenyatannya, hingga saat ini pemilukada di Indonesia masih menganut pola *incumbent*.

Posisi politik *incumbent* dalam kontestasi pemilukada lebih menguntungkan dibandingkan kandidat lain. Argumentasinya, *incumbent* menguasai sumber daya poltiik strategis, seperti anggaran dan birokrasi. *Incumbent* juga lebih diuntungkan karena menjadi rebutan partai politik ketika masa pendaftaran pasangan calon tiba. Disamping itu, *incumbent* telah lebih awal membangun relasi politik dengan berbagai organisasi kemasyarakatan selama ia berkuasa. Secara akumulatif, kemudian *incumbent* memiliki investasi politik lebih apabila dibandingkan dengan kandidat penantang.

Studi kemenangan *incumbent* pada pemilihan Bupati Lombok Tengah menjadi kajian menarik, karena sejarah politik daerah ini

memperlihatkan dua peristiwa yang berbeda tentang *incumbent* dalam dua kali pemilukada langsung. Pada pemilihan tahun 2010, *incumbent* mengalami kekalahan. Dalam pemilukada yang berlangsung dua putaran di tahun 2010, *incumbent* bahkan tidak masuk pada putaran kedua atau sudah mengalami kekalahan pada putaran pertama. Sedangkan pada pemilihan tahun 2015 *incumbent* memenangkan pemilihan dengan perolehan suara 46,33%.¹

Ada banyak spekulasi tentang faktor kemenangan *incumbent* pada kasus di atas. Tetapi artikel yang dihasilkan dari penelitian ini difokuskan pada dua aspek, yaitu perilaku pemilih dan faktor-faktor yang mengkonstruksinya. Pada aspek pertama, dilakukan kajian mendalam terhadap persepsi, sikap dan perilaku individu memilih calon *incumbent*. Sedangkan pada aspek kedua difokuskan pada empat faktor yang ditemukan sebagai faktor konstruksi persepsi, sikap dan perilaku memilih, yaitu; kebijakan publik, partai politik, Birokrasi dan Ormas.

Paradigma, Teori, dan Metode

Dalam usaha mengungkap fokus di atas, artikel ini menggunakan paradigma definisi sosial yang diperkenalkan oleh Max Weber. Dilihat dari biografinya, Weber merupakan seorang liberal Jerman dari kelas menengah terpendang di kalangan politik Partai Liberal Nasional (*National Liberal Party*) di masa Bismark. Weber belajar ilmu Hukum kemudian menjadi dosen di Universitas Berlin, dan pada tahun 1893 Weber menjadi guru besar Ilmu Ekonomi di Heidelberg. Demikian biografi singkat Weber yang disebutkan oleh Wardi Bachtiar.² Adapun pendekatan tulisan ini adalah fenomenologi yang diperkenalkan Edmund Husserl. Penelitian fenomenologi merupakan penelitian dimana objek sebagai subjek yang bercerita kepada peneliti melalui gejala timbal balik

¹Dokumen Laporan Tahapan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Lombok Tengah Tahun 2015, (Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Lombok Tengah), hlm. Bagian lampiran

²Wardi Bachtiar, Sosiologi Klasik dari Comte Hingga Parsons (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006), hlm.256

darinya.³ Penjelasan ini dipertegas oleh Alex Sobur yang menyebutkan, fenomenologi mengidentifikasi hakekat manusia tentang fenomena tertentu.⁴

Paradigma definisi sosial tidak berangkat dari sudut pandang fakta sosial yang objektif, seperti struktur-struktur makro dan pranata-pranata sosial yang ada dalam masyarakat. Paradigma definisi sosial bertolak dari proses berpikir manusia itu sendiri sebagai individu. Dalam merancang dan mendefinisikan makna dan interaksi sosial, individu dilihat sebagai pelaku tindakan yang bebas tetapi bertanggung jawab. Artinya, di dalam bertindak dan berinteraksi itu, seseorang tetap di bawah pengaruh bayang-bayang struktur sosial dan pranata-pranata dalam masyarakat, tetapi fokus perhatian paradigma ini tetap pada individu dengan tindakannya itu. Dengan begitu, tindakan individu diletakkan sebagai fokus kajian sosiologi yang diposisikan sebagai devenden variabel.

Menurut paradigma ini, proses-proses aksi dan interaksi yang bersumber pada kemauan individu, itulah yang menjadi pokok persoalan kajian Sosiologi. Paradigma ini memandang, hakekat dari realitas sosial itu (dalam banyak hal) lebih bersifat subjektif dibandingkan objektif, menyangkut keinginan dan tindakan individual. Dengan kata lain, realitas sosial itu, lebih didasarkan pada definisi subjektif dari pelaku-pelaku individual. Jadi, menurut paradigma ini, tindakan sosial tidak pertama-tama merujuk kepada struktur sosial, tetapi sebaliknya, struktur sosial itu merujuk pada agregat definisi (makna tindakan) yang telah dilakukan oleh individu-individu anggota masyarakat itu.⁵ Dengan demikian, peneliti sosiologi menyelami makna dibalik tindakan individu (misalnya; maksud dari tindakan, motivasi dibalik tindakan, kebebasan, dan tanggung jawab).

³Nina Q.Syam, *Sosiologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi* (Sambiosa Rekatama Media, 2012), hlm.32

⁴Alex Sobur, *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode* (Bandung, Raja Rosdakarya, 2014), hlm.425

⁵I.B.Wirawan, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma; Fakta Sosial, Definisi Sosial & Perilaku Sosial* (Kencana Prenada Group, 2013), hlm 95

Dengan menggunakan paradigma definisi sosial sebagai jendela analisis penelitian, peneliti berusaha menyelami makna dibalik tindakan individu dalam memilih *incumbent* pada pemilukada Lombok Tengah tahun 2015. Tindakan sosial ini diterjemahkan sebagai perilaku memilih (*voting behaviore*). Untuk menyelami makna perilaku memilih, peneliti menggunakan teori-teori opsional, yakni teori persepsi dan teori sikap. John M. Echols dan Hasan Sadily (dikutip dari Agus, 1999) mengungkapkan persepsi adalah penglihatan, daya memahami atau daya menanggapi sesuatu.⁶ Sedangkan Jalaludin Rakhmad mendefinisikan persepsi sebagai berikut:

“Persepsi adalah suatu proses dengan mana seseorang mengorganisasi dalam pikirannya, menafsirkan, mengalami, dan mengolah pertanda atau segala sesuatu yang terjadi dilingkungannya. Dengan demikian, manusia menafsirkan atau menilai kepada suatu rangsangan selalumenggunakan inderanya, yaitumelalui prosesmendengar, melihat, merasa, meraba dan mencium yang dapat terjadi terpisah-pisah atau serentak”⁷

Dari pandangan di atas, dapat digambarkan, makna persepsi adalah perilaku yang menunjukkan aktivitas merasakan, menginterpretasikan dan memahami obyek-obyek baik fisik maupun non fisik. Hal lain yang dapat ditarik dari terminologi persepsi di atas adalah terdapat hubungan antara subyek bagi individu maupun kelompok dengan obyek sasarannya. Rumusan sederhananya adalah, persepsi sebagai tanggapan terhadap rangsangan, kemudian rangsangan itu diproses dalam alam subyektif manusia yang pada akhirnya mempengaruhi tingkahlaku manusia. Dalam persepsi, rangsangan ditanggapi berdasarkan pengalaman, pengetahuan dan kepentingan oleh individu yang bersangkutan. Berarti rangsangan yang datang ditanggapi sesuai dengan konsepsinya tentang obyek bersangkutan.

⁶ Agus, *Pengaruh Sistem Pembinaan di Panti Terhadap Pembentukan Sikap Kemandirian Remaja Binaan Panti Karya Remaja*, (Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unive rsitas Gadjah Mada Yogyakarta, tidak diterbitkan, 1999), hlm.15

⁷Jalaludin Rakhmad, *Psikologi Komunikasi*, (Remaja Karya, 1985), hlm.43

Terminologi persepsi di atas memiliki kemiripan dengan deskripsi persepsi dalam karya Suparman Shadily. Menurutnya, persepsi digambarkan sebagai berikut:

“...suatu proses yang aktif dimana yang merangsang peranan bukan hanya stimulus yang mengenainya, tetapi juga keseluruhan pengalaman-pengalaman, motivasi dan sikap manusia yang relevan dengan stimulus tersebut”⁸

Dari seluruh terminologi yang dipaparkan para ahli di atas, dapat dirumuskan pengertian persepsi sebagai suatu proses pemahaman mengenai hubungan peristiwa-peristiwa dan obyek-obyek sosial. Persepsi berada pada pikiran dan perasaan manusia secara pribadi, sehingga dimungkinkan antara orang yang satu dengan yang lain memiliki persepsi yang berbeda walaupun terhadap obyek yang sama. Kondisi ini dapat dimungkinkan mengingat persepsi berada pada alam subyektif, bukan pada alam obyektif. Meskipun demikian, suatu persepsi tidak akan berbentuk tanpa berdasarkan pada kepentingan, pengalaman, pengaruh-pengaruh sosial yang kesemuanya terjadi dan ada di dalam masyarakat.

Adapun pengertian sikap dapat ditemukan dalam beberapa karya. W.A. Gerungan misalnya mempersamakan definisi sikap dan *attitude*, dengan mengatakan:

“Pengertian *attitude* dapat kita terjemahkan dengan kata sikap terhadap obyek tertentu, yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap peranan, tetapi sikap tersebut disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap obyek tadi. Jadi *attitude* itu diterjemahkan sebagai sikap dan kesediaan beraksi terhadap sesuatu”⁹

Senada dengan Gerungan, karya Astrid. S. Susanto juga mendefinisikan sikap sebagai berikut:

“...adalah tendensi untuk memberikan reaksi yang positif (menguntungkan) atau negatif (tidak menguntungkan) terhadap orang-orang, abyek atau situasi tertentu. Oleh karena itu (sikap) merupakan

⁸Suparman Shadily, *Persepsi Sosial Mengenai Perilaku Menyimpang*, (Jakarta, Bulan-Bintang 1982), hlm.72

⁹W.A. Gerungan, *Psychology Social*, (Surabaya, Usaha Nasional, 1996:), hlm.149

tendensi untuk memberikan reaksi yang bersifat emosional dalam arah tertentu”¹⁰

Dari pandangan dua ahli di atas, sikap dapat didefinisikan sebagai pandangan positif atau negatif terhadap obyek, yang akan membuat kesediaan seseorang untuk bertindak terhadap obyek bersangkutan. Bentuk tindakan (sebagai sikap) seseorang terhadap obyek bisa memberi dukungan atau tidak memberi dukungan, bisa memuji bisa juga mengkritisi, bisa setuju bisa tidak setuju. Pilihan sikap seseorang terhadap obyek tergantung dari apakah obyek tersebut memberikan reaksi positif atau negatif.

Apabila dihubungkan dengan perilaku memilih dalam pemilukada seperti keputusan untuk memilih kandidat tertentu, maka dapat ditemukan rumusan perilaku memilih sebagai berikut:

“Perilaku memilih (*voting behavior*) dalam pemilukada merupakan respon psikologis dan emosional dari persepsi dan sikap pemilih terhadap kandidat, yang diwujudkan dalam bentuk tindakan politik mendukung kandidat bersangkutan dengan cara memberikan suara di tempat pemungutan suara. Sementara persepsi dan sikap dikonstruksi oleh banyak media, yaitu; kebijakan publik, partai politik, birokrasi, dan organisasi masyarakat”

Kandidat atau pasangan calon dalam pemilukada merupakan objek yang dapat dipersepsikan oleh setiap orang secara berbeda. Setiap pasangan calon dapat dipersepsikan dari berbagai rangsangan atau media. Guna mengungkap argumentasi penelitian di atas, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi dan wawancara. Alasannya agar dapat memahami realitas intrasubjektif dan intersubjektif dari tindakan sosial (perilaku memilih) yang diteliti. Sampel dilakukan dengan *purposeful*, yaitu individu-individu yang karena mereka dapat secara spesifik memberikan pemahaman tentang persepsi, sikap dan perilaku memilih *incumbent*, serta faktor-faktor penyebabnya. Sedangkan analisa data dilakukan melalui empat langkah kerja. *Langkah pertama*; memeriksa data dari transkrip wawancara. *Langkah kedua* ; menyoroti pernyataan penting dari

¹⁰Astrid.S.Susanto, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*, (Bandung, PT.Bina Cipta 1985), halm. 16

partisipan. *Langkah ketiga* ; mengembangkan berbagai kelompok makna (horizontalistik). *Langkah keempat*; menulis deskripsi yang mempresentasikan esensi dari fenomena yang diteliti.

Incumbent di Mata Pemilih

Yang dimaksud dengan *incumbent* dalam pemilukada Lombok Tengah tahun 2015 adalah H.Moh. Suhaili, FT, SH, sebagai kontestan yang sedang menjabat Bupati pada saat penyelenggaraan pemilihan. Pemilih memiliki persepsi tentang Suhaili pada empat konsep, yaitu inovator pembangunan, pemimpin bersahaja, tegas membuat keputusan, dan pemimpin karismatik.

1. Inovator Pembangunan

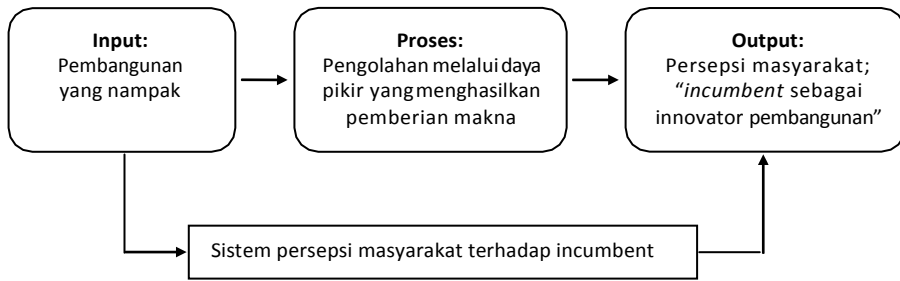
Kemunduran pembangunan Lombok Tengah dalam kurun waktu pemerintahan H.L.Wiratmaja dan H.L.Suprayatno (2005-2010) yang ditandai dengan kerusakan infrastruktur jalan dan irigasi, tidak stabilnya birokrasi pemerintahan, munculnya nepotisme dalam pengisian jabatan birokrasi, tidak stabilnya ekonomi, dan semakin meningkatnya angka kemiskinan, telah dipandang sebagai masalah politik serius oleh masyarakat. Seluruh permasalahan di atas melahirkan kekecewaan masyarakat terhadap pemerintahan terdahulu. Kekecewaan tersebut terobati dalam masa pemerintahan H.M.Suhaili FT - H.L. Normal Suzana yang dikenal dengan paket Maiq-Meres (2010-2015).

Pada masa pemerintahan Maiq Meres, lahir konsep pembangunan yang di sebut dengan ATM (*agrobisnis, tourism dan maritime*). Konsep dasar pembangunan ini diimplementasikan melalui beberapa program strategis. Salah satu program unggulan yang memiliki nilai politik tinggi di mata masyarakat adalah pembangunan infrastruktur jalan dan irigasi. Dua program unggulan ini di sebut oleh Maiq-Meres sebagai "*kerisak rorong-reban*". Kata "*kerisak*" merupakan bahasa Sasak, artinya menata atau melakukan perbaikan. Jadi dalam pembangunan infrastruktur jalan dan irigasi, rezim pemerintahan Maiq-Meres bukan melakukan pembangunan infrastruktur, melainkan melakukan perbaikan infrastruktur yang sudah ada sebelumnya tetapi kondisinya sudah rusak.

Pembangunan infrastruktur jalan dan irigasi memiliki beberapa manfaat bagi masyarakat. Di antara manfaat tersebut yaitu; terbangunnya kemudahan mobilitas sosial, terbangunnya akses jaringan sosial dan hubungan-hubungan sosial masyarakat dengan kelompok luarnya, serta meningkatnya harga tanah masyarakat. Seluruh manfaat ini melahirkan *impack* (dampak positif) pada peningkatan perekonomian masyarakat dipedesaan maupun perkotaan. Manfaat praktis pembangunan tersebut melekat dalam memori atau persepsi masyarakat terhadap H.M.Suhaili hingga mempengaruhi sikap politik mereka dalam pemilukada.

Dalam persepsi masyarakat pemilih, H. Moh. Suhaili dalam masa pemerintahannya adalah sebagai inovator pembangunan. Meskipun secara emperis, masa pemerintahan H. Moh. Suhaili, FT,SH tidak melakukan pembangunan melainkan hanya melakukan perbaikan atas kondisi yang sudah ada, namun dalam persepsi masyarakat, keberhasilan program infrastruktur tersebut merupakan hasil pembangunan H.Moh.Suhaili, FT,SH yang tidak dilakukan oleh pemerintah sebelumnya.

Persepsi masyarakat terhadap *incumbent* sebagai inovator pembangunan lahir melalui proses memaknai tanda yang nampak. Penjelasan ini diperkuat oleh teori John M. Echols dan Hasan Sadily yang menyebutkan persepsi sebagai penglihatan, daya memahami atau daya menanggapi sesuatu. Maksud dari penglihatan, daya memahami dan menanggapi sesuatu dalam temuan penelitian ini menunjuk pada perubahan kondisi infrastruktur jalan dan irigasi yang dilihat masyarakat pada daerah sekitar tempat tinggalnya. Seluruh penglihatan masyarakat terhadap pembangunan yang nampak, dipahami dan diolah dalam daya pikirnya. Proses pengolahan tanda (pembangunan) menjadi makna (Suhaili merupakan pemimpin yang berhasil membangun) melahirkan persepsi masyarakat terhadap *incumbent* sebagai inovator pembangunan. Dari uraian ini, nampaknya persepsi masyarakat terhadap *incumbent* sebagai inovator pembangunan merupakan suatu sistem persepsi sebagaimana tampak pada bagan di bawah ini.



Bagan Sistem Persepsi Masyarakat Terhadap Incumbent

Bagan di atas menegaskan, persepsi masyarakat tentang incumbent sebagai inovator pembangunan merupakan hasil dari proses pengolahan bukti-bukti fisik pembangunan infrastruktur yang mereka lihat dalam kehidupan sehari-hari. Proses pengolahan itu dilakukan dengan menggunakan daya pikir yang menghasilkan makna. Demikianlah cara kerja sistem persepsi dalam masyarakat ketika dihubungkan dengan fenomena kepemiluan, khusus pada kasus pemilukada.

2. Pemimpin Bersahaja

Data yang memperlihatkan persepsi masyarakat tentang Suhaili sebagai pemimpin politik yang memiliki karakteristik kepemimpinan bersahaja nampak dari pernyataan narasumber penelitian yang menyebutkan "*Suhaili adalah orang baik, sederhana, dan merakyat*". Ukuran masyarakat memandang kebersahajaan kepemimpinan Suhaili masih bersifat simbolik. Makna simbolik kebersahajaan muncul dari tindakan sosial H. Moh.Suhaili, FT, SH yang termanifestasikan pada cara berpakaian, perilaku mengunjungi masyarakat, dan perilaku mengadakan acara-acara makan bersama masyarakat yang dibalut dengan kegiatan tahlilan. Tindakan sosial ini banyak dilakukan Suhaili pada momentum budaya masyarakat Lombok Tengah, seperti *bau nyale* dan *lebaran topat*. Bau Nyale merupakan agenda tahunan masyarakat Lombok. Agenda ini merupakan ritual yang menceritakan peristiwa putri Lombok yang menenggelamkan diri di pantai dan mengalami perubahan menjadi "nyale" (cacing laut). Di era modern, ritual ini telah dimanifestasikan sebagai bagian dari media promosi kepariwisataan Lombok.

Sedangkan Lebaran Topat merupakan budaya masyarakat yang dilaksanakan setiap setelah masyarakat menyelesaikan puasa sunnah di bulan Syawal. Pada momentum-momentum seperti itu, biasanya Suhaili memperlihatkan perannya sebagai pelayan masyarakat. Di komunitas birokrasi, Suhaili juga memiliki kebiasaan senam pagi bersama seluruh PNS Pemerintah Daerah pada setiap hari jumat. Yang ingin disampaikan dari narasi tersebut adalah, seluruh kegiatan ini menjadi media hubungan sosial yang inklusif antara Suhaili dengan masyarakat.

3. Ketegasan Membuat Keputusan

Apabila melihat luasnya pembangunan infrastruktur jalan dan irigasi yang diperbaiki oleh pemerintahan Suhaili, nampaknya anggaran yang dibutuhkan tidaklah kecil. Dari aspek kemampuan keuangan daerah jelas tidak mampu dijangkau. Namun demikian, perbaikan infrastruktur dapat dilakukan. Fenomena ini membangun persepsi masyarakat tentang H.Moh Suhaili sebagai pemimpin politik yang berani mengambil keputusan. Keberanian mengambil keputusan dari pemimpin politik merupakan solusi yang dipandang efektif oleh masyarakat.

Bagi masyarakat tidak penting dari mana pemerintah mengambil anggaran untuk pembangunan. Yang menjadi kepentingan masyarakat adalah direalisasikannya kebutuhan-kebutuhan dasar mereka. Sepanjang pemerintah mampu merealisasikan segenap kebutuhan dasar itu, kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menjadi tinggi, demikian sebaliknya. Ketika pemerintah tidak mampu merealisasikan kebutuhan dasar masyarakat, ketika itu pula masyarakat menarik kepercayaannya pada pemerintah. Salah satu kemampuan politik H.Moh.Suhaili terletak pada kepekaannya membaca kebutuhan dasar masyarakat. Infrastruktur jalan dan irigasi merupakan kebutuhan dasar bagi masyarakat Lombok Tengah, setelah lima tahun masa pemerintahan rezim sebelumnya tidak ada perbaikan dan mengakibatkan kondisi jalan dan irigasi mengalami kerusakan dari perkotaan hingga pedesaan. Keberanian mengambil keputusan, merupakan modal politik H.Moh.Suhaili,FT,SH dalam membangun persepsi positif masyarakat.

4. Pemimpin Karismatik

Sebagaimana penjelasan Max Weber bahwa kekuasaan karismatik adalah kekuasaan yang diperoleh seseorang karena dipandang memiliki kualitas kepribadian individu yang *extraordinary* (luar biasa) dan diperlakukan sebagai orang yang dianugerahi kekuatan-kekuatan dan kualitas supranatural, *suprahuman*, dan terdapat pengecualian.

Dilihat dari latar belakang keluarganya, H.Moh.Suhaili, FT, SH merupakan pemimpin politik yang masa kecilnya dibesarkan dilingkungan pondok pesantren dan putra Tuan Guru. Bagi masyarakat Lombok, Tuan Guru merupakan sosok yang dipandang memiliki *extraordinary* (luar biasa), karena Tuan Guru memiliki kesalehan, menguasai ilmu agama, dan menjadi panutan masyarakat. Karisma ayahnya masih memiliki pengaruh terhadap karisma Suhaili dihadapan masyarakat. Fenomena ini merupakan fenomena yang lazim dalam bagaimana masyarakat Lombok memperlakukan Tuan Guru. Oleh karena itu, sebagian masyarakat Lombok meyakini Tuan Guru sebagai status sosial yang diberikan secara turun-temurun atau berdasarkan keturunan.

Dari seluruh penjelasan tentang persepsi individu terhadap H.Moh.Suhaili, FT, SH di atas, nampaknya masyarakat memiliki persepsi positif terhadap H.Moh.Suhaili sebagai *incumbent*. Persepsi positif ini membentuk sikap politik untuk memilih H.Moh.Suhaili, FT, SH di dalam bilik suara. Fenomena ini diyakni menjadi energi politik yang melahirkan kemenangan *incumbent* dalam fenomena pemilukada.

Apabila dibuat klasifikasi, maka terdapat tiga pola sikap politik masyarakat terhadap H.Moh.Suhaili, FT, SH. *Pertama*, pemilih hijrah politik. Pemilih ini adalah mereka yang pada pemilukada tahun 2010 berlawanan politik dengan H.Moh.Suhaili, FT, SH, tetapi setelah melihat prestasi H.Moh.Suhaili, FT, SH, mereka menjadi pendukung utama pada pemilukada 2015. *Kedua*, pemilih konsisten. Pemilih ini merupakan pemilih yang mendukung H.Moh.Suhaili, FT, SH sejak pemilukada tahun 2010 dan konsisten memilih H.Moh.Suhaili, FT, SH kembali pada pemilukada tahun 2015. *Ketiga*, pemilih identitas. Pemilih ini merupakan pemilih yang mengambil sikap politik karena

anggota Ormas YATOPA, anggota Ormas NU, dan anggota Ormas PHDI.

Dengan demikian, kelompok pertama dan kedua memperlihatkan karakteristik pemilih yang memiliki sikap politik rasional. Sedangkan kelompok kedua menandakan bahwa masih terdapat pemilih yang memiliki sikap politik dengan karakteristik pemilih tradisional. Dua karakteristik pemilih ini merupakan gambaran terhadap karakteristik sistem sosial berada pada dua formasi, yakni modern dan tradisional. Kedua karakteristik pemilih ini menjadi referensi penting bagi pemetaan politik.

Perilaku Memilih Sebagai Hasil Konstruksi Lingkungan Sosial

Dalam melaksanakan tindakan sosial sebagai pemilih, individu memiliki dua posisi, yakni sebagai subyek dan sebagai obyek. Sebagai subyek, individu memilih kandidat *incumbent* karena persepsi dan sikap positifnya. Sedangkan sebagai obyek, tindakan individu memilih *incumbent* dikonstruksi oleh bekerjanya faktor kebijakan publik, partai politik, Birokrasi dan Organisasi Kemasyarakatan (Ormas).

Pada aspek kebijakan publik, salah satu kecerdasan politik H.Moh.Suhaili adalah membuat formulasi pembangunan berbasis geopolitik dengan pembagian Lombok Tengah kedalam tiga kelompok, yakni; kawasan *aik meneng* (Lombok Tengah Bagian Utara), kawasan *tunjung tilah* (Lombok Tengah Bagian Tengah), dan kawasan *empak bau* (Lombok Tengah Bagian Selatan). Dalam geopolitik Lombok Tengah, daerah ini memang terbagi dalam tiga kawasan tersebut. Kawasan *aik meneng* merupakan daerah perkebunan dengan potensi ekowisata dan perikanan air tawar. *Tunjung tilah* merupakan kawasan pusat pemerintahan dan perdagangan. Sedangkan *empak bau* merupakan kawasan pantai yang kaya perikanan laut, wisata budaya dan wisata bahari.

Masing-masing kawasan di atas memiliki potensi untuk dikembangkan. Meskipun demikian, pada semua kawasan tersebut muncul permasalahan struktural, yaitu keterbatasan infrastruktur jalan dan irigasi. Oleh karena itu H.Moh Suhaili, FT,SH memberikan solusi structural dengan pembangunan jalan dan irigasi, sembari

mempercepat reformasi birokrasi untuk menata pelayanan publik. Sudah barang tentu banyak kebijakan publik lainnya, tetapi penelitian ini lebih memberi fokus pada kebijakan publik yang memiliki nilai politik, yaitu pembangunan infrastruktur jalan dan irigasi.

Apabila dilihat secara teoritis, maka nampaknya politik kebijakan publik Suhaili di atas merupakan strategi politik dalam usaha mempengaruhi masyarakat pemilih. Sebagaimana dikatakan Peter Schroder, bahwa salah satu strategi politik yang ia sebut sebagai strategi target *image* (citra yang diinginkan). Pada strategi ini politisi cenderung membuat kebijakan politik dan pemerintahan yang fokus pada isu-isu dan medan pertempuran yang dipilih. Salah satu fungsi dari strategi target *image* adalah politisi memiliki citra tersendiri di lingkungan di mana ia bergerak. Citra tersebut merupakan gambaran yang ada dalam bayangan masyarakat atau para pemilih tentang politisi bersangkutan. H. Moh. Suhaili sebagai *incumbent*, berhasil membangun *image* melalui kebijakan pembangunan berbasis masalah public pada masing-masing kawasan tersebut.

Partai politik memiliki kemampuan mengkonstruksi persepsi pemilih melalui beberapa strategi. Diantara strategi itu adalah; merumuskan kekuatan dan kelemahan pasangan calon, merumuskan kelompok-kelompok sasaran, dan merumuskan target *image*. Setelah semua rumusan selesai, Partai Politik menggunakan peran elit agama, elit partai, dan elit birokrasi sebagai komunikator politik. Strategi politik yang dibangun partai pengusung H. Moh. Suhaili FT, SH dipandang efektif mempengaruhi pemilih.

Polarisasi strategi penggunaan birokrasi dalam pemilu pada Lombok Tengah tahun 2015 dipandang efektif mempengaruhi persepsi dan sikap politik masyarakat, dengan beberapa alasan. Masyarakat Lombok Tengah masih bersedia mendengar pandangan, pikiran, saran bahkan instruksi elit-elit formal mereka, seperti pejabat publik, atau PNS yang ada disekitar mereka. Di masyarakat Lombok Tengah, PNS memiliki strata sosial tinggi menyebabkan saran dan pendapatnya memiliki pengaruh terhadap perilaku masyarakat. Dengan strata sosial yang demikian,

transformasi persepsi pejabat birokrasi tentang H.Moh.Suhaili FT,SH ke persepsi masyarakat menjadi lebih efektif.

Keberpihakan pemilih terhadap H.Moh.Suhaili FT,SH merupakan manifestasi dari urgensi Ormas di panggung politik. Setidaknya ada tiga kekuatan Ormas yang menjadi sumber dukungan politik H.M.Suhaili FT,SH sebagai *incumbent* yakni;YATOFA (Yayasan Aturiah Tohiriah Fadiliah), Nahdatul Ulama, dan PHDI (Persatuan Hindu Dharma Indonesia) Lombok Tengah. Dua Ormas yang disebutkan pertama merupakan yang memiliki peran paling strategis. Sedangkan PHDI memberi dukungan ke H.Moh.Suhaili FT,SH karena dipandang sebagai tokoh pluralis dan menguntungkan PHDI sebagai kelompok minoritas di Lombok Tengah.

Penutup

Dari deskripsi di atas, dapat dijelaskan beberapa poin. *Pertama* , persepsi pemilih terhadap *incumbent* mereka memilih incumbent, ada empat, yakni; inovator pembangunan, pemimpin bersahaja, tegas dalam membuat keputusan, dan pemimpin karismatik. *Kedua* , persepsi dan sikap politik masyarakat pemilih *incumbent* dikonstruksi oleh empat faktor, yakni; produk kebijakan publik, efektifitas dukungan partai politik, dukungan birokrasi, dan dukungan organisasi masyarakat (ormas).

Dari dua poin di atas, penulis mengajukan dua saran. *Pertama*, praktisi politik atau para pekerja politik sebaiknya lebih peka membaca persepsi dan sikap politik masyarakat sebagai pemilih dalam membuat desain politik. Karakteristik pemilih yang masih terbelah menjadi dua, yakni pemilih tradisional dan pemilih modern sebagaimana temuan penelitian di atas juga layak disusun kedalam basis sosiologis dukungan kandidat. *Kedua* , politisi *incumbent* dalam pemilukada dituntut kemampuannya mengelola beberapa sumber daya politik strategis, yakni; produk kebijakan publik, partai politik, birokrasi, dan kekuatan Ormas.

Daftar Pustaka

- Bahtiar, Wardi Bahtiar, Prof.Dr,M.S, 2006, *Sosiologi Klasik Dari Comte Hingga Parsons*, Bandung, PT.Remaja Rosdakarya
- Gerungan, W.A., 1996, *Psychology Social*, Surabaya, Usaha Nasional
- Wirawan, I.B. Prof.Dr., 2013, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma;Fakta Sosial, Definisi Sosial & Perilaku Sosial* , Kencana Prenada Group
- Rahmat, Jalaludin, 1985, *Psikologi Komunikasi* , Remaja Karya
- Shadlily, Suparman, 1982, *Persepsi Sosial Mengenai Perilaku Menyimpang*, Jakarta, Bulan-Bintang
- Sobur, Alex, 2014, *Filsafat Komunikasi: Tradisi Dan Metode Fenomenologi*, Bandung, PT.Raja Rosdakarya
- Susanto, Astrid.S., 1985, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial* , Bandung, PT.Bina Cipta
- Syam, Nina Q., 2012, *Sosiologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, Sambiosa Rekatama Media

