

bab i **pendahuluan**

1.1 latar belakang

industri kecantikan dan pengusaha kosmetik saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. salah satu penyebab kemajuan industri ini karena bagi sebagian perempuan dan laki-laki, produk kecantikan telah menjadi kebutuhan pokok yang sangat penting, produk kecantikan juga berperan sebagai alat untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen kepada pemilik produk (owner). oleh karena itu, produk kecantikan telah menjadi komoditas yang signifikan dalam lingkaran masyarakat indonesia.

perkembangan yang sangat signifikan ini membuat pergeseran menjadi identitas sosial di masyarakat dan menimbulkan kepercayaan terhadap produk tersebut. owner yang mempunyai produk tersebut mengalami pula perkembangan, karena telah berhasil dalam bisnis kosmetik dan memperkuat sistem ekonominya sehingga owner tersebut memiliki kepercayaan diri untuk transisi menjadi seorang politikus. seperti ikut berkontestasi di pemilihan umum dalam pemilihan anggota dewan perwakilan rakyat daerah, sebagai bentuk representative sistem politik di indonesia yang biasa disebut demokrasi.

indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi yang memiliki pemikiran mendasar mengenai konsep partisipasi politik. secara umum, partisipasi politik dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kegiatan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara, dan secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (public policy).

mengawali pemahaman kita terhadap makna dari sistem pemilihan umum (pemilu), terlebih dahulu kita perlu memahami konsep demokrasi yang menjadi latar belakang dari dilaksanakannya pemilu tersebut. konsep demokrasi pada hakikatnya mempunyai keterkaitan yang sangat erat dengan konsep pemilu yang akan kita bahas. berangkat dari pengertian demokrasi yang berarti pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat (democracy is government of the people, by the people, and for the people).

pemilihan umum adalah salah satu proses sistem politik yang dianut oleh indonesia untuk memilih sebagian besar atau seluruh anggota suatu badan legislatif dan eksekutif yang dipilih secara langsung oleh masyarakat. pemilu adalah sarana

kedaulatan rakyat untuk memilih anggota dewan perwakilan rakyat (dpr), anggota dewan perwakilan daerah (dpd), presiden dan wakil presiden, dan untuk memilih dewan perwakilan rakyat daerah (dprd), sebagai bentuk representative dari desentralisasi daerah .

kabupaten takalar adalah salah satu daerah yang melaksanakan pemilihan umum pada tahun 2024, salah satu fenomena yang sangat unik adalah calon anggota dewan perwakilan rakyat daerah (dprd) mempunyai latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, salah satunya adalah pengusaha kosmetik yang biasa disebut owner atau pemilik produk kosmetik yang memberanikan dirinya menjadi calon anggota dprd kabupaten takalar dan sesuai hasil rekapitulasi suara owner tersebut menjadi pemenang di dapilnya.

dari hasil perolehan suara pemilihan umum kabupaten takalar tahun 2024, dimana partai pkb yang menjadi kendaraan politik dari owner tersebut berhasil memperoleh hasil suara yang dominan sehingga dinyatakan sebagai pemenang pada pemilu di kabupaten takalar pada tahun 2024. modal sosial menjadi salah satu hal penting dalam memobilisasi suara masyarakat karena untuk mencapai kerja sama dan tindakan kolektif perlu menanamkan nilai, norma dan kepercayaan masyarakat.

partai pkb mendapatkan kursi pimpinan yaitu ketua dprd kabupaten takalar. dan hal yang menarik adalah salah satu anggota dewan yang terpilih dari latar belakang pengusaha yaitu owner kosmetik yang mewakili daerah pemilihan 1 (pattalassang, polongbangkeng utara, polongbangkeng timur, salah satu strategi yang diterapkan oleh owner tersebut adalah memanfaatkan modal sosialnya dalam hal ini membuat suatu komunitas untuk melakukan sosialisasi pemenangan, dan hasilnya owner tersebut mendapatkan suara terbanyak di partai yang menjadi kendaraanya yaitu partai kebangkitan bangsa (pkb).

berdasarkan pembahasan atau fenomena di atas tersebut dilakukan suatu penelitian yang berjudul "**strategi pemanfaatan modal sosial owner kosmetik dalam pemenangan pemilu legislatif di kabupaten takalar tahun 2024**". adapun skema pikir pada penelitian ini dalam upaya memahami bagaimana strategi owner kosmetik dalam pemengan pemilihan legislatif di kabupaten takalar tahun 2024, adalah sebagai berikut :

1.2 rumusan masalah

dalam rencana penyusunan penelitian tesis ini, ada beberapa batasan masalah yang akan dikaji dan dititik beratkan pada hal – hal berikut:

1. bagaimana pemanfaatan modal sosial owner kosmetik untuk memenangkan pemilu legislatif di kabupaten takalar tahun 2024 ?
2. apa faktor yang mempengaruhi owner kosmetik dalam memanfaatkan modal sosial pada proses pemenangan pemilu legislatif di kabupaten takalar tahun 2024?

1.3 tujuan penelitian

tujuan penelitian ini dilakukan dalam upaya :

1. untuk menganalisis upaya owner kosmetik dalam memanfaatkan modal sosialnya pada pemilu legislatif di kabupaten takalar tahun 2024.
2. untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi owner kosmetik dalam memanfaatkan modal sosial pada proses pemilu legislatif di kabupaten takalar tahun 2024.

1.4 manfaat penelitian

penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi seluruh elemen yang berminat berkecimpung masuk dalam dunia politik dan ada dua manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. manfaat akademis ;

secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu politik, khususnya dalam studi politik lokal dan teori modal sosial. penelitian ini memperluas cakupan analisis teori modal sosial francis fukuyama dengan menunjukkan bahwa modal sosial yang terbentuk dalam relasi ekonomi seperti kepercayaan konsumen, norma loyalitas komunitas, dan jaringan bisnis dapat dikonversi secara efektif menjadi modal politik dalam kontestasi elektoral di tingkat lokal. dengan mengkaji peran owner kosmetik sebagai aktor politik non-elit, penelitian ini memperkaya literatur mengenai variasi aktor dalam politik lokal yang selama ini lebih banyak berfokus pada elite partai, tokoh agama, atau tokoh adat. selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris berbasis studi kasus yang dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam menganalisis dinamika konversi modal sosial ke dalam dukungan politik, khususnya dalam konteks demokrasi lokal di indonesia.

2. manfaat praktis ;

secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi aktor pebisnis atau owner kosmetik, aktor politik lokal, partai politik, dan tim pemenangan dalam merancang strategi pemenangan pemilu yang lebih berbasis pada penguatan relasi sosial dan kepercayaan publik, bukan semata-mata pada mobilisasi modal ekonomi. selain itu, penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh penyelenggara pemilu dan pemangku kepentingan demokrasi sebagai bahan pertimbangan dalam mendorong praktik politik yang lebih etis dan partisipatif, serta sebagai alternatif strategi pemenangan yang mampu mengurangi ketergantungan pada praktik politik uang di tingkat lokal.

1.5 penelitian terdahulu

penelitian dengan tema strategi modal sosial owner kosmetik dalam pemenangan pemilu sudah banyak dilakukan di berbagai universitas. sejumlah penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah antara lain :

1. penelitian ini mempunyai kesamaan yang dilakukan oleh irene ria romambo plaituka dengan judul pemanfaatan modal sosial dalam pemenangan calon anggota legislatif pasca pindah dapil pada pemilu legislatif kota surabaya tahun 2014. dalam penelitian ini dapat diuraikan bahwa, peran modal sosial dalam konteks politik, khususnya dalam memenangkan calon legislatif pada pemilu legislatif 2014 di surabaya. fokus utama adalah studi kasus ir. h. masduki toha yang berhasil memanfaatkan jaringan sosial, kepercayaan, dan hubungan timbal balik (modal sosial) yang terbentuk dari hubungan formal dan informal untuk mendapatkan dukungan masyarakat dan memenangkan pemilihan.
2. penelitian yang dilakukan oleh raymond pangihut hasoloan sinaga, yang berjudul "strategi pemenangan martin billa melalui pemanfaatan modal sosial pada pemilihan dewan perwakilan daerah di provinsi kalimantan utara tahun 2019" dalam penelitian tersebut dapat jelaskan strategi kemenangan martin billa dalam pemilihan dpd 2019 di kalimantan utara sangat bergantung pada pemanfaatan modal sosialnya. martin billa membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan masyarakat melalui komunikasi langsung, pendekatan sosial dan emosional, serta jejaring dengan tokoh adat, agama, dan organisasi. kepercayaan yang

terbangun dari modal sosial ini menjadi kunci utama dalam memperoleh dukungan dan suara terbanyak, sehingga modal sosial menjadi faktor penentu keberhasilan politiknya.

3. kemudian penelitian yang dilakukan oleh cut roza novianita yang berjudul “pengaruh modal sosial kekerabatan sebagai strategi defensif terhadap kemenangan darwati a. gani pada pemilu 2019” dalam penelitian tersebut penulis menguraikan bahwa modal sosial digunakan sebagai strategi defensif dalam konteks politik, khususnya untuk meningkatkan keterwakilan perempuan dalam politik di aceh. tulisan membahas peran modal ekonomi, politik, sosial, dan budaya dalam kontestasi politik, serta pentingnya affirmative action untuk mengatasi ketidaksetaraan gender. selain itu, strategi politik yang sistematis dan pemanfaatan modal sosial menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan pemilihan dan memperkuat posisi perempuan di dunia politik.

penelitian ini memiliki kebaruan karena menghadirkan perspektif baru mengenai hubungan antara modal sosial dan politik lokal, khususnya melalui pemanfaatan jaringan bisnis kosmetik. selama ini, kajian tentang modal sosial dalam politik lokal lebih banyak menyoroti peran tokoh agama, tokoh adat, atau elite politik tradisional sebagai aktor utama dalam membangun jaringan dan memperoleh dukungan elektoral. sementara itu, keterlibatan pelaku usaha kecil dan menengah, khususnya pemilik bisnis kosmetik yang mayoritas digerakkan oleh perempuan, masih jarang dikaji secara serius dalam literatur politik lokal.

dengan mengacu pada teori modal sosial francis fukuyama, penelitian ini menawarkan sudut pandang baru bahwa *trust* ekonomi yang terbangun dalam relasi antara owner kosmetik dan konsumennya dapat bermigrasi menjadi *trust* politik. artinya, modal sosial yang awalnya terbentuk dalam ranah bisnis dapat dimobilisasi sebagai modal politik dalam kontestasi elektoral. hal ini menunjukkan bahwa basis dukungan politik tidak hanya dapat lahir dari figur tradisional, tetapi juga dari aktor-aktor ekonomi non-elitis yang memiliki kedekatan langsung dengan masyarakat sehari-hari.

berdasarkan penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa modal sosial berpengaruh signifikan terhadap kemenangan pemilu yang di ikuti oleh seorang aktor politik, selain itu modal sosial dapat meningkatkan partisipasi politik yang setiap

pemilihan umum karena rasa percaya masyarakat terhadap aktor politik yang memiliki modal sosial. oleh arena itu dalam penelitian ini peneliti akan menguraikan strategi pemanfaatan modal sosial owner kosmetik dalam memenangkan pemilu tahun 2024 di kabupaten takalar.

1.6 teori pilihan modal sosial

modal sosial adalah lembaga, hubungan-hubungan, dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas interaksi sosial masyarakat. modal sosial bukan hanya jumlah lembaga yang menopang masyarakat, tetapi juga perekat yang menyatukan lembaga-lembaga tersebut. modal sosial terdiri dari banyak hubungan aktif antar orang, seperti kepercayaan, saling pengertian, nilai bersama, dan perilaku yang mengikat anggota jaringan manusia dan komunitas sehingga memungkinkan terjadinya tindakan kooperatif

sementara itu, francis fukuyama (1995) dalam buku *trust : the social virtues and the creations of prosperity* menyatakan bahwa kondisi kesejahteraan, demokrasi dan daya saing suatu masyarakat ditentukan oleh tingkat kepercayaan antara sesama warga. tingkat kepercayaan bertalian dengan akar budaya, etika dan moral, yang diwujudkan dalam perilaku saling bantu dan kerjasama. keberhasilan ekonomi suatu negara bangsa setara dengan perpaduan yang harmonis antara organisasi ekonomi skala besar, korporasi yang demokratis, dan nilai budaya seperti resiprositas, tanggungjawab moral dan kepercayaan.

francis fukuyama merupakan salah satu pemikir kontemporer yang memberikan kontribusi besar dalam kajian sosial dan politik melalui gagasan tentang *modal sosial*. menurut fukuyama, modal sosial adalah seperangkat nilai, norma, dan kepercayaan yang memungkinkan anggota masyarakat bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama (fukuyama, 1999). modal sosial tidak hanya penting dalam menjaga kohesi sosial, tetapi juga berperan sebagai fondasi bagi pembangunan ekonomi, penguatan institusi, serta konsolidasi politik. fukuyama menegaskan bahwa tingkat kepercayaan (*trust*) menjadi inti dari modal sosial, karena dari sinilah lahir kerja sama yang bersifat sukarela, efisien, dan berjangka panjang (fukuyama, 1995). namun, modal sosial tidak berdiri sendiri; ia diperkuat melalui keberadaan norma sosial, jaringan, partisipasi kolektif, serta institusi yang kuat yang mampu menyalurkan dan memperluas dampaknya pada masyarakat luas, berikut unsur penting dalam teori fukuyama anatara lain :

1. kepercayaan (trust)

kepercayaan merupakan unsur utama dalam modal sosial. fukuyama mendefinisikannya sebagai harapan yang muncul dalam suatu komunitas bahwa individu lain akan bertindak jujur, adil, dan kooperatif sesuai norma bersama. *“trust is the expectation that arises within a community of regular, honest, and cooperative behavior, based on commonly shared norms”* (fukuyama, 1995:26). tingkat kepercayaan yang tinggi membuat masyarakat lebih mudah bekerja sama tanpa terlalu bergantung pada aturan formal atau mekanisme pengawasan, sehingga dapat menekan biaya transaksi baik dalam ekonomi maupun politik.

2. norma sosial

norma adalah aturan tidak tertulis yang menuntun perilaku individu dalam masyarakat. fukuyama menekankan bahwa modal sosial berakar pada nilai dan norma informal yang memungkinkan kerja sama kolektif. *“social capital is embodied in the set of informal values or norms shared among members of a group that permit them to cooperate with one another”* (fukuyama, 1999:1). norma ini memperkuat solidaritas, memunculkan rasa tanggung jawab, dan menjadi perekat sosial dalam menghadapi persoalan bersama.

3. jaringan sosial (*social networks*)

selain *trust* dan norma, jaringan sosial juga menjadi aspek penting modal sosial. jaringan terbentuk melalui hubungan keluarga, komunitas, organisasi, hingga lembaga negara yang berfungsi sebagai wadah pertukaran informasi, sumber daya, dan dukungan. fukuyama menegaskan bahwa modal sosial tidak dapat berdiri sendiri, melainkan terwujud dalam jaringan yang menghubungkan individu dan kelompok secara berkelanjutan (fukuyama, 1999). dengan demikian, jaringan sosial memperluas jangkauan kerja sama dari lingkup kecil menuju level masyarakat yang lebih luas.

4. partisipasi dan solidaritas

fukuyama juga menyoroti pentingnya partisipasi masyarakat dalam aktivitas kolektif, baik pada ranah sosial, ekonomi, maupun politik. tingginya modal sosial memungkinkan masyarakat untuk berorganisasi secara mandiri tanpa selalu membutuhkan intervensi negara. *“communities with a high degree of social capital are able to organize themselves more easily around common interests, reducing the need for formal institutions”* (fukuyama, 1999:9). partisipasi ini memperkuat

solidaritas dan meningkatkan kapasitas masyarakat untuk menghadapi tantangan bersama secara lebih efektif.

5. institusi yang kuat

unsur terakhir yang ditekankan fukuyama adalah pentingnya institusi politik, hukum, dan ekonomi yang kuat sebagai saluran pengelolaan modal sosial. institusi berperan menjaga agar modal sosial tidak hanya terkonsentrasi pada kelompok kecil (*bonding social capital*), tetapi juga menjangkau masyarakat luas melalui jembatan sosial (*bridging social capital*). dengan demikian, institusi yang sehat menjadi penghubung antara kepercayaan, norma, jaringan, dan partisipasi masyarakat sehingga dapat menopang pembangunan berkelanjutan (fukuyama, 1999).

negara yang memiliki modal sosial yang tinggi mampu dan berhasil menyelesaikan persoalan yang dihadapi dengan solusi yang lebih baik dibanding negara yang memiliki modal sosial rendah. modal sosial tersebut meliputi tiga elemen penting yaitu norma sosial, kepercayaan, dan jaringan sosial. norma sosial yang perlu dibangun dalam hubungan masyarakat-pemerintah adalah kepercayaan, akuntabilitas, kemitraan, partisipasi, dan responsivitas; sedangkan dalam hubungan antar masyarakat warga adalah solidaritas, toleransi, kepercayaan, dan kerjasama. kepercayaan, seperti dinyatakan thomas moore, merupakan anugerah spirit yang memungkinkan jiwa untuk tetap melekat dengan perkembangannya sendiri.

bahkan francis fukuyama menyatakan bahwa kepercayaan merupakan modal untuk menciptakan organisasi fleksibel berskala besar yang diperlukan untuk bersaing di kancah global. jaringan sosial dikenal dalam masyarakat warga dalam bentuk paguyuban, asosiasi, maupun organisasi lokal. dalam hubungan masyarakat-pemerintah, jaringan sosial, bisa berbentuk formal seperti dprd, ataupun informal seperti forum warga. jaringan sosial bisa berupa jaringan sosial pengikatan (*bonding social capital*) dan jaringan sosial penjembatanan (*bridging social capital*).

sejalan dengan pemikiran di atas maka peneliti dapat menguraikan bahwa modal sosial dalam konsep politik merujuk pada aspek-aspek hubungan sosial, norma, dan jaringan yang mempengaruhi partisipasi politik, kepercayaan antar warga, serta efektivitas institusi politik. modal sosial dianggap penting karena dapat memperkuat demokrasi melalui peningkatan kerjasama, kohesi sosial, dan keterlibatan warga dalam proses politik. oleh karena itu.

1.6.1 relevansi teori modal sosial fukuyama dalam konteks politik lokal

francis fukuyama (1995) menekankan bahwa *trust* merupakan inti dari modal sosial, yaitu keyakinan dalam komunitas bahwa individu lain akan bertindak jujur dan dapat diandalkan. *trust* yang awalnya terbentuk di ranah ekonomi misalnya antara konsumen dengan owner kosmetik di takalar tidak hanya berhenti pada transaksi bisnis, tetapi juga dapat bermigrasi ke ranah sosial-politik. konsumen yang telah lama mempercayai owner dalam hal kualitas produk, pelayanan, dan hubungan personal, pada akhirnya lebih mudah menerima rekomendasi politik dari owner tersebut. dengan demikian, *trust* ekonomi berubah menjadi *trust* politik.

selain itu, norma sosial lokal yang berlandaskan solidaritas kekeluargaan dan patronase memperkuat legitimasi owner kosmetik sebagai figur yang dipercaya. dalam kerangka teori fukuyama (1999), norma ini berfungsi sebagai perekat sosial yang memungkinkan kerja sama kolektif, termasuk dalam konteks politik elektoral. jaringan sosial yang dimiliki owner mulai dari pelanggan, reseller, komunitas perempuan, hingga jaringan keluarga menjadi kanal penting dalam menyalurkan pengaruh politik. melalui jaringan ini, informasi mengenai kandidat legislatif dapat tersebar secara cepat dan relatif murah, sejalan dengan premis fukuyama bahwa modal sosial mampu menurunkan biaya transaksi sosial maupun politik.

lebih jauh, partisipasi masyarakat yang terbentuk dari interaksi ekonomi di toko kosmetik berkembang menjadi partisipasi politik, misalnya melalui keikutsertaan dalam acara kampanye, pertemuan komunitas, atau aktivitas sosial yang disponsori owner. keadaan ini menunjukkan bagaimana modal sosial yang berakar pada *trust* dan norma dapat dimobilisasi menjadi dukungan elektoral. namun, agar modal sosial tersebut memiliki daya jangkauan luas, fukuyama menegaskan pentingnya institusi formal yang kuat sebagai saluran. dalam konteks takalar, dukungan partai politik dan struktur organisasi kampanye berfungsi memperluas pengaruh owner kosmetik dari lingkup pelanggan menuju basis pemilih yang lebih luas.

dengan demikian, fenomena owner kosmetik di takalar membuktikan premis fukuyama bahwa *trust*, norma, jaringan, partisipasi, dan institusi adalah unsur modal sosial yang dapat dipindahkan dari ranah ekonomi ke ranah politik. *trust* konsumen yang semula bersifat pribadi dapat bermetamorfosis menjadi *trust* politik, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kemenangan dalam pemilu legislatif.

1.6.2 mengukur modal sosial

menurut Fukuyama (2000), pengukuran modal sosial dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan. **pertama**, dengan cara **menghitung jumlah dan ukuran kelompok dalam masyarakat** (*census of groups*), baik organisasi keagamaan, olahraga, politik, maupun komunitas lain, kemudian memperkirakan tingkat kohesi internal dan radius kepercayaan yang dimiliki kelompok tersebut. Semakin besar jaringan dan semakin tinggi tingkat kepercayaan yang menyertainya, semakin kuat pula modal sosial yang terbentuk.

kedua, modal sosial juga dapat diukur melalui **survei** yang menanyakan tingkat kepercayaan antarindividu maupun terhadap institusi, serta tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan sipil seperti pemilu, organisasi sukarela, atau arisan. Melalui data survei, dapat dilihat seberapa besar kepercayaan masyarakat satu sama lain dan sejauh mana mereka terlibat dalam aktivitas kolektif.

ketiga, Fukuyama menawarkan pendekatan **ekonomis** dengan melihat nilai pasar perusahaan. Jika suatu perusahaan dihargai lebih tinggi dari nilai aset fisiknya, maka selisih harga tersebut dapat mencerminkan modal sosial yang melekat, misalnya dalam bentuk reputasi, kepercayaan, dan jaringan kerja sama yang dimiliki. Walaupun metode ini masih diperdebatkan karena sulit dipisahkan dari faktor lain seperti modal manusia, Fukuyama menekankan bahwa ketiga cara tersebut dapat memberikan gambaran mengenai keberadaan dan kekuatan modal sosial dalam masyarakat (Fukuyama, 2000).

1.6.3 aspek penting modal sosial

aspek penting modal sosial meliputi:

- a. kepercayaan antar individu yang menjadi dasar terjadinya kerjasama dan interaksi sosial yang efektif.
- b. norma dan nilai bersama yang mengatur perilaku anggota masyarakat sehingga tercipta keteraturan sosial.
- c. jaringan sosial yang menghubungkan individu dan kelompok, memungkinkan pertukaran informasi dan sumber daya.
- d. partisipasi dalam kelompok atau asosiasi yang memperkuat kohesi sosial dan solidaritas.

- e. saling pengertian dan bantuan yang memperkuat hubungan sosial dan memudahkan tindakan kolektif.

1.6.4 jenis-jenis modal sosial

(francis fukuyama, 2002) menjelaskan jenis-jenis modal sosial umumnya dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain:

a. modal sosial berbasis kepercayaan

modal sosial berbasis kepercayaan merupakan bentuk modal sosial yang ditekankan secara kuat dalam teori francis fukuyama. kepercayaan (*trust*) dianggap sebagai unsur fundamental yang memungkinkan individu atau kelompok untuk bekerja sama secara efektif tanpa ketergantungan pada kontrol eksternal seperti hukum atau pengawasan formal. dalam masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi, kerja sama sosial dan ekonomi cenderung lebih efisien karena adanya keyakinan bersama bahwa individu akan bertindak secara jujur dan dapat diprediksi. kepercayaan ini lahir dari nilai-nilai dan norma informal yang ditanamkan dan dipertahankan secara kolektif dalam suatu komunitas. menurut fukuyama, kepercayaan menciptakan “biaya transaksi” yang lebih rendah dalam interaksi sosial dan ekonomi, sehingga mendorong terbentuknya jaringan sosial, institusi yang kuat, dan bahkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

b. modal sosial keluarga dan komunitas

modal sosial keluarga dan komunitas (*familial and communal social capital*) merupakan bentuk modal sosial yang tumbuh dari hubungan erat antaranggota dalam lingkungan yang homogen seperti keluarga, kerabat, tetangga dekat, dan komunitas lokal. dalam masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan publik yang rendah, modal sosial cenderung terbangun kuat dalam lingkaran-lingkaran kecil berbasis hubungan darah atau kedekatan emosional. francis fukuyama menyatakan bahwa dalam kondisi seperti ini, hubungan keluarga menjadi pusat utama produksi kepercayaan, karena ikatan tersebut dianggap paling aman dan dapat diandalkan untuk kerja sama sosial. namun, ketergantungan yang terlalu besar terhadap jaringan keluarga juga memiliki keterbatasan. modal sosial jenis ini sering kali menghasilkan struktur sosial yang tertutup dan bersifat eksklusif, sehingga menyulitkan pembentukan organisasi atau institusi yang bersifat terbuka dan profesional. meski demikian, modal sosial berbasis keluarga dan komunitas tetap memainkan peran penting dalam mendukung stabilitas sosial, memperkuat solidaritas internal, dan

menyediakan jaringan dukungan informal, khususnya di tengah masyarakat yang menghadapi krisis sosial atau ekonomi.

c. modal sosial institusional

modal sosial institusional (*institutional social capital*) adalah bentuk kepercayaan dan norma yang terbangun antara individu atau kelompok dengan lembaga formal seperti pemerintah, organisasi politik, atau institusi hukum. modal sosial ini muncul ketika masyarakat memandang institusi sebagai entitas yang kredibel, adil, dan dapat dipercaya dalam mengelola kepentingan publik. menurut Fukuyama, kepercayaan terhadap institusi memungkinkan terbentuknya kerja sama berskala luas yang melampaui ikatan personal seperti keluarga atau komunitas lokal. modal sosial jenis ini sangat penting dalam masyarakat modern karena menopang keberfungsian sistem demokrasi, efektivitas kebijakan publik, dan partisipasi sosial warga terhadap pembangunan. ketika institusi dianggap lemah atau korup, modal sosial institusional pun melemah, yang berdampak pada menurunnya partisipasi warga dan meningkatnya perilaku individualistik.

d. modal sosial berdasarkan norma dan nilai bersama

modal sosial berdasarkan norma dan nilai bersama (*normative social capital*) adalah bentuk modal sosial yang lahir dari nilai, keyakinan, dan norma yang dianut bersama oleh anggota masyarakat. nilai-nilai seperti kejujuran, gotong royong, keadilan, dan tanggung jawab menjadi pedoman dalam berperilaku dan berinteraksi sosial. keberadaan norma bersama ini menciptakan iklim saling percaya dan memperkuat kohesi sosial, karena individu bertindak bukan semata karena aturan formal, tetapi karena kesadaran moral kolektif. menurut Fukuyama, norma sosial yang dipatuhi secara sukarela menjadi fondasi penting bagi terciptanya kerja sama yang berkelanjutan dalam masyarakat. modal sosial jenis ini memainkan peran penting dalam membangun solidaritas sosial serta mendorong partisipasi aktif dalam kehidupan bersama.

Fukuyama menekankan pentingnya modal sosial dalam bentuk kepercayaan, norma, dan jaringan sosial yang memungkinkan kerja sama dalam masyarakat, yang dapat mencakup ketiga jenis modal sosial tersebut.

1.7 tinjauan umum tentang kosmetik

istilah kosmetik, yang dalam bahasa Inggris "*cosmetics*", berasal dari kata "kosmein" (Yunani) yang berarti "berhias". bahan yang dipakai dalam usaha untuk

mempercantik diri ini, dahulu diramu dari bahan-bahan alami yang terdapat di lingkungan sekitar. sekarang kosmetik dibuat tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan dengan maksud untuk meningkatkan kecantikan.

kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar), gigi, dan rongga mulut, untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit.

persaingan pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif di masyarakat. hal tersebut terbukti bahwa banyaknya jenis kosmetik yang beredar di masyarakat baik produksi dalam negeri maupun luar negeri, banyaknya produk yang beredar di masyarakat mempengaruhi seseorang terhadap keputusan pembelian suatu produk, bukan lagi berbicara tentang kebutuhan tapi lebih terhadap keinginan.

kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. seiring perkembangan zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita. kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi seorang wanita. disadari atau tidak, dalam kesehariannya wanita tidak bisa lepas dari kosmetik. produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari pagi hari hingga malam hari. oleh karena itu, banyak perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk.

faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dan keputusan pembelian kosmetik antara lain:

- a. periklanan
periklanan berperan penting dalam membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk kosmetik tertentu .
- b. personal selling
interaksi langsung antara penjual dan pembeli dapat memberikan informasi dan meyakinkan konsumen untuk memilih produk kosmetik tertentu.
- c. harga

harga produk kosmetik sangat memengaruhi tingkat permintaan dan pemilihan produk oleh konsumen, terutama jika sesuai dengan daya beli mereka.

d. identitas sosial

kosmetik digunakan sebagai sarana untuk memperjelas identitas sosial seseorang di mata masyarakat, sehingga faktor sosial juga memengaruhi penggunaan kosmetik.

jadi, faktor-faktor tersebut meliputi aspek pemasaran seperti periklanan, personal selling, harga, serta faktor sosial yang berkaitan dengan identitas diri konsumen.

kosmetik menguasai dunia perdagangan sehingga peluang kosmetik sangat besar dan banyak produsen yang berlomba – lomba untuk menciptakan produk kosmetik baru dengan harga yang murah dan banyak peminatnya. contoh saat ini yang terus berkembang adalah jenis lipstik yang dulu hanya mempunyai satu warna saja yaitu merah sekarang sudah mempunyai banyak warna. dengan inovasi baru lipstik berkembang menjadi bentuk lipcream, lipgloss dan lipstik yang masing – masing memiliki variasi warna yang banyak. kosmetik di setiap negara memiliki ciri khas yang berbeda – beda. di indonesia, kosmetik cenderung meniru kosmetik – kosmetik dari negara lain. perkembangan kosmetik di indonesia lebih mengarah pada bahan dan warna yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

1.7.1 penggolongan menurut kegunaannya bagi kulit:

a. kosmetik perawatan kulit

jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit. termasuk di dalamnya:

1. kosmetik untuk membersihkan kulit (*cleanser*): sabun, cleansing cream, cleansing milk, dan penyegar kulit (*freshener*).
 2. kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*), misalnya moisturizer cream, night cream, anti wrinkle cream.
 3. kosmetik pelindung kulit, misalnya *sunscreen cream* dan *sunscreen foundation, sun block cream/lotion*.
 4. kosmetik untuk menipiskan atau mengamplas kulit (*peeling*), misalnya scrub cream yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi sebagai pengamplas.
- b. kosmetik riasan

jenis ini diperlukan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek 49 psikologis yang baik, seperti percaya diri. dalam kosmetik riasan, peran zat warna dan pewangi sangat besar. kosmetik dekoratif terbagi menjadi dua golongan, yaitu:

1. kosmetik dekoratif yang hanya menimbulkan efek pada permukaan dan pemakaian sebentar, misalnya lipstik, bedak, pemerah pipi, *eye shadow*, dan lain-lain.
2. kosmetik dekoratif yang efeknya mendalam dan biasanya dalam waktu lama baru luntur, misalnya kosmetik pemutih kulit, cat rambut, pengeriting rambut, dan lain-lain.

1.7.2 syarat dan bahan kosmetik

syarat dan bahan yang mestinya di pakai oleh seorang owner kosmetik harus berdasarkan dengan aturan yang di berlakukan oleh pemerintah sehingga produk tersebut aman untuk konsumen dan peredaran di pasar tidak lagi di khawatirkan.

berdasarkan peraturan kepala badan pengawasan obat dan makanan republik indonesia no 18 tahun 2015 tentang persyaratan teknis bahan kosmetika. syarat bahan kosmetika harus memenuhi persyaratan mutu sebagaimana tercantum dalam kosmetika indonesia standar lain yang diakui dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan. bahan kosmetik yang dimaksud berupa bahan yang berasal dari alam dan buatan (sintetik) yang boleh digunakan dalam pembuatan komposisi kosmetik. selain itu persyaratan teknis bahan kosmetik melarang penggunaan zat tertentu sebagai bahan yang berbahaya termasuk rhodamin b yang tidak diperbolehkan untuk pencampuran kosmetik jenis lipstick, eye shadow dan blush on (sari et al., 2022). berdasarkan hasil laporan pemeriksaan bpom tahun 2016, terdapat 39 jenis kosmetik yang masih menggunakan rhodamin b termasuk jenis lipstik. menurut kepala badan pengawasan obat dan makanan tahun 2011, bahan pewarna yang diizinkan untuk semua sediaan kosmetik yaitu pigment red 5, acid orange 6, brilliant black, d and c blue no.9, d and c violet no. 2, dan ultramarine green (wahyudiana, 2011).

pemilik dari produk salah satu kosmetik biasa disebut dengan owner, owner adalah individu yang memiliki hak penuh atas suatu bisnis, owner tersebut memiliki kendali atas perusahaan dan bertanggung jawab atas keputusan yang akan mempengaruhi suatu bisnis yang dimilikinya, tentunya owner harus paham atas

perkembangan pasar sehingga mampu membaca kebutuhan konsumen, hal ini upaya untuk memperkenalkan atau mengembangkan lebih luas produk yang dimilikinya. owner juga mempunyai kewajiban untuk menjaga kepercayaan konsumen sebagai upaya mempertahankan produk tetap eksis dan hal ini akan menimbulkan suatu modal sosial di masyarakat.

1.8 tinjauan umum tentang pemilu

pemilu adalah arena kompetisi untuk mengisi jabatan-jabatan politik di pemerintahan yang didasarkan pada pilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat. peserta pemilu dapat berupa perseorangan dan partai politik tetapi yang paling utama adalah partai politik. partai politik mengajukan kandidat dalam pemilu untuk kemudian dipilih oleh rakyat. (budiardjo, 2008)

pemilihan umum adalah memberikan kepastian terhadap alih kepemimpinan dan kekuasaan (*transfer of leader and power*) secara konstitusional untuk melahirkan pemimpin yang legitimatif; pemilihan umum adalah wujud dari pelaksanaan kedaulatan rakyat (*sovereignty*) secara mendasar di negara demokrasi; pemilihan umum dimaksudkan sebagai wahana formal untuk membentuk tatanan negara dan masyarakat (*state and social formation*) menuju tatanan yang lebih baik; dapat menjadi filter kepercayaan rakyat terhadap partai politik yang menjadi pemikiran rakyat. (matori abdul djalil, 1999: 33).

sebagai negara yang menganut sistem demokrasi dimana masyarakat memainkan peran penting. indonesia selalu berupaya untuk memastikan bahwa prinsip yang terkait dengan pentingnya kedaulatan rakyat dapat terlaksana dengan baik. hal ini terkait dengan amanat undang-undang dasar indonesia pada bab i ayat dua yang menyebutkan tentang pentingnya suatu pemerintahan yang berdaulat atas nama rakyat. oleh karena itu pemerintah diharapkan selalu berusaha keras untuk mewujudkan keinginan rakyat salah satunya adalah partisipasi aktif dalam ruang politik, termasuk pemilu.

pemilu sebagai representative dari sistem politik di indonesia yang biasa disebut demokrasi, demokrasi sebagai suatu sistem telah dijadikan alternatif dalam berbagai tatanan aktivitas bermasyarakat dan bernegara di beberapa negara. seperti diakui oleh moh. mahfud md, ada dua alasan dipilihnya demokrasi sebagai sistem bermasyarakat dan bernegara. pertama, hampir semua negara didunia ini telah menjadikan demokrasi sebagai asas yang fundamental.; kedua, demokrasi

sebagai asas kenegaraan secara esensial telah memberikan arah bagi peranan masyarakat untuk menyelenggarakan negara sebagai organisasi tertingginya. oleh karena itu, diperlukan pengetahuan dan pemahaman yang benar pada warga masyarakat tentang demokrasi. (mahfud md, 1999).

pada zaman modern ini pemilu menempati posisi penting karena menjadi mekanisme terpenting bagi keberlangsungan demokrasi. ia adalah mekanisme terancang yang ditemukan agar rakyat tetap berkuasa atas dirinya. perkembangan masyarakat yang pesat, jumlah yang banyak, persebaran meluas dan aktivitas yang dilakukan semakin beragam menjadikan kompleksitas persoalan yang dihadapi rakyat semakin variatif. kondisi tersebut tidak memungkinkan rakyat untuk berkumpul dalam satu tempat dan mendiskusikan masalah-masalah yang mereka hadapi akhirnya muncul demokrasi perwakilan sebagai keniscayaan dengan pemilu sebagai mekanisme untuk memilih wakilnya. (zahara, 2023). pemilu memiliki fungsi sebagai berikut :

- a. membentuk legitimasi penguasa dan pemerintah. dengan dilaksanakannya pemilu maka setiap penguasa yang terpilih betul-betul sah dan legal sesuai dengan amanat konstitusi.
- b. pembentukan perwakilan politik rakyat. hal ini sesuai dengan petikan sila keempat pancasila yakni "permusyawaratan/perwakilan, artinya kontestan yang terpilih merupakan wakil rakyat yang mengemban amanat dan tanggungjawab.
- c. sirkulasi elit penguasa. dengan diadakannya pemilu secara rutin maka tidak akan terjadi dinasti politik sehingga akan terwujudnya iklim demokrasi yang sehat.
- d. sebagai pendidikan politik, berarti pemilu mengajarkan untuk dapat menjadikan masyarakat yang melek politik, partisipasi secara aktif, dan memiliki kepedulian terhadap dinamika perpolitikan di indonesia.

1.8.1 tipologi pemilu

ada banyak cara mengklasifikasikan pemilu. meskipun demikian, dasar paling fundamental adalah berkaitan dengan tingkat pilihan yang diberikan kepada pemilih. berkaitan dengan hal tersebut, (martin harrop dan william I. miller 1987) memberikan 2 (dua) parameter. pertama, apakah pemilih memiliki pilihan diantara

partai-partai. kedua, apakah pemilih dapat menyeleksi kandidat dari daftar yang disediakan partai.

berdasarkan penjelasan di atas pemilu dapat diklasifikasikan kedalam 4 (empat) tipe yaitu kompetitif, dominan-partai, pilihan-kandidat, dan aklamasi.

pertama, pemilu kompetitif. output tidak ditentukan dan hasil mempengaruhi komposisi partai pada pemerintahan berikutnya. pemilih diberikan kebebasan memilih partai. mereka mungkin diberi atau tidak diberi kesempatan secara spesifik kandidat dalam partai tetapi itu tidak menjadi aspek penting dalam pilihan

kedua, pemilu *dominant-party*. secara teoritik pemilih memiliki hak untuk memilih partai-partai yang ada tetapi dalam praktek partai dominan menggunakan sumber-sumber pemerintah untuk mempengaruhi pemilih agar mendukungnya. masuk dalam klasifikasi ini adalah philipina ketika marcos berkuasa dan filipina, dan meksiko.

ketiga, pemilu *candidate-choice*. pada tipe ini pemilih memiliki sedikit atau tidak sama sekali pilihan partai tetapi pemilih dapat memilih kandidat dari daftar yang dibuat partai yang sama. artinya, tipe pemilu ini terjadi pada negara-negara yang memiliki partai tunggal. kandidat yang ditawarkan adalah kandidat dari partai tunggal tersebut. terjadi seperti di china (1981) dan negara non komunis seperti kenya dan polandia.

keempat, pemilu *acclamation*. tipe ini pemilih sama sekali tidak memiliki pilihan terhadap kandidat, partai maupun kebijakan. pemilih hanya mengikuti desain yang telah dirancang oleh penguasa. tipe ini biasanya terjadi pada negara-negara komunis seperti uni soviet sebelum runtuh.

pemilu menjadi indikator negara demokrasi. bahkan, tidak ada satupun negara yang mengklaim dirinya demokratis tanpa melaksanakan pemilu sekalipun negara itu pada hakekatnya adalah otoriter. ketika perspektif schumpeterian tentang demokrasi, yaitu demokrasi sebagai 'metode politik' mendominasi teorisasi demokrasi maka pemilu menjadi elemen paling penting dari ukuran negara demokrasi. (schumpeter, 1942)

adanya sistem politik demokrasi dalam hal ini pemilu membuat masyarakat leluasa memilih pemimpinnya baik di eksekutif maupun legislatif, adanya pemilu masyarakat diberikan hak seluas-luasnya untuk ikut berpartisipasi dalam kontestasi baik menjadi pemilih maupun individu yang ingin dipilih, sehingga peneliti akan

membahas tuntas bagaimana strategi seorang owner kosmetik dalam memenangkan pemilu.

pemilu diposisikan sebagai arena politik resmi yang memungkinkan masyarakat lokal terlibat aktif dalam proses politik setelah era reformasi. pemilu tidak hanya berfungsi sebagai prosedur administratif untuk memilih pemimpin, tetapi juga sebagai ruang artikulasi kepentingan sosial, budaya, dan identitas masyarakat, termasuk kelompok adat dan etnis. melalui pemilu, masyarakat memperoleh legitimasi hukum untuk menyalurkan preferensi politiknya dan memastikan bahwa kekuasaan dijalankan sesuai dengan kehendak rakyat serta konteks sosial setempat. (sukri et al., 2020: 2006)

1.9 kerangka berpikir

penelitian ini berangkat dari fenomena keterlibatan owner kosmetik sebagai aktor non-elitis dalam kontestasi politik lokal pada pemilu legislatif tahun 2024 di kabupaten takalar. keberhasilan owner kosmetik dalam memenangkan pemilu legislatif tidak dapat dipahami semata-mata melalui pendekatan modal ekonomi atau kekuatan struktur partai politik, melainkan perlu dianalisis melalui relasi sosial yang telah terbangun sebelumnya di tengah masyarakat.

dalam konteks ini, modal sosial menjadi konsep kunci untuk menjelaskan bagaimana relasi ekonomi dan sosial dapat dikonversi menjadi dukungan politik. penelitian ini menggunakan teori modal sosial francis fukuyama yang menekankan unsur kepercayaan (*trust*), norma sosial, jaringan sosial, dan partisipasi masyarakat sebagai fondasi utama kerja sama sosial dan tindakan kolektif.

kerangka berpikir penelitian ini menempatkan owner kosmetik sebagai aktor utama, yang sebelumnya berperan sebagai pelaku usaha dan memiliki hubungan intens dengan masyarakat melalui aktivitas bisnis. hubungan tersebut melahirkan kepercayaan ekonomi, yang tercermin dari loyalitas konsumen, kedekatan interpersonal, serta reputasi owner di lingkungan sosial. kepercayaan ekonomi ini kemudian mengalami transformasi menjadi kepercayaan politik, ketika owner memutuskan untuk terlibat dalam kontestasi pemilu legislatif.

selain kepercayaan, norma sosial yang berkembang dalam komunitas lokal seperti nilai kekeluargaan, solidaritas, dan loyalitas memperkuat legitimasi owner kosmetik sebagai figur yang dianggap dekat dengan masyarakat. norma-norma tersebut berfungsi sebagai perekat sosial yang mendorong masyarakat untuk

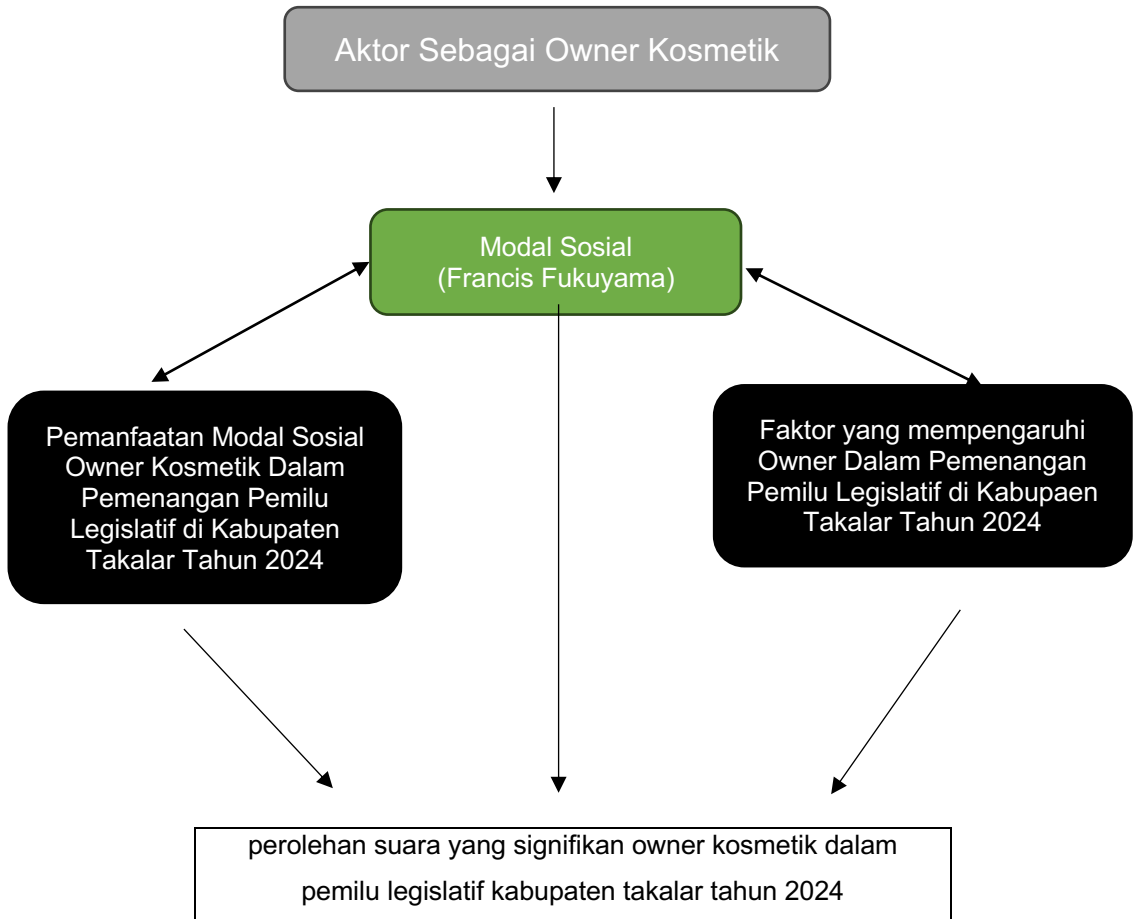
memberikan dukungan politik secara sukarela, bukan semata-mata karena kepentingan material.

selanjutnya, jaringan sosial yang telah terbentuk melalui usaha kosmetik, seperti jaringan konsumen, reseller, komunitas perempuan, kelompok arisan, serta relasi keluarga, dimanfaatkan sebagai kanal mobilisasi politik. jaringan ini memungkinkan penyebaran informasi politik secara efektif, memperluas basis dukungan, serta menurunkan biaya politik dalam proses kampanye.

proses pemanfaatan modal sosial tersebut mendorong meningkatnya partisipasi masyarakat, baik dalam bentuk keterlibatan dalam kegiatan kampanye, pertemuan komunitas, maupun partisipasi sebagai pemilih. partisipasi ini tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil interaksi antara kepercayaan, norma, dan jaringan sosial yang telah terbangun secara berkelanjutan.

namun demikian, pemanfaatan modal sosial dalam pemenangan pemilu tidak berlangsung tanpa dinamika. penelitian ini juga memandang bahwa terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses tersebut. faktor pendukung meliputi modal ekonomi, popularitas, personal branding, serta kapasitas finansial owner kosmetik. sementara itu, faktor penghambat mencakup persaingan politik yang ketat, stigma terhadap latar belakang pebisnis, serta kecurigaan masyarakat terhadap isu politik uang.

berdasarkan alur pemikiran tersebut, kerangka berpikir penelitian ini menegaskan bahwa pemenangan pemilu legislatif di tingkat lokal merupakan hasil dari proses konversi modal sosial dari ranah ekonomi ke ranah politik, yang dimediasi oleh kepercayaan, norma, jaringan sosial, dan partisipasi masyarakat. dengan demikian, penelitian ini berupaya menjelaskan bahwa keberhasilan politik lokal tidak hanya ditentukan oleh kekuatan struktural dan material, tetapi juga oleh kemampuan aktor dalam mengelola dan memanfaatkan modal sosial secara kontekstual.



gambar 1.1 kerangka berpikir

bab ii

metode penelitian

2.1 lokasi dan waktu

penelitian ini dilaksanakan di kabupaten takalar, provinsi sulawesi selatan, dengan fokus wilayah pada daerah pemilihan (dapil) i, yang meliputi kecamatan pattallassang, polongbangkeng utara, dan polongbangkeng timur. pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan substantif dan empiris, yaitu karena wilayah tersebut merupakan daerah pemilihan tempat owner kosmetik yang menjadi objek penelitian mencalonkan diri dan berhasil terpilih sebagai anggota dprd kabupaten takalar pada pemilu legislatif tahun 2024.

a. letak geografis

letak penelitian ini berada di kabupaten takalar yang beribukota di pattallassang terletak antara 503' sampai dengan 5038' lintang selatan dan 119022' sampai 119039' bujur timur. di sebelah timur secara administrasi berbatasan dengan kabupaten gowa dan kabupaten jeneponto, sebelah utara berbatasan dengan kabupaten gowa dan kota makassar, sedangkan di sebelah barat dan selatan dibatasi oleh selat makassar dan laut flores.

luas wilayah kabupaten takalar tercatat 566,51 km² yang terdiri dari 10 kecamatan dan 100 wilayah desa/kelurahan. kecamatan polombangkeng utara adalah kecamatan terluas dengan 212,25 km² atau luas kecamatan tersebut sebesar 37,47 persen dari total luas wilayah kabupaten takalar. jumlah hari hujan dalam setahun sekitar 153 hari dengan rata-rata curah hujan tahunan 277,59 mm³. jumlah hari hujan terbanyak di tahun 2023 terjadi pada bulan januari dan february yaitu 25 hari dengan curah hujan mencapai 1.094,70 mm³.

berikut wilayah kabupaten takalar (badan pusat statistik 2024 kabupaten takalar).



gambar 2.1 peta wilayah kabupaten takalar

tabel 2.1 data kependudukan takalar

data kependudukan kabupaten takalar tahun 2023	
rincian	2023
jumlah penduduk (jiwa)	326.044
laki-laki	159.339
perempuan	166.705
sex ratio (%)	95,58
kepadatan penduduk (jiwa/km ²)	575

sumber : data statistik kabupaten takalar 2024

b. kondisi demografis

berdasarkan dinas kependudukan dan catatan sipil kabupaten takalar, jumlah penduduk kabupaten takalar pada tahun 2023 mencapai 326.044 jiwa. perbandingan jumlah laki-laki dengan perempuan sebesar 95,58 persen yang artinya terdapat 95 sampai 96 penduduk laki-laki di setiap 100 penduduk perempuan. seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, kepadatan penduduk juga terus mengalami peningkatan. kepadatan penduduk tahun 2023 mencapai 575 jiwa/km² . kecamatan

dengan kepadatan penduduk tertinggi berada di galesong utara, yakni sekitar 2.952 jiwa/km² . sedangkan kecamatan dengan tingkat kepadatan terendah adalah kepulauan tanakeke yakni 259 jiwa/km² .

komposisi penduduk kabupaten takalar menurut kelompok umur dan jenis kelamin menunjukkan bahwa baik penduduk laki-laki maupun perempuan didominasi oleh penduduk usia balita (0-4 tahun) yaitu masing-masing 13.694 dan 12.883 jiwa.

2.2 pendekatan penelitian & jenis metode

untuk memperoleh setiap data yang diperlukan maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami masalah penelitian secara mendalam. matthew b. miles mendeskripsikan penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang sangat penting dalam memahami fenomena sosial secara mendalam, ia menekankan bahwa penelitian kualitatif memberikan kekuatan dalam menangkap kompleksitas realitas sosial melalui pengumpulan data berbasis teks, wawancara, serta observasi lapangan. miles dan huberman mendeskripsikan, studi kasus adalah suatu pendekatan penelitian yang memfokuskan pada suatu kasus atau fenomena tertentu, dengan tujuan untuk memahami secara mendalam tentang kasus atau fenomena tersebut (miles et al., 1994).

john w. creswell mendeskripsikan, pendekatan studi kasus dalam penelitian kualitatif adalah sebuah metode untuk mempelajari suatu fenomena yang spesifik dalam konteks kehidupan nyata. creswell menjelaskan bahwa studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali berbagai aspek dari suatu kasus tertentu secara mendalam, termasuk fenomena sosial, kebijakan, atau kejadian penting, dengan memperhatikan konteks dan faktor-faktor yang mempengaruhi. pendekatan ini sering digunakan untuk mengeksplorasi masalah yang tidak bisa dipahami hanya dengan data kuantitatif, karena memberikan wawasan yang lebih kontekstual dan holistic (w. creswell., 2013).

pendekatan studi kasus robert e. stake adalah salah satu pendekatan yang paling dikenal dalam penelitian kualitatif, khususnya dalam analisis fenomena sosial, pendidikan, dan psikologi. stake mengembangkan konsep studi kasus yang fokus pada pemahaman fenomena dalam konteksnya yang alami dan dinamis, dengan penekanan pada penggambaran mendalam mengenai kasus yang diteliti (stake, r. e. 2006).

2.3 sumber data

jenis dan sumber data adalah dua aspek penting yang menentukan bagaimana informasi dikumpulkan dan dianalisis. sugiyono (2019:194) mendeskripsikan sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu;

a. data primer

data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian. metode pengumpulan data primer meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan diskusi kelompok terfokus. data ini menawarkan informasi yang paling relevan dan akurat karena dikumpulkan langsung dari sumbernya.

sebagai contoh, dalam sebuah studi kasus, peneliti mungkin melakukan wawancara dengan partisipan untuk memahami pengalaman mereka secara mendalam (rukmana, 2021, pp. 28–33). sugiyono mendeskripsikan data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui wawancara dengan subjek penelitian yang terpilih sebagai informan penelitian.

b. data sekunder

sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen, arsip, laporan, atau sumber lain yang telah ada sebelumnya. data sekunder digunakan untuk melengkapi dan mendukung data primer yang telah dikumpulkan (sihombing, 2020, p. 6).

2.4 informan penelitian

penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. teknik ini merupakan teknik pengambilan informan yang ditentukan oleh peneliti sendiri secara sengaja dengan memperhatikan berbagai kriteria. kriteria yang dimaksud adalah pengetahuan tentang objek yang akan diteliti, informan yang dipilih berada dalam komunitas yang akan diteliti, pejabat struktur yang ada pada lokasi yang menjadi tempat penelitian dan tokoh agama, masyarakat, dll yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti (sugiyono, 2019).

berdasarkan kriteria tersebut, informan dalam penelitian ini terdiri dari berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam kemenangan owner dalam pemilihan umum di kabupaten takalar tahun 2024.

tabel 2.2 informan penelitian

no.	nama	jenis kelamin	umur	pekerjaan	ket :
1.	sri wulandari	l	27	owner kosmetik	sekarang sudah menjadi anggota dewan
2.	alimin	l	58	petani	menjadi ketua tim pemenagan
3.	lidiawati	p	37	penanggung jawab kosmetik	ketua komunitas sri glow
4.	hj. rosniyah	p	62	irt	-
5.	ramlah	p	30	irt	konsumen
6.	abd. kadir	l	31	petani	-
7.	arifuddin	l	59	petani	-

sumber : hasil olahan data primer tahun 2025

a. informan I

sri wulandari berusia 27 tahun, berjenis kelamin perempuan, berprofesi sebagai owner kosmetik. saat ini ia telah menjadi anggota dewan, dan juga berperan sebagai aktor politik utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini yang berhasil memenangkan pemilu tahun 2024 di kabupaten takalar.

b. informan II

alimin seorang laki-laki berusia 58 tahun yang bekerja sebagai **petani**. dalam konteks politik lokal, ia memiliki peran penting sebagai **ketua tim pemenangan**, mendukung keberhasilan kandidat dalam pemilu 2024. tim pemenagan adalah salah kelompok yang di bentuk oleh owner dan bergerak dalam upaya memenangkan pemilihan umum di dapil 1 kabupaten takalar tahun 2024.

c. informan III

lidiawati perempuan berusia 37 tahun yang menjabat sebagai **penanggung jawab kosmetik**. ia juga merupakan **ketua komunitas sri glow**, sebuah komunitas

yang berperan dalam membangun jaringan sosial, komunitas ini dibentuk dengan nama produk owner, selain tujuannya memasarkan produk di masyarakat pada pemilihan umum komunitas tersebut mensosialisasikan owner tersebut di masyarakat.

d. informan iv (masyarakat)

hj. rosniyah (62), abd. kadir (31), arifuddin (59) adalah tokoh masyarakat yang meskipun tidak terlibat langsung dalam kegiatan politik, kehadirannya penting sebagai bagian dari masyarakat yang menjadi sasaran program dan pengaruh sosial aktor politik.

e. informan v

perempuan berusia 30 tahun, juga seorang **irt**, yang berperan sebagai **konsumen** dari produk kosmetik yang dikelola oleh sri wulandari. ia menjadi contoh penerima manfaat yang beririsan dengan aktivitas sosial-politik.

2.5 teknik pengumpulan data

teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif memiliki tiga karakteristik utama yang harus dilakukan oleh peneliti, yaitu melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

miles dan huberman mereka mengklasifikasikan sumber data utama dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga kategori berikut:

a. wawancara

wawancara mendalam merupakan metode yang memungkinkan peneliti memperoleh perspektif langsung dari partisipan mengenai pengalaman, pandangan, dan perasaan mereka terhadap suatu fenomena. metode ini memiliki fleksibilitas dalam penggalian data karena peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan berdasarkan respons partisipan. selain itu, wawancara perlu didokumentasikan dengan baik melalui perekaman dan transkripsi guna mendukung analisis yang lebih sistematis dan akurat (miles et al., 2014).

teknik wawancara dalam pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden berdasarkan instrumen yang telah disusun dan divalidasi oleh pakar di bidangnya. wawancara dapat dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan metode pelaksanaannya; wawancara langsung dilakukan secara.

b. analisis dokumen

miles dan huberman menganggap dokumen sebagai sumber data sekunder yang memberikan konteks lebih luas serta mendukung validitas temuan penelitian. beberapa jenis dokumen yang sering digunakan meliputi catatan resmi seperti laporan tahunan dan kebijakan organisasi yang memberikan wawasan mengenai struktur dan kebijakan institusi, buku harian atau jurnal yang mencerminkan pengalaman individu terhadap suatu fenomena, serta media dan artikel yang menyediakan perspektif historis atau sosial terhadap isu yang diteliti (miles et al., 2014).

2.6 teknik analisis data

teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model miles dan huberman yang menyatakan bahwa, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. aktivitas dalam analisis data model miles dan huberman, yaitu:

a. reduksi data

reduksi data adalah kegiatan yang tidak terpisahkan dari analisis data. peneliti memilih data mana akan diberi kode, mana yang diatarik keluar, dan pola rangkuman sejumlah potongan atau apa pengembangan ceritanya merupakan pilihan analitis, reduksi data merupakan suatu bentuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam suatu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokus, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data "mentah" yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya, maka data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas (radjab, 2014).

b. penyajian data

kegiatan utama kedua dalam tata alir kegiatan analisis data adalah display data. display dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya menganalisis data adalah model reduksi. yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks

yang bersifat naratif. dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. kesimpulan/verifikasi

kegiatan utama ketiga dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan/verifikasi. sejak awal peneliti harus mengambil inisiatif, bukan membiarkan data menjadi rongsokan yang tidak bermakna. reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi harus dimulai sejak awal, inisiatif berada ditangan peneliti, tahap demi tahap kesimpulan sudah dimulai sejak awal. ini berarti apabila proses sudah benar data yang dianalisis telah memenuhi standar kelayakan dan konformitas, maka kesimpulan awal yang diambil akan dipercayai.

disamping itu perlu diingat pula antara reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan merupakan segitiga yang saling berhubungan. dalam analisis data menurut miles and huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.