

# **HUBUNGAN SOSIALISASI POLITIK DAN BUDAYA POLITIK PELAKU UKM DI KECAMATAN MUSTIKAJAYA KOTA BEKASI**

Aos Kuswandi dan Ali Syaefa

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Islam “45”  
Jalan Cut Meutiah No. 83 Bekasi 17113, Indonesia

*E-mail:* [aos\\_kuswandi@yahoo.com](mailto:aos_kuswandi@yahoo.com)

## **Abstrak**

Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar penting dalam sistem politik Indonesia. Jumlah pelaku UKM yang cukup besar menjadi daya tarik bagi partai politik untuk merebut dan mempertahankan kekuasaan di pemerintahan. Artikel ini bertujuan menguraikan hasil penelitian mengenai sosialisasi politik dan budaya politik pelaku UKM serta hubungan diantara kedua variable tersebut. Penelitian dilakukan di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi menggunakan metode kualitatif dengan dukungan data kuantitatif dan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, studi dokumentasi, penyebaran kuestioner dan wawancara. Untuk penyebaran kuestioner ditetapkan sampel dengan metode cluster. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat intensitas sosialisasi pelaku UKM dalam berhubungan dengan agen-agen sosialisasi politik cenderung tinggi. Tingginya tingkat intensitas tersebut menunjukkan adanya interaksi yang sangat baik dengan agen sosialisasi politik. Agen sosialisai politik yang paling sering berinteraksi dengan pelaku UKM adalah sekolah dan media massa. Agen sosialisasi politik yang paling efektif mentransmisikan nilai, pengetahuan, pengalaman, dan orientasi politik terhadap pelaku UKM adalah media massa dan kelompok pergaulan. Orientasi politik pelaku UKM terhadap objek-objek orientasi politik cenderung tinggi. Hal ini menunjukkan adanya upaya yang tinggi dari pelaku UKM untuk ikut terlibat dalam objek orientasi politik. Tingginya keterlibatan pelaku UKM terhadap objek orientasi politik menunjukkan tingginya tingkat partisipasi politik. Dengan demikian menunjukkan adanya hubungan korelasional antara sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM dengan budaya politiknya. Hubungan tersebut menunjukkan adanya korelasi positif.

## ***Abstract***

*The perpetrators of small and medium businesses (UKM) was one of the important pillars in the Indonesian political system. The number of perpetrators UKM that was big enough to become the attraction for the political party to seize and maintain the authority in the government. This article aimed at analysing results of the research concerning the socialisation of politics and the UKM culture as well as relations of the perpetrators's politics around the two variable this. The research was carried out in the Subdistrict of Mustika Jaya Kota Bekasi used the qualitative method with the quantitative and qualitative data support. The data was received through observation, the study of the documentation, the spreading kuestioner and the interview. For the spreading kuestioner was appointed the sample with the method cluster. Results of the research concluded that the level of the intensity of the socialisation of the UKM perpetrators in being connected with socialisation agencies of politics tended high. The height of the level of this intensity menunjukkan the existence of the interaction that really was good with the socialisation agency of politics. The agency sosialisai politics that most often interacted with the perpetrators UKM was the school and the mass media. The socialisation agency of most effective politics transmitted the value, knowledge, the experience, and the orientation of politics against the perpetrators UKM was the mass media and the social group. The orientation of the perpetrators's UKM politics against objects of the orientation of politics tended high. This menunjukkan the existence of efforts that were high from the UKM perpetrators to take part in being involved in the object of the orientation of politics. The height of the involvement of the UKM perpetrators against the object of the orientation of politics menunjukkan the height of the level of political participation. Therefore menunjukkan the existence of relations korelasional between the socialisation of politics that was experienced by the UKM perpetrators and his political culture. These relations menunjukkan the existence of the positive correlation.*

*The key word: the Socialisation of Politics, Political Culture, Small businesses entrepreneur*

## 1. Pendahuluan

### 1. Latar Belakang

Demokrasi merupakan model sistem politik yang dilaksanakan di Negara Indonesia saat ini. Kedaulatan tertinggi berada pada rakyat. Menurut sudut pandang struktural, sistem politik demokrasi secara ideal ialah sistem politik yang memelihara keseimbangan antara konflik dan konsensus (Alfian, 1978: 236). Artinya, demokrasi memungkinkan perbedaan pendapat, persaingan, dan pertentangan diantara individu, berbagai kelompok, individu dan kelompok, individu dan pemerintah, kelompok dan pemerintah, bahkan diantara lembaga-lembaga pemerintah.

Pokok-pokok demokrasi menurut William Ebenstein dan Edwin Fogelmen diantaranya kebebasan berbicara, kebebasan pers, kebebasan mengadakan perkumpulan, persamaan kedudukan didepan hukum, serta semua hak dan kebebasan demokrasi yang lainnya (Ebenstein dan Fogelmen, 1985: 185).

Dalam sistem politik demokrasi terdapat distribusi kekuasaan yang relatif merata di antara kelompok sosial dan lembaga pemerintahan. Situasi ini akan menimbulkan persaingan (*competition*) dan saling control (*check and balance*) diantara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain, antara lembaga pemerintah yang satu dengan yang lain (Surbakti, 1992: 229). Baik itu lembaga eksekutif yang mempunyai fungsi ideal melaksanakan peraturan, lembaga legislatif yang mempunyai fungsi membuat peraturan, dan lembaga yudikatif yang mempunyai fungsi mengawasi pelaksanaan peraturan yang telah disahkan.

Demokrasi itu sendiri bukanlah suatu tujuan, melainkan sebagai alat atau untuk mencapai kesejahteraan rakyat. Untuk itu diperlukan kesediaan berkompromi dan bekerja sama secara signifikan antara struktur penting pada Negara. Struktur politik pada negara demokrasi terdapat dua struktur dasar, suprastruktur politik dan infrastruktur politik. Suprastruktur politik adalah warga negara yang mempunyai fungsi pemerintahan seperti pejabat pemerintahan dan pejabat negara. Sedangkan infrastruktur politik adalah warga negara biasa yang tidak memiliki fungsi pemerintahan akan tetapi memiliki hak untuk mempengaruhi orang yang memiliki fungsi pemerintahan seperti masyarakat umum, pelaku usaha, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM). Fungsi ini dikenal dengan istilah fungsi politik (Surbakti, 2006: 153).

Pelaku usaha atau masyarakat ekonomi merupakan salah satu pilar penting didalam sistem politik Indonesia. Arti penting tersebut dikarenakan pelaku usaha memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia dan pelaku usaha mempunyai jumlah yang cukup banyak. Pelaku usaha merupakan bagian dari infrastruktur politik. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu dari sekian banyak masyarakat ekonomi (*economic society*) yang berada ditengah-tengah masyarakat Indonesia. Penilaian terhadap UKM biasanya dikaitkan dengan masyarakat Indonesia yang mewakili golongan ekonomi kelas menengah dan bawah (Republika, 25 Mei 2008).

Kiprah dan eksistensi pelaku UKM mewarnai kancah perekonomian Indonesia patut diberi penghargaan. Di tengah-tengah penerapan sistem ekonomi kapitalisme saat ini, UKM tetap mampu menghadapi tantangan zaman yang mengharuskan mereka berhadapan dengan

perusahaan-perusahaan besar yang mempunyai akses permodalan yang sangat kuat. Selain itu, UKM secara nyata dijadikan perahu oleh nahkoda masyarakat Indonesia untuk mempertahankan kedaulatan ekonomi Indonesia.

Semangat dan motivasi dari UKM untuk mempertahankan kedaulatan ekonomi masyarakat Indonesia sejalan dengan falsafah dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia yang bertujuan menciptakan keadilan dalam bidang politik dan kesejahteraan dalam bidang ekonomi. Sejarah Indonesia membuktikan bahwa apabila masalah ekonomi tidak dikelola secara baik akan berdampak pada keadaan sosial politik terutama adalah munculnya gejolak politik. Oleh karena itu, keadaan ekonomi sangat mempengaruhi keadaan sosial politik. Krisis ekonomi tahun 1997-1998 yang berlanjut kepada krisis kepercayaan dan politik merupakan bukti nyata dari bahayanya bencana ekonomi (A. Riawan Amin, 2007: 69).

Pelaku UKM di Indonesia berjumlah lebih banyak dibandingkan dengan pelaku usaha besar. Adapun UKM yang ada di Indonesia sampai dengan tahun 2004 berjumlah 42,39 juta unit atau 99,9% dari total unit usaha yang ada (BPS RI, 2004). Sedangkan berdasarkan data dari Menteri Negara koperasi dan UKM (Menekop & UKM) menyebutkan bahwa jumlah populasi UKM pada 2006 mencapai 48,9 juta unit usaha atau 99,98 % dari total usaha yang ada di Indonesia. Sementara itu jumlah tenaga kerjanya mencapai 85,4 juta orang atau 96,18 % dari seluruh tenaga kerja di Indonesia. Jumlah tersebut naik 2,2 juta pekerja, setara 2,6 % bila dibandingkan tahun 2005 dimana jumlah tenaga kerja UKM 83,2 juta. Angka tersebut terdiri dari 79 juta pekerja pada jenis usaha kecil dan 4,2 juta pekerja pada jenis usaha menengah (Kementerian Negara Koperasi dan UKM, 2006).

Penyebaran jumlah UKM di setiap kota berbeda-beda. Perbedaan jumlah tersebut sangat bergantung pada basis ekonominya. Umumnya kota-kota yang mempunyai basis ekonomi pada sektor jasa dan perdagangan terdapat jumlah pelaku UKM yang lebih banyak. Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang kegiatan ekonomi masyarakatnya berbasis pada jasa dan perdagangan. Pelaku UKM di Kota Bekasi tersebar di 12 Kecamatan yang ada di wilayah Kota Bekasi. Kecamatan Mustika Jaya merupakan salah satu kecamatan di Kota Bekasi yang mempunyai wilayah paling luas. Luas wilayahnya 26,22 KM<sup>2</sup>. Jumlah pelaku usaha di Kecamatan Mustika Jaya sampai bulan Juni 2008, sebanyak 10 637 orang dari total populasi penduduk di Kecamatan Mustika Jaya yang berjumlah 55 315 orang dilihat dari sisi mata pencahariannya.

Berdasarkan jumlah tersebut. Pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi menarik untuk dijadikan objek penelitian. Hal itu didasarkan pada jumlah UKM yang cukup banyak dan mayoritas dari mereka kategori kelompok yang mempunyai hak memilih dalam Pemilihan Umum (PEMILU) dan Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA). Dukungan suara yang mereka berikan dalam PEMILU dan PILKADA sangat menentukan konstelasi politik di Kota Bekasi pada umumnya dan Kecamatan Mustika Jaya pada khususnya.

Pemberian suara yang dilakukan oleh pelaku UKM pada PEMILU dan PILKADA menunjukkan adanya kepedulian pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya untuk membangun sistem politik. Sifat peduli atau tidak apatis hanya ada pada masyarakat yang mempunyai budaya politik yang matang. Kematangan budaya politik ditandai oleh tingginya orientasi dan sikap politik yang mengarah kepada hal yang positif. Budaya politik erat kaitannya dengan perilaku politik dan sosialisasi politik. Istilah budaya politik menunjuk pada distribusi ide-ide dan nilai politik. Peneliti budaya politik memusatkan perhatiannya secara menyeluruh pada apa yang dipelajari dan dalam kenyataannya mereka menyempitkan fokus perhatian mereka,

bahkan dengan melihat hanya pada hal-hal yang mereka yakini sebagai sikap politik, nilai politik, dan keyakinan politik fundamental disuatu negara tertentu (Kweit dan Kweit, 1986: 111).

Jumlah pelaku UKM yang cukup besar tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi kelompok yang mempunyai kepentingan politik terutama adalah partai politik untuk memanfaatkan jumlah UKM yang cukup banyak tersebut dalam rangka memenangkan beberapa target kepentingan politik mereka. Apalagi jika target yang mereka harapkan berkaitan dengan pemberian suara secara langsung. Misalkan Pemilihan Presiden secara langsung, Anggota Legislatif, Pemilihan Kepala Daerah, dan sebagainya. Ada beberapa partai politik yang nyata-nyata dalam sosialisasi politiknya mengidentikan diri dengan UKM. Misalnya Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dengan sloganya yang menyatakan partainya wong cilik. Begitu juga dengan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam platform partainya menyatakan bahwa didalam pembangunan ekonomi yang digunakan adalah prinsip keadilan yang berkemakmuran dan kemakmuran yang berkeadilan. Hal itu wajar dilakukan oleh partai politik, Karena pada dasarnya partai politik merupakan kendaraan yang sah untuk merebut dan mempertahankan kekuasaan di pemerintahan Negara Indonesia. Carl Friedrich (Ramlan Surbakti, 1992: 113) memberikan arti dari partai politik sebagai kelompok manusia yang terorganisasikan secara stabil dengan tujuan untuk merebut atau mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan bagi pemimpin partainya dan berdasarkan kekuasaan itu akan memberikan kegunaan materiil dan idiil kepada anggotanya.

Penelitian terhadap UKM dalam kajian Ilmu Politik masih sangat jarang atau bahkan hampir tidak ada. Oleh karena itu, hampir selama ini, diduga mahasiswa ilmu politik lebih terpaksa dan menyempitkan penelitiannya kepada lembaga atau institusi pemerintahan seperti dinas, badan, lembaga, kecamatan, dan institusi sejenisnya. Padahal fenomena-fenomena politik tidak hanya terjadi pada lembaga atau institusi pemerintahan saja. Permasalahan inilah yang dijadikan dasar untuk melakukan penelitian perilaku politik pelaku UKM

## **2. Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimanakah bentuk-bentuk sosialisasi politik dan orientasi politik pelaku usaha kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi?
- 2) Bagaimana hubungan sosialisasi politik dan budaya politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya ?

## **3. Maksud dan Tujuan**

- 1) Mengetahui bagaimana sosialisasi politik pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi.
- 2) Memperoleh gambaran secara objektif mengenai bagaimana budaya politik pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi.
- 3) Mengetahui bagaimana sosialisasi politik mempengaruhi budaya politik pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi.

#### 4. Kegunaan Penelitian

- 1) Penelitian ini merupakan media berharga untuk belajar memahami konsep-konsep sosialisasi politik dan budaya politik dalam tataran praktis yang terjadi pada pelaku UKM.
- 2) Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi didalam meningkatkan keilmuan di bidang ilmu politik maupun pemerintahan, khususnya masalah sosialisasi politik dan budaya politik.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menambah daftar karya ilmiah yang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk membuat karya ilmiah berikutnya dalam kajian budaya politik.
- 4) Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan informasi untuk lebih mengetahui objektifitas dari sikap dan perilaku politiknya dan bisa juga dijadikan bahan dasar untuk mengembangkan sikap dan perilaku politiknya ke arah yang lebih baik.

#### 2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Definisi politik selalu dikaitkan dengan tindakan politik. Tindakan politik bisa dilakukan oleh individu ataupun oleh kelompok. Baik individu maupun kelompok yang berada pada suprastruktur politik ataupun infrastruktur politik. Tindakan politik terjadi karena adanya interaksi, baik itu interaksi antar individu, antar kelompok, ataupun antara individu dengan kelompok. Karena yang dibicarakan adalah aspek politik, maka interaksi tersebut adalah interaksi politik. Bagian penting yang perlu diperhatikan adalah bahwa individu ataupun kelompok membangun hubungan interaksi itu tidak mengalir begitu saja tanpa membawa orientasi dan nilai apapun. Ketika masuk ke dalam tatanan interaksi politik, individu maupun kelompok akan membawa orientasi (*orientation*), nilai (*value*), pengetahuan (*Knowledge*), dan pengalaman (*eksperience*) yang dimilikinya. Oleh karena itulah orientasi seseorang dengan orang lain terkadang sama dan terkadang berbeda. Hal yang sama dialami oleh individu bisa juga terjadi dengan kelompok. Hal tersebut menegaskan bahwa tindakan politik sangat dipengaruhi oleh alam pikiran atau orientasi individu dan kelompok.

Menurut Mary Grizez Kweit dan Robert W. Kweit bahwa untuk meneliti lebih jauh mengenai tindakan politik dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Kedua pendekatan tersebut adalah sosialisasi politik dan budaya politik (Kweit dan Kweit, 1986: 91). Keduanya saling berkaitan dan erat sekali hubungannya. Sosialisasi lebih menitikberatkan perhatiannya pada proses bagaimana individu atau kelompok mempelajari orientasinya sedangkan budaya politik lebih menitikberatkan perhatiannya kepada masalah bagaimana individu ataupun kelompok menndistribusikan orientasi-orientasinya pada suatu populasi tertentu (Kweit dan Kweit, 1986: 91). Pernyataan yang lebih tegas adalah sosialisasi fokus kepada proses sedangkan budaya politik kepada perilakunya. Keterkaitannya adalah budaya politik dibangun oleh sosialisasi politik.

Penelitian mengenai budaya politik tidak bisa lepas dari sosialisasi politik, karena keduanya saling bersentuhan. Istilah ini menunjuk pada distribusi ide-ide dan nilai-nilai politik didalam suatu populasi tertentu. Asumsinya adalah bahwa ide dan nilai kita pelajari dalam proses sosialisasi politik (Kweit dan Kweit, 1986: 91). Pernyataan tersebut pada dasarnya menyatakan bahwa sosialisasi politik merupakan faktor penting yang mempengaruhi budaya politik suatu populasi tertentu. Selain itu, materi politik yang didapatkan didalam proses sosialisasi politik merupakan faktor yang mempunyai andil besar dalam membentuk budaya politik. Almond menyatakan bahwa faktor-faktor yang turut

berperan dalam membentuk budaya politik adalah tingkat pendidikan dan terpaan media masa (Almond, 1963: 4). Keduanya merupakan bagian dari beberapa agen sosialisasi politik.

Sosialisasi politik adalah suatu proses, dimana seseorang individu bisa mengenali sistem politik, yang kemudian menentukan sifat persepsi-persepsinya mengenai politik serta reaksi-reaksinya terhadap gejala-gejala politik. Sosialisasi politik mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural, lingkungan politik, dan lingkungan sosial dari masyarakat individu yang bersangkutan; juga mempelajari sikap-sikap politik serta penilaiannya terhadap politik. Maka sosialisasi politik itu merupakan mata rantai paling penting diantara sistem-sistem sosial dan sistem-sistem politik; namun satu sistem bisa berbeda sekali dengan sistem lainnya. Dilihat dari satu segi pandangan politik tertentu, sosialisasi politik adalah luar biasa pentingnya sebagai proses, dengan mana individu-individu, sampai pada kadar yang berbeda bisa terlibat dalam satu sistem politik, yaitu dalam partisipasi politik (Rush dan Althoff, 1986: 22-23).

Walaupun para sarjana ilmu politik memberikan definisi yang beraneka ragam terhadap sosialisasi polit, namun definisi tersebut mempunyai banyak persamaan; dan secara efektif menyetengahkan beberapa penting segi sosialisasi (Rush dan Althoff, 1986; 35-37). Pertama, sosialisasi secara fundamental merupakan poses hasil belajar, belajar dari pengalaman, itu seperti yang dinyatakan oleh Aberle sebagai “pola-pola aksi.” Kedua, memberikan indikasi umum hasil belajar tingkah laku individu dalam batas-batas yang luas; dan lebih khusus lagi berkenaan dengan pengetahuan atau informasi, motif-motif atau nilai-nilai dan sikap-sikap. Lagi pula ditekankan bahwa kita tidak hanya berurusan tingkah laku individu saja, tetapi juga dengan tingkah laku kelompok dimana individu menjadi bagian didalamnya. Ketiga, sosialisasi itu tidak perlu dibatasi sampai pada usia kanak-kanak dan masa remaja saja akan tetapi sosialisasi tersebut tetap berlanjut sepanjang kehidupan. Akhirnya ditegaskan pula, bahwa sosialisasi merupakan pra kondisi yang diperlukan bagi aktivitas sosial baik secara implisit maupun eksplisit memberikan penjelasan mengenai tingkah laku social.

Selanjutnya Almond, menyatakan berhasil tidaknya fungsi sosialisasi politik mencapai sasaran, sangat bergantung kepada berperantidaknya agen-agen sosialisasi politik mentransformasikan materi-materi politik secara efektif. Ada enam agen sosialisasi politik yang berperan dalam menjalankan fungsi sosialisasi politik yaitu: keluarga, sekolah, kelompok pergaulan atau kelompok bermain, pekerjaan, media massa, dan kontak-kontak politik langsung (Almond, 1963: 35). Cara untuk mengetahui peranan agen sosialisasi politik adalah melalui tingkat intensitas dan efektifitas interaksi antara individu dengan agen sosialisasi politik. Semakin berperan agen sosialisasi politik berpengaruh kepada semakin tingginya orientasi politik dan pada gilirannya akan membentuk perilaku politik sesuai dengan sistem politik.

Pendekatan kedua selain sosialisasi politik untuk melakukan penelitian terhadap tindakan politik adalah budaya politik. Menurut Almond dan Verba yang telah melakukan penelitian perbandingan budaya politik di lima Negara mempunyai pendapat sendiri mengenai apa itu pengertian budaya politik, yaitu menyangkut pola sikap dan orientasi individual terhadap politik diantara anggota-anggota suatu sistem politik. Budaya politik merupakan sesuatu yang menentukan dan memberikan arti pada tindakan-tindakan politik (Gatara dan Dzulkiah, 2007: 237).

Dalam penelitian mengenai budaya politik variabel-variabel yang ditelaah adalah mengenai aspek generik dari sistem keyakinan dan pandangan yang mempengaruhi perilaku

manusia baik kelompok maupun individu, persepsi alam kesadarannya (*cognitive perception*), dan kecenderungan moralnya terhadap dunia, sejarah, proses kehidupann sosial politik dan ekonomi dari masyarakat. Namun tidak seperti halnya ideologi, budaya politik hampir selalu menonjolkan sifat netral dari ideologi dan sistem keyakinan yang berakar dimasyarakat (Pye, 1965: 525).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa di setiap masyarakat selalu terdapat suatu budaya politik rakyat jelata di samping budaya politik elite. Jika dikaitkan dengan teori struktur politik yang disampaikan oleh Ramlan Surbakti (Surbakti, 1992: 131) maka budaya politik terbagi dua yaitu budaya politik suprastruktur politik dan budaya politik infrastruktur politik.

Benedict R. O G Anderson menyatakan bahwa kebudayaan Indonesia cenderung membagi masyarakat secara tajam antara kelompok elite dan kelompok massa rakyat (Anderson, 1970: 50). Bagi seorang Indonesia tidak ada pilihan lain bila tidak menjadi pemimpin, ia harus menjadi orang biasa sebagai pengikut atau sebaliknya. Baik itu budaya politik elite maupun rakyat massa. Keduanya harus mengarah kepada penciptaan iklim politik yang kondusif.

Pendapat lain dikemukakan oleh Walter A Rosenbaum. bahwa budaya politik dapat didefinisikan dalam dua cara. Pertama, jika terkonsentrasi pada individu, budaya politik merupakan fokus psikologis. Artinya bagaimana cara-cara seseorang melihat sistem politik. Apa yang dia rasakan dan ia pikir tentang simbol, lembaga dan aturan yang ada dalam tatanan politik dan bagaimana pula ia meresponnya. Kedua, budaya politik merujuk pada orientasi kolektif rakyat terhadap elemen-elemen dasar dalam sistem politiknya. Inilah yang disebut pendekatan sistem (Kweit dan Kweit, 1986: 112).

Pendapat Rosenbaum pada dasarnya adalah menegaskan bahwa untuk mengetahui budaya politik dapat dilakukan melalui dua cara dan cara ini tergantung dari level mana yang akan diamati. Kedua level tersebut adalah level individu dan level sistem. Jika yang menjadi perhatian adalah level individu, maka budaya politik didasarkan pada basis psikologis yang bersangkutan. Hal ini sangat berkaitan dengan orientasi subjektif seseorang terhadap elemen-elemen sistem politik. Sedangkan apabila yang diamati adalah level sistem, hal itu berarti bahwa budaya politik berhubungan dengan orientasi kolektif masyarakat terhadap elemen-elemen sistem politik (Rosenbaum, 1975: 4).

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai budaya politik, secara umum mengandung pengertian yang relatif sama, dimana yang menjadi kata kuncinya adalah **“pola sikap dan orientasi individu ataupun kelompok terhadap politik”**. Jadi dengan kata lain, penelitian mengenai budaya politik pelaku UKM tentunya akan meneliti aspek-aspek pola sikap dan orientasi pelaku UKM terhadap sistem politik.

Dalam tulisan ini konsep budaya politik yang akan dijadikan rujukan adalah konsep budaya politik menurut Gabriel Almond dan Sidney Verba. Berkenaan dengan penegasan tersebut maka variabel-variabel yang digunakan oleh Almond dan Verba didalam meneliti seperti apa budaya politik di suatu negara, juga akan dijadikan variabel-variabel didalam penelitian mengenai bagaimana budaya politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi. Variabel-variabel tersebut yang berkaitan dengan budaya politik adalah orientasi politik, objek orientasi politik, dan tipe budaya politik.

Untuk menghubungkan orientasi psikologis terhadap tindakan politik, Almond dan Verba (Almond dan Verba, 1963: 50) meminjam konsep yang dikemukakan oleh Talcott Parson dan Edward Shils. Menurut beliau berdua, orientasi seorang pelaku terhadap situasi sosial dapat dipecah menjadi tiga komponen. Ketiga komponen tersebut adalah aspek kognitif yang menyangkut persepsi, aspek cathetic yang menyangkut perasaan dan aspek evaluatif yang menyangkut pilihan yang mengkombinasikan komponen *kognitif dan cathetic* dalam menentukan keputusan mengenai suatu obyek. Selanjutnya, menurut Gabriel Almond dan Sidney Verba, orientasi politik mempunyai tiga komponen yaitu *kognitif, afektif, dan evaluatif*. Menurut beliau, orientasi kognitif menyangkut pengetahuan dan kepercayaan sistem politik, peranan-perananya serta pemegang peranan tersebut baik dalam peran input maupun output.

Orientasi afektif berupa perasaan-perasaan terhadap sistem politik, personil-personilnya serta penampilannya. Orientasi evaluatif menyangkut keputusan-keputusan dan pendapat mengenai objek-objek politik yang secara tipikal meliputi beberapa kombinasi standar-standar nilai dan kriteria dengan informasi dan perasaan.

Budaya politik suatu masyarakat secara operasional dapat didefinisikan sebagai distribusi tertentu dari pola-pola orientasi kognitif, afektif, dan evaluatif terhadap objek-objek politik. Selanjutnya masih menurut Almond dan Verba (1963: 50), objek orientasi politik adalah suatu kondisi sejauhmana orientasi politik individu terlibat dalam sistem dan pribadi sebagai aktor politik. Menurut Rusadi Kantaprawira (Gatara dan Dzulkiah, 2007: 243) mengacu kepada pendapat Almond dan Verba menjelaskan bahwa objek orientasi politik meliputi keterlibatan seseorang kepada empat bagian Pertama, keterlibatan seseorang terhadap sistem politik, yaitu orientasi seseorang terhadap struktur pemerintahan, didalamnya menyangkut evaluasi seseorang terhadap lembaga pemerintahan (eksekutif, yudikatif, dan legislatif). Kedua, keterlibatan seseorang terhadap proses *input*, yaitu orientasi seseorang merespon proses penyaluran segala tuntutan yang diajukan atau diorganisasi oleh masyarakat, termasuk prakarsa untuk menerjemahkan atau mengonversi tuntutan-tuntutan tersebut menjadi suatu kebijakan yang sesuai dengan harapan masyarakat. Ketiga, keterlibatan seseorang terhadap proses *output*, yaitu orientasi seseorang merespon suatu produk kebijakan yang dikeluarkan oleh lembaga pemerintahan. Keempat, keterlibatan seseorang terhadap diri sendiri, yaitu orientasi seseorang didalam memandang dirinya untuk ikut terlibat dalam bagian sistem politik.

Atas dasar orientasi seseorang terhadap beberapa objek politik sebagaimana dijelaskan di atas. Almond dan Verba membedakan tipe budaya politik menjadi tiga bagian. Pertama, budaya politik *parochial*, yaitu suatu budaya politik dimana individu ataupun kelompok tidak mempunyai orientasi sama sekali terhadap sistem politik secara keseluruhan, terhadap *input* dan *output*, dan terhadap diri sendiri sebagai aktor politik. Kedua, budaya politik *kaula*, yaitu suatu budaya politik dimana individu ataupun kelompok mempunyai orientasi terhadap sistem politik dan pengaruhnya terhadap output yang memengaruhi kehidupan mereka, namun mereka tidak berorientasi terhadap partisipasi dalam struktur input. Ketiga, budaya politik partisipan, yaitu suatu budaya politik dimana individu ataupun kelompok mempunyai orientasi terhadap struktur input dan proses serta terlibat di dalamnya atau melihat dirinya sebagai potensial terlibat, mengartikulasikan tuntutan dan membuat keputusan (Almond dan Verba, 1963: 52).

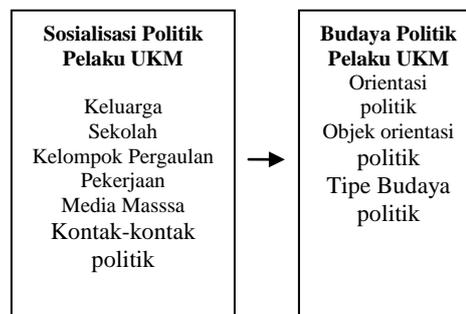
Adanya orientasi politik di atas, dapat pula dipergunakan untuk menggambarkan kesesuaian antara budaya politik dengan struktur politik. Untuk melihat derajat kesesuaian ini. Almond dan Verba memberi tiga sifat pada orientasi, kognitif, afektif, dan evaluatif.

Pertama, sifat konformi yaitu terdapatnya sifat positif terhadap objek-objek politik. Kedua, sifat apatis yaitu terdapatnya ketidakacuhan terhadap objek-objek politik. Ketiga, sifat skeptis yaitu terdapatnya sifat negatif terhadap objek-objek politik.

Apabila dalam semua komponen dari orientasi politik, baik itu yang bersifat kognitif, afektif, maupun evaluatif terdapat sifat positif terhadap objek-objek politik, maka hal itu berarti menunjukkan adanya kesesuaian budaya politik dengan struktur politik. Namun sebaliknya, apabila dalam semua komponen orientasi terhadap objek orientasi politik terdapat sifat negatif terhadap objek-objek politik, maka hal itu berarti menunjukkan adanya ketidakcocokan antara budaya politik dengan struktur politik (Almond dan Verba, 1963: 21-220. Menurut Nazaruddin Syamsuddin bahwa kesesuaian antara budaya politik dengan struktur politik pada dasarnya menunjukkan kematangan budaya politik (Syamsuddin, 1991: 4).

Selanjutnya untuk memudahkan gambaran umum mengenai penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran dan model analisis sebagai berikut ini:

**Gambar 3.1**  
**Model analisis**



Hipotesa yang dapat ditarik dari kerangka model analisa dalam konteks penelitian ini adalah adanya hubungan antara tingginya intensitas dan efektifitas agen sosialisasi politik dalam mentransmisikan elemen-elemen sosialisasi politik terhadap pelaku UKM dalam proses sosialisasi politik yang mereka alami dengan tingkat orientasi politik, tingkat orientasi terhadap objek orientasi politik dan tipe budaya politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi.

### 3. Objek dan Metode Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah semua pelaku UKM yang berada di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis, terutama berkaitan hubungan antara Sosialisasi Politik dan Budaya Politik dan Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi.

Menurut Sumardi Suryabrata dan Nana Sudjana metode tersebut mempunyai tujuan sebagai untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa dan kejadian yang ada pada masa sekarang. Termasuk didalam metode ini ialah studi kasus, studi survai, studi pengembangan, studi korelasi (Suryabrata dan Sudjana, 2003: 52).

Mengenai pendekatan yang digunakan didalam penelitian ini, penulis menggunakan dua pendekatan sekaligus, kualitatif dan kuantitatif. Alasan penggunaan dua pendekatan tersebut secara bersamaan ditujukan agar diperoleh validitas yang akurat, karena pada dasarnya kedua

pendekatan tersebut saling melengkapi. Lisa Harrison (Harrison, 2007: 87), menjelaskan bahwa kedua pendekatan tersebut sering digunakan secara bersama-sama, mengkaji tipe bukti yang berbeda untuk meriset pertanyaan riset yang sama.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *cluster sampling*. Menurut Sugiono (Sugiono, 2003: 94) *Cluster sampling* adalah teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas. Misalnya penduduk disuatu negara, propinsi atau kabupaten.

Untuk perolehan data penulis menggunakan teknik observasi, studi pustaka, studi dokumentasi, wawancara dan penyebaran kuestioner kepada obyek penelitian yang telah ditentukan. Sedangkan analisis hasil penelitian dilakukan secara kualitatif dengan penguatan data kuantitatif yang diperoleh melalui kuestioner.

## **4. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Variabel Sosialisasi Politik Pelaku UKM**

Sosialisasi politik merupakan proses. Seseorang bisa mengenali sistem politik, dan menentukan persesinya mengenai politik serta reaksi-reaksinya terhadap gejala-gejala politik. Di dalam proses sosialisasi politik terjadi transformasi nilai-nilai politik ke dalam alam pikiran pelaku UKM dan mempunyai pengaruh terhadap budaya politik pelaku UKM. Hal tersebut tidaklah lepas dari tingkat intensitas dan efektivitas peranan agen-agen sosialisasi politik yang dinilai dan dirasakan oleh pelaku UKM itu sendiri. Agen-agen sosialisasi politik terdiri dari agen keluarga, agen sekolah, agen kelompok pergaulan, agen relasi usaha, dan agen media masa.

#### **4.1.1. Sosialisasi Politik Dalam Keluarga**

Agen keluarga adalah unit terkecil didalam masyarakat yang diikat melalui pertalian darah. Sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM berupa rangsangan-rangsangan tentang pengetahuan, nilai, dan sikap politik yang mereka lihat dari pembicaraan-pembicaraan yang dilakukan oleh anggota keluarganya. Setiap pembicaraan yang mereka lihat dan didengar secara langsung setidaknya memberikan kesan awal tentang dunia politik.

Penanaman pengetahuan, nilai, dan sikap politik sejak usia dini memberikan motivasi kuat kepada seseorang dikemudian hari untuk peduli terhadap objek-objek politik. Secara umum pelaku UKM mengakui bahwa proses awal penanaman nilai, sikap, dan pengetahuan politik dari lingkungan keluarga ketika mereka berusia dibawah 17 tahun sudah berlangsung dan mempunyai intensitas yang cukup baik. Hal ini dibuktikan bahwa sebanyak 55% yang mengatakan demikian. Beberapa pelaku UKM mengakui sering melihat dan mendengar anggota keluarganya membicarakan berbagai persoalan politik dan pemerintahan, Anggota keluarga yang paling sering mereka saksikan membicarakan persoalan politik dan pemerintahan adalah ayah dan kakak laki-lakinya. Pernyataan ini seakan-akan menegaskan bahwa kaum laki-laki lebih banyak yang menyukai dunia politik dibandingka perempuan. Hal demikian juga nampak dari sulitnya mencapai target quota 30 % perempuan di legislatif. Bagi mereka yang tidak pernah melihat dan mendengar anggota keluarganya membicarakan masalah-masalah politik dan pemerintahan beralasan mereka tidak pernah melihat dan mendengar anggota keluarganya membicarakan berbagai masalah politik dan pemerintahan tidak lepas dari kondisi objektif anggota keluarga mereka yang tidak menyukai seputar dunia

politik. Keadaan tersebut diketahui bahwa ketika berkumpul bersama anggota keluarganya untuk menyaksikan acara televisi pada malam hari, jarang sekali menyaksikan berita-berita politik.

Terjadinya peningkatan intensitas peranan agen keluarga didalam proses penanaman nilai, sikap, dan pengetahuan politik ketika usia mereka semakin dewasa nampaknya berbeda antara keluarga yang berbeda. Meningkatnya intensitas sosialisasi politik dalam keluarga ketika usia seseorang semakin dewasa, maka akan semakin banyak pengetahuan-pengetahuan tentang politik yang diperoleh dari lingkungan di luar lingkungan keluarganya. Kondisi ini merubah posisi seseorang menjadi lebih aktif didalam memulai pembicaraan tentang isu-isu politik dengan anggota keluarganya

#### **4.1.2.Sosialisasi Politik Dalam Sekolah**

Selain keluarga, sekolah juga menempati posisi penting sebagai agen sosialisasi politik. Sekolah merupakan *secondary group*. Kebanyakan dari kita mengetahui lagu kebangsaan, dasar negara, pemerintah yang ada, dari sekolah. Oleh sebab itu, sistem pendidikan nasional selalu tidak terlepas dari pantauan negara. Hal itu dikarenakan pentingnya peranan agen sekolah didalam proses penanaman nilai dan pengetahuan politik.

Sekolah merupakan tempat transformasi ilmu pengetahuan “termasuk pengetahuan politik” kepada peserta didiknya. Pemerintah mempunyai kepentingan mengenalkan pengetahuan politik, pemerintahan, dan kewarganegaraan kepada peserta didik melalui materi pelajaran yang mengandung muatan politik dan pemerintahan. Harapannya adalah agar peserta didik mencintai bangsa dan negaranya.

Pendidikan politik yang dialami oleh pelaku UKM bisa diperoleh melalui lembaga pendidikan formal, nonformal, dan informal. Sekolah merupakan lembaga pendidikan formal yang modern dan berjenjang. Ada beberapa materi pelajaran yang mempunyai muatan politik dan pemerintahan yang secara umum wajib diajarkan disetiap jenjang pendidikan. Diantara materi pelajaran tersebut adalah Pendidikan Kewarganegaraan (PKn) dan Sejarah Indonesia. Oleh karena itu, untuk mengetahui intensitas peranan agen sekolah dalam proses sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan kata kunci suka yang emnyukai terhadap materi pendidikan kewarganegaraan sebanyak 59% dan kurang suka sebanyak 26%. Hal ini megindikasikan bahwa proses awal transformasi nilai dan pengetahuan politik melalui agen sekolah berjalan cukup baik. Sementara itu responden yang menjawab pertanyaan dengan kata kunci tidak suka berumlah 15%. Hasil dari wawancara dengan informan yang mengatakan tidak suka, menyatakan bahwa ketidaksukan mereka dikarenakan materi pelajaran tersebut dirasakan membosankan dikarenakan terlalu banyak materinya.

Adanya responden yang kurang menyukai materi pelajaran yang mengandung muatan politik dan pemerintahan harus menjadi perhatian yang serius bagi pihak penyelenggara pendidikan. Sangat disayangkan jika lembaga pendidikan formal yang mempunyai kurikulum sangat sistematis menghasilkan lulusan yang kurang mempunyai pengetahuan dasar tentang pemerintahan dan politik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemahaman mereka terhadap materi pelajaran yang mengandung muatan politik tidak begitu mendalam. Pengakuan mereka menyatakan bahwa ketidaksukaannya dikarenakan materi pelajaran tersebut sangat banyak dan bersifat tekstual di tambah metode penyampain materi pelajaran tersebut kurang menyenangkan dan menarik. Selanjutnya, faktor kepiawaian guru dalam

menyampaikan pelajaran tersebut sangat membantu mereka dalam upaya memahami materi pelajaran tersebut.

Adapun mereka yang mempunyai tingkat pemahaman yang baik terhadap materi pelajaran yang memuat materi politik dan pemerintahan bahwa pemahamannya yang mendalam akan materi pelajaran yang mengandung muatan politik dan pemerintahan diperoleh dengan usaha yang sungguh-sungguh dalam bentuk belajar dengan tekun. Bahan-bahan bacaan lain seperti buku-buku politik, majalah-majalah politik, dan artikel-artikel politik yang dibaca sangat membantu mereka untuk lebih memahami materi pelajaran yang mengandung muatan politik dan pemerintahan yang diajarkan di sekolah.

#### **4.1.3. Sosialisasi Politik Dalam Kelompok Pergaulan**

Agen sosialisasi politik lainnya yang dialami oleh pelaku UKM adalah kelompok pergaulan (*peer group*). Kelompok pergaulan masuk kategori agen sosialisasi politik *Primary Group*. Kelompok pergaulan mereka adalah teman-teman sebaya yang mengelilingi mereka. Setiap pembicaraan yang dilakukan oleh pelaku UKM dengan oleh kelompok pergaulannya tentu sangat mempengaruhi alam pikiran, kedewasaan, tindakan, dan sikap mereka.

Kelompok pertemanan cukup penting dalam proses sosialisasi politik selama masa remaja dan berlangsung terus sepanjang usia dewasa. Talcot Parson menyatakan kelompok pertemanan tumbuh menjadi agen sosialisasi politik yang sangat penting pada masa anak-anak berada di sekolah menengah atas.

Seberapa besar pengaruh agen kelompok pergaulan terhadap proses sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM diketahui dari tingkat intensitas pergaulan mereka didalam membahas dan mendiskusikan isu-isu politik yang sedang berkembang. Sebagian besar pelaku UKM mengakui bahwa peranan agen kelompok pergaulan memberikan pengaruh positif terhadap proses sosialisasi politik yang mereka alami. Namun, dilihat dari interval waktu tidak begitu sering. Mereka membicarakan dan mendiskusikan persoalan politik dan pemerintahan dikarenakan ketertarikan mereka dengan fenomena-fenomena politik dan pemerintahan. Diantara beberapa alasan ketertarikan mereka adalah keberadaan tokoh-tokoh politik yang mereka kagumi. Sebagian dari mereka mengakui mempunyai figur-figur tokoh politik yang mereka kagumi. Bahan-bahan diskusi biasanya diperoleh dari media massa terutama koran dan televisi

Mayoritas tingkat pemahaman pelaku UKM menanggapi isu-isu politik yang sedang berkembang (*up to date*) kurang begitu baik. Kondisi tersebut menunjukkan minimnya informasi mereka terkait isu-isu politik sehingga mereka tidak mempunyai modal pengetahuan yang cukup baik, untuk membicarakan isu-isu politik dengan kelompok pergaulannya. Lain halnya mereka yang mengatakan memahami atas isu politik yang berkembang, ini memberikan kesempatan pelaku UKM untuk lebih memahami isi pembicaraan isu-isu politik dengan teman pergaulannya lebih terbuka lebar.

#### **4.1.4. Sosialisasi Politik Dalam Kelompok Pekerjaan**

Agen sosialisasi politik selanjutnya yang juga dialami oleh pelaku UKM adalah kelompok pekerjaan. Status pelaku UKM adalah pelaku (*executive*) sekaligus pemilik (*owner*) dari unit usaha tersebut. Oleh karena itu, kelompok yang paling tepat dikatakan sebagai kelompok pekerjaan dari pelaku UKM adalah relasi bisnisnya. Relasi bisnis dimaksud diantaranya adalah orang-orang yang mempunyai jenis pekerjaan yang sama dan

ada hubungan kerjasama, pemasok barang-barang dagangan milik pelaku UKM, dan *sales marketing*. Orang-orang tersebut itulah yang mempunyai intensitas waktu cukup sering melakukan kontak komunikasi dengan pelaku UKM. Kontak komunikasi tersebut tentunya membicarakan bisnisnya. Namun, tidak tertutup kemungkinan. Secara *natural*, pembicaraan tersebut akan mengarah dan menyinggung isu-isu politik yang berkembang.

Kelompok pekerjaan diyakini sebagai salah satu elemen penting yang mempengaruhi perubahan penting perilaku dan sikap politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi. Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat seberapa jauh tingkat intensitas pembicaraan isu-isu politik yang dilakukan oleh pelaku UKM dengan kelompok pekerjaannya. Semakin banyak interval waktu yang dilakukan untuk membicarakan isu politik akan semakin mempengaruhi efektivitas peranan agen kelompok pekerjaan di dalam proses sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM

Mayoritas pelaku UKM mengakui bahwa adanya intensitas yang cukup tinggi dari peranan agen kelompok pekerjaan di dalam proses sosialisasi politik yang mereka alami. Umumnya mereka mendiskusikan beberapa persoalan politik dan pemerintahan dengan kelompok kerjanya di tempat usaha responden. Persoalan-persoalan politik dan pemerintahan yang dijadikan bahan diskusi kebanyakan diperoleh dari pemberitaan media massa yang terkini (*up to date*). Alasan mereka membicarakan dan mendiskusikan persoalan politik dan pemerintahan dikarenakan keinginan untuk bertukar pikiran dan pengalaman politik. Kesibukan mereka dalam menjalankan aktifitas bisnisnya bukanlah penghalang untuk lebih peduli (*care*) dengan dunia politik dan pemerintahan.

Jumlah pelaku UKM yang merasa peranan agen kelompok pekerjaan kurang berpengaruh dalam proses sosialisasi politik yang mereka alami jumlahnya sangat sedikit. Mereka ternyata mempunyai pengetahuan yang kurang begitu baik terhadap isu-isu politik yang mereka bicarakan dengan kelompok kerjanya. Kekurangpahaman tersebut dikarenakan informasi politik yang diperoleh tidak menyeluruh (*holistik*). Rendahnya pemahaman terhadap isu-isu politik dan pemerintahan, antara lain dikarenakan rendahnya intensitas dalam menyaksikan berita-berita politik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UKM yang lebih gemar mencari informasi politik cenderung mempunyai pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang jarang mencari informasi politik. Ketidakhahaman terhadap isu-isu politik yang dibicarakan dengan kelompok kerjanya membuat pelaku UKM cenderung mendengarkan pendapat kelompok kerjanya dari pada memberikan pendapat atau sanggahan dalam pembicaraan tersebut.

#### **4.2.5. Sosialisasi Politik Melalui Agen Media Massa**

Agen sosialisasi politik yang tidak kalah pentingnya di dalam proses sosialisasi yang dialami oleh pelaku UKM adalah agen media massa. Peranan media massa dalam mentransmisikan elemen-elemen sosialisasi politik terhadap individu pada usia dewasa sangatlah berkesan. Adapun yang dimaksud dengan agen media massa adalah berbagai media yang bisa dijadikan sumber informasi oleh pelaku UKM untuk mengikuti perkembangan seputar dunia politik. Media massa di bedakan menjadi dua bagian. Bagian pertama adalah media cetak, misalkan koran dan majalah. Sedangkan bagian kedua adalah media elektronik, misalkan televisi dan radio.

Sebagian besar pelaku UKM mengakui bahwa tingkat intensitas mereka terhadap agen media massa tidaklah begitu sering. Mereka menyatakan bahwa berhubungan dengan agen media massa hanya ketika mempunyai waktu luang. Hal itu dikarenakan aktivitas bisnis

mereka cukup padat. Media massa yang paling sering digunakan adalah televisi. Sebagian pelaku UKM mempunyai televisi di tempat usaha mereka. Keberadaan televisi tersebut sangat membantu mereka dalam memperoleh beberapa informasi dan hiburan, tidak hanya sekedar informasi politik dan pemerintahan. Ketidakteraturan pelaku UKM dalam mengakses informasi politik melalui agen media massa dikarenakan mereka biasanya menyaksikan televisi ketika kegiatannya sedang senggang, jarang sekali mereka menyaksikan berita politik dengan sengaja

Sepuluh dari pelaku UKM menyukai acara dan berita yang menyajikan informasi politik. Baik itu dalam bentuk diskusi publik, maupun berita-berita politik. Lainnya adalah acara diskusi politik dan pemerintahan yang disiarkan di televisi. Diantara alasan responden menyukai acara diskusi politik dan pemerintahan adalah keinginan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia politik dan pemerintahan serta menambah wawasan. Selain itu, acara diskusi politik dan pemerintahan dengan konsep yang fleksibel, santai, dan penuh humor juga menjadi daya tarik tersendiri bagi responden untuk menyukai acara tersebut. Ada juga responden yang menyatakan acara diskusi politik yang penuh humor dapat dijadikan sebagai obat pelipur kepenatan pekerjaan.

Tingginya tingkat efektivitas sosialisasi politik melalui agen media massa dikarenakan informasi yang disajikan oleh media massa merupakan isu-isu yang sedang berkembang (*up to date*). Ada kecenderungan informasi politik yang sedang berkembang yang diperoleh melalui agen media massa merupakan bahan-bahan dasar yang sering dipakai oleh pelaku UKM untuk berdiskusi dengan teman pergaulan, anggota keluarga, dan relasi bisnisnya.

#### **4.1.5. Sosialisasi Politik Melalui Agen Kontak-Kontak Politik**

Agen sosialisasi politik selanjutnya adalah kontak-kontak politik. Adapun yang dimaksud dengan agen kontak-kontak politik pelaku UKM adalah keterlibatan pelaku UKM terhadap institusi politik. Baik itu partai politik, lembaga swadaya masyarakat (LSM), maupun institusi pemerintahan. Tingkat intensitas peranan agen kontak-kontak politik di dalam proses sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM dapat diketahui dari seberapa banyak yang terlibat langsung dengan institusi politik.

Analisis pada hasil kajian menunjukkan bahwa jumlah responden dari pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya yang menjawab pertanyaan dengan menggunakan kata kunci “tidak” sebanyak 63 %. Hal ini memberikan isyarat bahwa proses sosialisasi politik yang mereka alami dengan menggunakan agen kontak-kontak politik tidak berjalan baik. Sebagian dari mereka menyatakan bahwa salah satu faktor yang melandasi mereka untuk tidak terlibat langsung dengan institusi politik adalah belum mapannya usaha mereka dan keterbatasan waktu luang.

Tingkat efektivitas peranan agen kontak-kontak politik yang dirasakan oleh pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya dapat di ketahui dari seberapa sering mereka menghadiri kegiatan-kegiatan politik yang diadakan oleh institusi politik tersebut. Semakin sering mereka menghadiri acara-acara politik menandakan semakin tingginya tingkat efektivitas peranan agen kontak-kontak politik.

## **2. Variabel Budaya Politik UKM**

Budaya politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya pada dasarnya adalah pola sikap, keyakinan, dan orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya didalam merespon setiap hal yang berkaitan dengan fenomena politik. Bagaimana sebenarnya budaya politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika dapat diketahui dari bagaimana sifat orientasi politik dan orientasi politik terhadap objek orientasi politik.

### **4.2.1.Orientasi politik**

Orientasi politik pelaku UKM adalah berbagai dasar pertimbangan sikap dan perilaku politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya didalam merespon objek-objek politik. Orientasi politik pelaku UKM terdiri dari tiga komponen yaitu: orientasi kognitif, orientasi afektif dan evaluative. Ketiga orientasi politik tersebut dapat dinilai berdasarkan sifat yang melekat pada ketiga orientasi politik tersebut. Ketiga sifat tersebut adalah kompromis, apatis, dan skeptis. Orientasi politik pelaku UKM dikatakan bersifat kompromis adalah apabila ada kecocokan atau sifat positif terhadap objek-objek politik. Sedangkan orientasi politik pelaku UKM dikatakan bersifat apatis ialah apabila respon yang diberikan terhadap objek politik bersifat masa bodoh atau tidak peduli. Sementara orientasi politik pelaku UKM dikatakan bersifat skeptis adalah ketika respon yang diberikan terhadap objek-objek politik bersifat negatif.

### **4.2.2.Orientasi Kognitif**

Adapun yang dimaksud dengan orientasi kognitif pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya adalah seperangkat pengetahuan, keyakinan, dan kepercayaan terhadap sistem politik, peranan-perananya serta pemegang peranan tersebut baik dalam peran input maupun output. Berdasarkan paparan data pada gambar. 3. di peroleh kesimpulan bahwa orientasi kognitif responden berdasarkan indikator tingkat pengetahuan, tingkat kepercayaan, dan tingkat keyakinan. Sebanyak 48 % bersifat skeptis. 31 % responden mempunyai orientasi kognitif bersifat konformis dan responden yang mempunyai orientasi kognitif bersifat apatis sebanyak 21 %

### **4.2.3.Orientasi Afektif**

Orientasi afektif pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya adalah berbagai perasaan emosi pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya yang dijadikan dasar pertimbangan untuk merespon setiap objek politik. Bagaimana sifat orientasi afektif pelaku UKM di kecamatan Mustika Jaya dapat diketahuai dari bagaiman mereka merespon setiap objek politik. Diperoleh kesimpulan bahwa orientasi afektif responden didasarkan pada indikator tingkat perasasaan responden didalam merespon berberapa objek politik terbagi menjadi tiga kelompok. Kelompok pertama adalah responden yang mempunyai orientasi afektif bersifat skeptis sebanyak 52 %. Kelompok kedua adalah responden yang mempunyai orientasi afektif bersifat konformis sebanyak 46 %. Kelompok ketiga adalah responden yang mempunyai orientasi afektif bersifat apatis berjumlah sebanyak 2 %.

### **4.2.4.Orientasi Evaluatif**

Orientasi evaluatif pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya adalah berbagai penilaian terhadap objek politik yang didasarkan pada standar nilai yang dimiliki oleh pelaku UKM tersebut. Bagaimana sifat orientasi evaluatif pelaku UKM dapat diketahui dari bagaimana sifat penilaian yang diberikan oleh pelaku UKM didalam merespon setiap objek politik. Hasil penelitian diketahui bahwa mayoritas responden mempunyai orientasi evaluatif skeptis. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya jumlah responden yang tidak setuju partai politik lebih memilih artis yang mempunyai popularitas daripada kader partai untuk dicalonkan sebagai

calon legislatif. Menurutnya, seharusnya partai politik memprioritaskan kader-kader partai yang mempunyai tingkat kompetensi yang baik. Kondisi ini setidaknya menunjukkan banyak proses pengkaderan yang dimiliki partai politik tidak berjalan dengan baik. Berdasarkan data hasil penelitian diperoleh gambaran secara umum terkait sifat orientasi evaluatif responden terkait penilaian mereka didalam merespon objek-objek politik sedang berkembang, terbagi menjadi tiga kelompok. Kelompok pertama adalah mereka yang mempunyai orientasi afektif bersifat skeptis sebanyak 78 %. Kelompok kedua adalah mereka yang mempunyai orientasi afektif bersifat konformis sebanyak 11 % dan kelompok ketiga yang mempunyai orientasi afektif bersifat apatis berjumlah sebanyak 11 %.

### **3. Objek Orientasi Politik**

Objek orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya adalah komponen objek-objek politik yang menjadi sasaran orientasi politik pelaku UKM. Objek-objek politik terdiri empat komponen. Keempat komponen tersebut adalah sistem politik, proses input, proses output, dan diri sendiri. Semakin tinggi sifat orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya terhadap komponen objek-objek politik merupakan kondisi yang ideal.

#### **4.3.1.Sistem Politik**

Orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya terhadap sistem politik yaitu orientasi seseorang terhadap struktur pemerintahan, didalamnya menyangkut evaluasi seseorang terhadap lembaga pemerintahan (eksekutif, yudikatif, dan legislatif). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 70 % responden mempunyai tingkat orientasi yang tinggi terhadap sistem politik.

#### **4.3.2.Proses Input**

Orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya terhadap proses input adalah orientasi politik pelaku UKM didalam merespon proses penyaluran segala tuntutan yang diajukan atau diorganisasi oleh masyarakat, termasuk prakarsa untuk menerjemahkan atau mengonversi tuntutan-tuntutan tersebut menjadi suatu kebijakan yang sesuai dengan harapan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pelaku UKM yang menjadi responden mempunyai tingkat orientasi politik yang cukup tinggi terhadap proses input.

Dalam PILKADA Kota Bekasi Tahun 2008 mayoritas responden menggunakan hak pilihnya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya tingkat partisipasi yang sangat baik dari responden untuk mewujudkan pemerintahan yang mempunyai legitimasi. Penggunaan hak pilih ini merupakan masukan yang sangat positif. Tingginya partisipasi responden dalam PILKADA menunjukkan adanya keinginan dari responden agar program-program kebijakan yang ditawarkan oleh calon kepala dan wakil kepala daerah yang mereka pilih dapat terealisasi, karena program-program tersebut sejalan dengan kepentingan responden.

#### **4.3.3.Proses Output**

Orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya terhadap proses output adalah orientasi pelaku UKM dalam merespon suatu produk kebijakan yang dikeluarkan oleh lembaga pemerintahan.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai keluhan atas pelayanan public nampak bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan menggunakan kata kunci Ya, Mengeluhkan sebanyak 92 %. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengeluhkan pada pelayanan public yang diberikan, Kondisi ini juga, menunjukkan bahwa mayoritas responden mempunyai tingkat orientasi politik yang tinggi terhadap proses output.

#### **4.3.4. Diri Sendiri**

Orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya terhadap dirinya sendiri adalah orientasi pelaku UKM didalam memandang dirinya untuk ikut terlibat dalam bagian sistem politik. Data hasil penelitian penulis, diketahui bahwa responden yang mengikuti Perkembangan sebanyak 67 %. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka selalu berusaha mengikuti perkembangan dunia politik. Pengkuan dari beberapa responden menyatakan bahwa dalam upaya mengikuti perkembangan seputar dunia politik, mereka membiasakan diri membaca berita-berita politik melalui koran dan majalah. Selain itu juga, upaya lain dilakukan dengan menyaksikan berita-berita politik yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai orientasi politik yang tinggi terhadap dirinya sendiri sebagai bagian dari sistem politik.

Upaya responden untuk selalu mengikuti perkembangan seputar dunia politik. Baik itu dengan cara mendapatkan informasi melalui media cetak dan elektronik menunjukkan adanya kepedulian responden terhadap dunia politik. Kepedulian-kepedulian ini merupakan dasar dari motivasi responden untuk melakukan tindakan-tindakan politik yang positif. Bentuk tindakan tersebut bisa dalam bentuk partisipasi politik dan sebagainya

Berdasarkan data penelitian terkait dengan objek orientasi politik pelaku UKM diperoleh kesimpulan bahwa orientasi politik mereka terhadap objek orientasi politik terbagi menjadi tiga kelompok. Pertama kelompok responden yang mempunyai orientasi politik tinggi terhadap objek politik sebanyak 76 %. Kelompok ini merupakan kelompok yang paling dominan. Kedua, kelompok responden yang mempunyai orientasi politik rendah terhadap objek orientasi politik sebanyak 16 %. Ketiga, kelompok responden yang mempunyai orientasi politik apatis terhadap objek orientasi politik sebanyak 8 %

## **5. Kesimpulan**

Terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian dan kajian Budaya Politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi yaitu:

1. Tingkat intensitas sosialisasi pelaku UKM dalam berhubungan dengan agen-agen sosialisasi politik cenderung tinggi. Tingginya tingkat intensitas tersebut menunjukkan adanya interaksi yang sangat baik dengan agen-agen sosialisasi politik.
2. Tingginya tingkat efektivitas pelaku UKM dalam menyerap berbagai nilai (*value*), pengetahuan (*knowledge*), pengalaman (*experience*), dan orientasi (*orientation*) politik yang ditransformasikan oleh agen-agen sosialisasi politik sebanding dengan tingkat intensitas pelaku UKM dalam berinteraksi dengan agen-agen sosialisasi politik. Kondisi ini merefleksikan bahwa pelaku UKM yang mempunyai tingkat intensitas yang semakin dalam berinteraksi dengan agen-agen sosialisasi politik lebih mempunyai kesempatan yang semakin tinggi dalam menyerap berbagai nilai (*value*), pengetahuan (*knowledge*), pengalaman (*experience*), dan orientasi (*orientation*) politik yang ditransformasikan oleh agen-agen sosialisasi politik.

3. Agen sosialisai politik yang paling sering berinteraksi dengan pelaku UKM adalah agen sekolah dan agen media massa. Tingginya tingkat kesukaan pelaku UKM terhadap materi pelajaran yang mengandung muatan politik dan pemerintahan serta adanya keinginan dan kesadaran internal untuk mengenal dan memahami dunia politik dan pemerintahan. Tingginya intensitas sosialisasi politik UKM dengan agen media massa sangat terkait dengan variatif dan menariknya berita dan diskusi politik yang disajikan oleh media massa. Faktor internal kesadaran dan minat yang tinggi untuk mengikuti perkembangan seputar dunia politik dan pemerintahan merupakan faktor pendorong pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya untuk berinteraksi dengan agen media massa.
4. Agen sosialisasi politik yang paling efektif mentransmisikan, pengetahuan, pengalaman dan orientasi politik oleh agen-agen sosialisasi politik terhadap pelaku UKM adalah agen media massa dan kelompok pergaulan. Perbandingannya adalah 54 % dan 46 %. Tingginya tingkat efektivitas melalui agen media massa tidak lepas dari informasi politik yang disampaikan oleh media massa bersifat variatif dan objektif. Selain itu media massa mempunyai strategi menyajikan dan menyampaikan informasi politik yang baik. Interaksi politik pelaku UKM dengan kelompok pergaulan cenderung mempunyai posisi yang sejajar. Hal ini mengakibatkan pandangan-pandangan dan pendapat-pendapat politik yang diutarakan oleh pelaku UKM dan kelompok pergaulannya lebih bersifat terbuka.
5. Budaya politik yang diwujudkan dalam orientasi politik pelaku UKM cenderung bersifat skeptis, konformis, dan apatis. Perbandingannya adalah 59,4 % dan 29,3 %, dan 11,3 %. Sifat skeptis menunjukkan sebagian besar pelaku UKM menolak berbagai kebijakan politik yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam arti luas, baik eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Sedangkan sifat konformis menunjukkan adanya 29,3 % pelaku UKM yang mempunyai orientasi politik yang bertolak belakang dengan mayoritas responden yang orientasi politiknya bersifat konformis. Kedua sifat orientasi politik tersebut menunjukkan tingginya tingkat partisipasi politik pelaku UKM. Sifat konformis merupakan partisipasi politik pelaku UKM dalam bentuk dukungan. Sedangkan sifat skeptis merupakan partisipasi politik pelaku UKM dalam bentuk kritik dan masukan. Sementara itu, orientasi politik pelaku UKM bersifat apatis jumlahnya sangat sedikit.
6. Tingkat orientasi politik pelaku UKM terhadap objek-objek orientasi politik cenderung tinggi yaitu 76% .Tingginya tingkat orientasi politik pelaku UKM menunjukkan adanya upaya yang tinggi dari pelaku UKM untuk ikut terlibat didalam objek orientasi politik. Tingginya keterlibatan pelaku UKM terhadap objek orientasi politik menunjukkan tingginya tingkat partisipasi politik.
7. Tingginya orientasi politik pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya terhadap semua komponen objek orientasi politik merefleksikan budaya politik partisipan pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi.
8. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya tingkat intensitas pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya dalam berhubungan dengan agen-agen sosialisasi politik dan efektivitas penyerapan berbagai nilai, pengetahuan, pengalaman, dan orientasi politik yang ditransformasikan oleh agen-agen sosialisasi politik sebanding dengan tingginya tingkat partisipasi politik UKM di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi. Dengan demikian, fakta diatas menunjukkan adanya hubungan (mempengaruhi-dipengaruhi) antara sosialisasi politik yang dialami oleh pelaku UKM di Kecamatan Mustika Jaya dengan budaya politiknya. Hubungan tersebut menunjukkan adanya korelasi positif.

## Daftar Pustaka

### *Buku:*

Amin, Riawan. 2007. *Satanic Financ*. Jakarta: PT. Senayan Abadi.

Budiarjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.

Classen, N.J.M. dialihbahasakan oleh R.G. Skadijo. 1987. *Antropologi Politik: Suatu Orientasi*. Jakarta: PT. Erlangga.

Clymer, Carlton. 2006. *Pengantar Ilmu Politik*. Jakarta : Rajawali Press.

Duverger, Maurice. 1985. *Sosiologi Politik*. Jakarta: Rajawali.

Ebenstein, William dan Edwin Fogelmen. 1990. *Isme-Isme Dewasa Ini*. Jakarta : PT. Erlangga.

Gatara, A.A Said dan Moh. Dzulkiah. 2007. *Sosiologi Politik; Kosep dan Dinamika Perkembangan Kajian*. Bandung: Pustaka Bandung.

Grisez, Marry dan Robert W. Kweit. 1986. *Konsep dan Metode Analisa Politik*, Jakarta : Bina Aksara.

Harisson, Lissa. 2007. *Metodologi Penelitian Politik*. Jakarta: Prenada Media Group.

Harun, Rochayat dan Sumarno. 2006. *Komunikasi Politik : Sebagai Suatu Penganta*. Bandung : CV. Mandar Maju.

Ja`far, Marwan. 2007. *Infrastuktur Pro Rakyat*, Jakarta : Pustaka Tokoh Bangsa.

Kencana. Inu. 2007. *Ilmu Pemerintahan*. Bandung : CV. Mandar Maju.

Mas`oed, Mochtar dan Colin Mac Andrews. 2006. *Perbandingan Sistem Politik*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

Ratnawati, Tri dan Ninuk Kleden. 2007. *Wacana Politik dan Budaya di Masa Transisi*. Jakarta : LIPI Press.

Surbakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*. 1992. Jakarta: Grasindo.

Suryadi, Budi. 2007. *Sosiologi Politik*. Yogyakarta : Ircishod.

Rush, Michael dan Philip Alhoff. 1986. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta : CV. Rajawali.

Strong, C.F. 1966. *Modern Political Constitution: An Introduction to The Comparative Study of Their History and Existing Form*. London: The English Book Language.

Welirang, Francis. 2007. *Revitalisasi Republik Perspektif Pangan dan Kebudayaan*. Jakarta : Grafindo.

Widjaja, Albert. 1982. *Budaya Politik dan Pembangunan Ekonomi*, Jakarta: LP3ES.