

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di kota Surakarta, di mana Surakarta adalah salah satu kota yang sempat menjadi tempat terjadinya tragedi 1998 yang menyudutkan warga etnis Tionghoa. Berkaitan dengan adanya pemilu 2014 ini, kota Surakarta memiliki beberapa partisipan. Data ini didapat penulis dari studi dokumen, observasi dan wawancara singkat dengan KPU (Komisi Pemilihan Umum) di kota Surakarta. KPU bertugas sebagai penyelenggara pemilu di Indonesia. KPU terdapat di setiap kota seperti di kota Surakarta ini. Seluruh berita mengenai pemilu 2014 terdapat pada KPU (<http://kpu-surakartakota.go.id>).

Partai politik yang ikut berpartisipasi di kota Surakarta berjumlah 12. 12 partai tersebut ialah sebagai berikut ini.

Partai Politik Peserta Pemilu 2014		
No	Gambar	Nama Parpol
1		Partai NasDem
2		Partai Kebangkitan Bangsa
3		Partai Keadilan Sejahtera
4		Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
5		Partai Golongan Karya
6		Partai Gerakan Indonesia Raya
7		Partai Demokrat
8		Partai Amanat Nasional
9		Partai Persatuan Pembangunan
10		Partai Hati Nurani Rakyat
11		Partai Bulan Bintang
12		Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia

Gambar 7 :Partai Politik Peserta Pemilu 2014  
 Sumber :<http://kpu-surakartakota.go.id/pemilu-2014/partai-politik-peserta-pemilu#4>

Gambar 7 di atas adalah daftar partai politik yang ikut serta dalam pemilu 2014 di kota Surakarta. Berdasarkan hasil wawancara dengan KPU (Komisi Pemilihan Umum) jumlah partai yang kemungkinan terdapat calon legislatif dari etnis Tionghoa berjumlah enam partai, yakni partai politik Nasdem, PDIP, Golkar, Gerindra, Demokrat dan Hanura. Penulis melakukan observasi dan wawancara langsung dengan masing-masing pengurus kantor cabang keenam partai politik tersebut untuk memastikan keberadaan calon legislatif etnis Tionghoa di dalamnya. Hasil dari observasi dan wawancara

tersebut mengarah pada tiga calon legislatif dari partai politik Hanura. Daftar calon legislatif etnis Tionghoa di kota Surakarta ialah sebagai berikut ini.

3		NUR HARTO	L
2		TOMY SANTOSO WIBOWO P	L
2		HERU EKO PRAMONO, S.E., A.K.	L

Gambar 8 :Daftar Calon Legislatif Etnis Tionghoa Kota Surakarta dalam Pemilu 2014

Sumber :<http://kpu-surakartakota.go.id/pemilu-2014/daftar-calon-tetap/>

Dari empat calon legislatif tersebut hanya tiga orang yang bersedia untuk diwawancara, yakni Nurharto, Tomy Santoso Wibowo P dan Heru Eko Pramono. Ketiga calon legislatif tersebut berasal dari partai politik Hanura.

Lokasi penelitian ini menyesuaikan dengan daerah pemilihan masing-masing calon legislatif tersebut, yakni berada di Kecamatan Banjarsari dan Kecamatan Jebres. Penulis telah melakukan wawancara mendalam dengan ketiga calon legislatif tersebut. Berikut ini adalah paparan hasil wawancara penulis dengan tiga calon legislatif tersebut.

	<b>Nurharto</b>	<b>Tomy</b>	<b>Heru Eko Pramono</b>
<b>Daerah Pemilihan</b>	Kecamatan Banjarsari, Surakarta	Kecamatan Banjarsari, Surakarta	Kecamatan Jebres, Surakarta
<b>Slogan</b>	Tinggalkan perbedaan, galang persatuan, bangun kota Solo	1. Miliki hati seorang hamba 2. Pilih yang sampeyan kenal dan kenal dengan sampeyan.	Mengabdikan <i>zonder</i> korupsi
<b>Visi-Misi/Rancangan Program</b>	1. Mengangkat perekonomian rakyat 2. Menyejahterakan rakyat 3. Menolong rakyat	1. Memprioritaskan pembangunan lahir batin 2. Memberikan subsidi untuk buku pelajaran 3. Menghentikan tangan-tangan dan jalur korupsi dalam hal anggaran wajib belajar sembilan tahun 4. Memberikan sembako dan tempat tinggal yang layak pakai untuk masyarakat di Banjarsari	1. Memperbaiki anggaran agar anggaran keluar secukupnya 2. Membasmi adanya KKN 3. Menciptakan sebuah anggaran khusus untuk yayasan dan sekolah-sekolah anak berkebutuhan khusus
<b>Kampanye yang Sudah Dilakukan</b>	1. Media Cetak: a) Kartu nama b) Spanduk c) Kartu ucapan imlek 2. Sosialisasi dengan: a) Para RT b) Seluruh komunitas (semua agama) c) Hohap, Fuqing dan PMS 3. Bantuan: a) Membagikan 1000 sembako kepada warga Banjarsari b) Membagikan masker ke tukang sapu c) Membagikan dompet dan celemek untuk ibu-ibu d) Membagikan kacamata anti abu kelud e) SPP gratis f) Dokter gratis g) Operasi katarak	1. Media massa: Iklan TV local (TATV) pukul 19.00 WIB 2. Media cetak: a) Spanduk b) Stiker c) Kalender d) Kaos 3. Sosialisasi dengan: a) 28 gereja di Banjarsari b) Ibu-ibu PKK c) Koordinator wilayah	1. Media cetak: a) Kartu nama b) Spanduk c) Baliho d) Kalender e) Bendera f) Kaos 2. Sosialisasi dengan : a) Kerabat b) Perkumpulan PMS c) RT, PKK dan arisan bapak-bapak d) Selgroup (perkumpulan ibadah gereja dalam sebuah kelompok untuk agama Kristen) e) Gereja-gereja kecil di area Jebres 3. Bantuan: a) Kain seragam untuk ibu-ibu PKK b) Perbaikan

	gratis h) Asuransi gratis		bangunan untuk Posyandu c) TV untuk pos kamling
<b>Lokasi Kampanye</b>	Hanya di area dapil	Hanya di area dapil	Hanya di area dapil
<b>Segmentasi</b>	Segmentasi berdasarkan status sosial: 1. Pengusaha (terutama etnis Tionghoa) 2. Seluruh warga area Kecamatan Banjarsari	Segmentasi berdasarkan umur dan status sosial: 1. Kalangan pengusaha 2. Kalangan etnis Tionghoa dan Kristiani 3. Kalangan anak muda	Segmentasi berdasarkan umur dan status sosial: 1. Kalangan pengusaha 2. Kalangan menengah ke bawah 3. Kalangan anak muda
<b>Ciri Khas/Pembeda dengan Caleg Lain</b>	Sudah melakukan banyak bantuan kepada rakyat secara massal dan besar-besaran	Tidak menggunakan bantuan materi dalam berkampanye.	Lebih menekankan kampanye melalui kerabat
<b>Anggaran</b>	<i>Off the record</i>	>100.000.000 rupiah	Anggaran tidak dapat disebutkan secara nominal namun meliputi: 1. Gaji tim sukses/bulan 2. Biaya cetak iklan 3. Biaya pasang iklan 4. Bantuan-bantuan
<b>Tim Sukses</b>	Lebih dari sepuluh orang	Tidak menggunakan tim sukses melainkan koordinator wilayah.	Delapan kelompok yang terdiri dari masing-masing satu sampai empat orang.

Tabel 2 : Implementasi Strategi Kampanye Calon Legislatif Etnis Tionghoa Partai Hanura

Sumber : Hasil wawancara penulis

Tabel 2 di atas merupakan hasil dari wawancara penulis dengan ketiga calon legislatif etnis Tionghoa tersebut. Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Slogan

Pada tahap ini ketiga calon legislatif tersebut memiliki slogan yang berbeda. Caleg yang pertama ialah Nurharto dengan slogan “Tinggalkan perbedaan, galang persatuan, bangun Kota Solo”. Slogan ini dipilih karena tidak ingin memilih slogan yang isinya memuji diri sendiri seperti yang telah

diungkapkan “Banyak caleg yang slogannya simpatik, komunikatif, amanah, jujur, tidak korupsi” (Nurharto, 24 Maret 2014).

Berbeda dengan Nurharto, Tomy caleg dapil Banjarsari ini memiliki dua buah slogan. Versi yang pertama untuk kalangan etnis Tionghoa dan Kristiani yakni “Miliki Hati Seorang Hamba”. Versi yang kedua untuk kalangan umum yakni “Pilih yang Sampeyan Kenal dan Kenal dengan Sampeyan”. Slogan tersebut diciptakan agar lebih spesifik dan lebih menjangkau ke masyarakat. Arti Slogan “Miliki Hati Seorang Hamba” adalah ketika seseorang memiliki hati seorang hamba maka orang tersebut akan senantiasa melayani tanpa pamrih. Sedangkan arti Slogan yang kedua “Pilih yang Sampeyan Kenal dan Kenal dengan Sampeyan” memiliki arti bahwa Tomy merupakan salah satu caleg yang asli warga Banjarsari (Dapil) sehingga sudah sangat kenal dengan masyarakat, slogan tersebut digunakan untuk mengingatkan para penduduk di wilayah tersebut.

Terakhir adalah slogan milik Heru Eko Pramono yang berbunyi “Mengabdi *zonder* korupsi”. Arti slogan tersebut ialah mengabdikan tanpa korupsi, di mana *zonder* dalam bahasa Belanda berarti ‘tanpa’. Alasan memakai slogan ini adalah karena partai Hanura anti korupsi dan hingga sekarang belum ada indikasi atau kasus korupsi dari partai Hanura yang sudah menjabat, selain itu karena bunyi akhiran ‘i’ yang sama pada kata pertama dan kata terakhir yang dalam bahasa Jawa disebut *purwokandisworo*.

## 2. Visi Misi/Rancangan Program

Visi misi Nurharto yakni bersegmentasi pada rakyat kecil seperti tukang sapu jalanan, tukang sampah dan tukang parkir. Hal ini karena berkaitan dengan kesejahteraan rakyat, seperti pernyataan berikut.

“Ya nanti kalau andai kata jadi, itu sasya akan mengangkat tukang sapu jalanan, tukang sampah, tukang parker akan kita ekonominya lebih kita tingkatkan. Lah untuk lainnya ya mau sama, hampir sama, menyejahterakan rakyat, ya nulungi rakyat ya semua itu janji-janji manis semua. Ho’o to?Ho’o.”(Nurharto, 24 Maret 2014)

Kedua adalah visi misi dari Tomy mengarah pada pembangunan lahir batin. Hal ini bermaksud pembangunan untuk tempat ibadah lebih ditingkatkan dan diberi kemudahan dalam ijin. Sebaliknya, pembangunan tempat hiburan seperti tempat karaoke, *café* dan lain sebagainya lebih diminimalisir. Pembangunan yang berikutnya berupa pembangunan tempat tinggal layak pakai khususnya untuk masyarakat Banjarsari agar rakyat lebih sejahtera. Visi misi yang kedua berupa subsidi untuk buku pelajaran. Hal ini terkait dengan latar belakang pengusaha penerbit dan percetakan Tomy sebagai calon legislatif.

Visi misi yang ketiga yakni dari Heru Eko Pramono, yang berkaitan dengan anggaran. Menurut Heru Eko Pramono, anggaran yang diajukan adalah anggaran seperlunya, tidak sampai berlebihan sehingga sebuah anggaran menjadi lebih efisien. Kerja sama dalam sebuah pekerjaan juga dapat menimbulkan KKN seperti yang kerap kali terjadi, misalnya dalam hal mitra kerja dengan perusahaan untuk pembangunan wilayah setempat, tidak

mementingkan kepentingan pribadi seperti pemenang tender untuk pembangunan kota karena masih kerabat dan lain sebagainya. Terakhir, adalah visi misi pribadi yang terkait dengan hal pribadi Heru Eko Pramono, di mana anak berkebutuhan khusus dapat memiliki tempat yang layak.

### 3. Kampanye yang Sudah Dilakukan

Kampanye yang dilakukan oleh Nurharto mengarah pada sosialisasi dan bantuan. Informasi yang disampaikan dalam kegiatan kampanye menjelaskan bahwa:

“Bentuknya saya cuma membeli masukkan, kita tu jangan memilih partai tapi milih figur, figur yang berbobot, yang SDMnya bagus, yang feelingnya bagus, partai tidak perlu, yang penting figur. Dan yang kedua figur itu harus sudah terbentuk tahunan yang lalu,” (Nurharto, 24 Maret 2014)

Dalam kegiatan sosialisasi, perbedaan agama benar-benar ditinggalkan, sehingga tidak ada kampanye di sebuah tempat ibadah. Kampanye yang dilakukan lebih menekankan pada sosok diri sebab nama partai tidak selalu disertakan dalam kegiatan menolong rakyat, di mana itu merupakan salah satu bentuk implementasi strategi kampanyenya. Berbagai bentuk kampanye Nurharto lainnya dapat dilihat pada lampiran 4.

Berikutnya ialah kampanye yang dilakukan oleh Tomy, di mana kampanyenya lebih menekankan anti *money politic*. Selain calon legislatif, Tomy juga merangkap sebagai tim sukses DPR RI partai Hanura. Hal ini sangat bermanfaat, seperti yang ada pada TVC di TV lokal TATV. Iklan tidak ditayangkan penuh namun menumpang dengan iklan DPR-RI tingkat 1 Partai

Hanura. Informasi yang disampaikan dalam kampanye kepada masyarakat lebih menekankan pada visi misi dan rancangan program ke depan.

Terakhir adalah kampanye yang sudah dilakukan oleh Heru Eko Pramono. Kampanyenya lebih menekankan pada relasi seperti kerabat, saudara, teman saudara, saudara teman, anak-anak kerabat tersebut dan lain-lain. Beberapa kerabat juga memiliki komunitas seperti komunitas arisan Fuqing, sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk berkampanye melalui kartu nama, kalender dan sosialisasi. Kampanye dengan melakukan presentasi di komunitas PMS juga telah dilakukan, dengan cara memohon ijin terlebih dahulu kepada Ketua Humas PMS. Gereja dan kelompok sel di dalam gereja juga menjadi tempat sosialisasi. Kampanye Heru Eko Pramono lebih mengarah pada kerabat dan relasi agar mudah melakukan sosialisasi. Berbagai bentuk kampanye Heru Eko Pramono dapat dilihat pada lampiran 5.

#### 4. Lokasi Kampanye

Ketiga caleg tersebut memilih berkampanye di area dapil saja.

Menurut Heru Eko Pramono ialah sebagai berikut.

“Sebenarnya memang kalau di logika orang yang memilih kan bisa jalan kemana-mana, tapi karena nggak tahu aturane. Jane ya nggak tertulis ik. Caleg Jebres hanya pasang gambar di Jebres nggak tertulis, Cuma yo.. Semua gitu, lebih kompensif. Lucu jadi caleg Jebres pasang di Banjarsari ya ditertawakan, ini orang gila apa goblok gitu. Hehehe..”

Jadi, tidak ada caleg yang berkampanye melebihi batas area dapil.

## 5. Segmentasi

Segmentasi yang dilakukan oleh Nurharto lebih mengarah pada status sosial, di mana dalam kampanyenya dibedakan antara pengusaha dengan warga sekitar. Pengusaha khususnya yang etnis Tionghoa dijangkau melalui komunitas Hohap, Fuqing dan PMS. Ketiga komunitas tersebut adalah komunitas pengusaha yang mayoritas etnis Tionghoa. Segmen yang kedua adalah bantuan-bantuan yang dilakukan bersama tim sukses kepada warga sekitar khususnya yang tidak mampu.

Segmentasi yang dilakukan oleh Tomy hampir sama dengan Heru Eko Pramono, yakni lebih mengarah ke usia dan status sosial namun yang menjadi pembeda dari keduanya ialah segmentasi berdasarkan agama dan etnis. Kampanye yang dilakukan kepada pengusaha dengan cara *door to door* namun dengan informasi singkat, sebab menurut Tomy rata-rata pengusaha tidak memiliki banyak waktu. Slogan khusus yang sudah dibuat membuat sebuah segmentasi yang terarah kepada umat Kristiani dan etnis Tionghoa. Berikutnya adalah pendekatan kepada anak muda dilakukan melalui karang taruna dengan cara berolah raga seperti bola voli dan futsal.

Segmentasi yang dilakukan oleh Heru Eko Pramono, terutama khusus pengusaha dilakukan melalui presentasi di komunitas PMS. Untuk masyarakat menengah ke bawah dilakukan bersama tim sukses melalui sosialisasi dan bantuan kepada warga sekitar. Untuk anak muda kampanye secara langsung tidak dilakukan namun pemasangan media cetak yang dekat dengan SMA di

Kecamatan Jebres menjadi sebuah kampanye secara tidak langsung yang diarahkan pada anak muda.

#### 6. Ciri Khas/Pembeda dengan Caleg Lain

Nurharto lebih menekankan pada bantuan agar rakyat sejahtera, sehingga meskipun anggaran dikatakan *off the record* namun bisa diperkirakan bahwa anggarannya cukup besar dibandingkan dengan Tomy atau Heru Eko Pramono.

Sedangkan Tomy, menekankan anti *money politic* dan lebih memanfaatkan *link* sebagai cara-cara efektif untuk berkampanye. Selain itu tidak menggunakan tim sukses melainkan koordinator wilayah dan sifatnya tidak digaji. Hal ini membuat anggaran lebih sedikit.

Terakhir adalah Heru Eko Pramono, di mana lebih menekankan pada kerabat atau saudara. Saudara teman, teman saudara, teman anak dan seterusnya menjadi sebuah ajang untuk berkampanye.

#### 7. Anggaran

Ketiga caleg tersebut sama-sama memiliki anggaran yang dapat diperkirakan cukup banyak, namun jumlah tersebut dapat diperkirakan paling banyak dihabiskan dalam bentuk bantuan-bantuan untuk masyarakat dan ongkos tim sukses. Menurut Tomy apabila caleg mau turun tangan sendiri maka anggaran akan dapat diminimalisir.

## 8. Tim Sukses

Nurharto dan Heru Eko Pramono sama-sama menggunakan tim sukses. Nurharto mendapatkan tim suksesnya dari pegawai dan warga sekitar. Sedangkan Heru Eko Pramono mendapatkan tim suksesnya dari orang yang bertempat tinggal di masing-masing RW. Berbeda dengan kedua caleg tersebut, Tomy tidak menggunakan tim sukses melainkan koordinator wilayah. Koordinator wilayah ini bertugas untuk memberitahu caleg situasi lokasi dapil, misalnya ada upacara kematian, upacara pernikahan dan lain sebagainya.

Selain mengenai calon legislatif, tentu akan diulas pula mengenai generasi muda etnis Tionghoa sebagai informan dari penelitian ini. Berikut ini adalah profil informan generasi muda etnis Tionghoa di Surakarta yang memiliki rentang usia 17-22 tahun sebagai pemilih pemula.

	<b>Informan 1</b>	<b>Informan 2</b>	<b>Informan 3</b>	<b>Informan 4</b>
<b>Nama (Inisial)</b>	I	A	J	D
<b>Tanggal Lahir</b>	14 Oktober 1992	1 Maret 1993	4 Mei 1992	14 Januari 1993
<b>Usia</b>	22 tahun	21 tahun	22 tahun	21 tahun
<b>Jenis Kelamin</b>	Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki
<b>Daerah Pemilihan</b>	Kecamatan Jebres	Kecamatan Jebres	Kecamatan Banjarsari	Kecamatan Banjarsari
<b>Caleg yang ditanggapi</b>	Heru Eko Pramono	Heru Eko Pramono	Nurharto	Tomy Santoso
<b>Waktu wawancara</b>	Kamis, 12 Juni 2014	Rabu, 18 Juni 2014	Kamis, 12 Juni 2014	Senin, 23 Juni 2014

Tabel 3 :Biodata Informan

Sumber :Hasil wawancara dengan keempat informan

Keempat informan di atas merupakan pemilih pemula di kota Surakarta, yang berasal dari etnis Tionghoa. Para informan tersebut ikut serta dalam pemilu pada tanggal 9 April 2014, sehingga pendapatnya layak untuk diketahui dalam penelitian ini.