

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara adalah suatu organisasi dalam suatu wilayah yang mempunyai kekuasaan tertinggi yang sah dan ditaati oleh rakyatnya. Negara berkewajiban untuk menjamin kesejahteraan masyarakat, negara dapat diibaratkan seperti kapal yang menghantarkan penumpang (masyarakat) ke tujuannya (pelabuhan). Dalam pengertian ini negara merupakan alat untuk menertibkan gejala ataupun gejala kekuasaan didalam masyarakat. Negara juga menentukan bagaimana kegiatan asosiasosiasi kemasyarakatan disesuaikan satu sama lain dan diarahkan kepada tujuan nasional.¹ Untuk mencapai tujuan tersebut negara mewujudkannya melalui metode yang disebut politik. Konsep-konsep pokok politik terdiri dari negara, kekuasaan, pengambilan keputusan, kebijakan, dan pembagian atau alokasi.² Negara mempunyai komponen komponen yang menjadi fondasi utama sebagai penopang kekuatannya. Sinergi dari berbagai komponen tersebutlah yang kemudian menjadi faktor penentu berhasil atau tidaknya negara dalam mewujudkan tujuannya.

¹ Abu Bakar Ebyhara, *Pengantar Ilmu Politik* (Yogyakarta : Ar- Ruzz Media, 2010), hlm 230.

² Miriam Budiardjo, *Dasar – dasar Ilmu Politik*, (Jkarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm 17-21.

Kekuasaan merupakan konsep pokok dalam ilmu politik. Dalam tradisi pemikiran Barat kekuasaan merupakan konsep yang paling sentral. Banyak Pemikir Barat yang mengatakan bahwa tujuan untuk mengejar kekuasaan merupakan hal yang manusiawi dan wajar-wajar saja, baik pemikir dari zaman Yunani Kuno hingga abad modern sekalipun mengamini hal ini. Machiavelli misalnya, yang mengajarkan bagaimana cara paling licik dan realistik dalam mengejar kekuasaan ditengah kepentingan yang saling bertarung antar individu maupun kelompok.³ Sedangkan dalam tradisi Pemikiran Timur agak berbeda, kekuasaan di bawah kontrol agama, tradisi, dan spiritualitas. Hal ini dikarenakan tradisi ke timuran yang lebih menekankan pada pengejaran spiritual, dan cenderung menghindari kenikmatan duniawi. Kendati demikian perbedaan tajam antar kedua peradaban tersebut tidak mereduksi posisi kekuasaan sebagai lokus dalam ilmu politik. Dalam pelaksanaannya kekuasaan politik perlu di tata dan di distribusikan. Banyak model distribusi kekuasaan yang di terapkan oleh beberapa negara maju, Amerika Serikat melakukan pemisahan kekuasaan secara tegas dengan menganut sistem presidensial. Sementara itu di beberapa negara Eropa menggunakan sistem pemerintahan yang berbeda, seperti di Eropa Barat yang menggunakan sistem pemerintahan parlementer, dimana antara organ yang satu dengan lainnya terdapat hubungan timbal balik dan saling mempengaruhi satu sama lain. John Locke

³Henry J. Schmandt, *Filsafat Politik - Kajian Historic dari zaman Yunani Kuno Sampai Zaman Modern*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2002), hlm 250 256

adalah pemikir pertama yang mengemukakan konsep " Trias Politica" (pembagian kekuasaan menjadi tiga), setelahnya Baron Montesquieu kemudian menyempurnakan bentuk pendistribusian kekuasaan yang di gagas Locke.

Pemisahan tiga kekuasaan tersebut adalah :*Pertama*, Kekuasaan legislatif (*Rule making Function*) yang bertugas membuat undang-undang. *Kedua*, kekuasaan eksekutif (*Rule application function*) yang melaksanakan undang-undang dan *yang Terakhir*, yakni kekuasaan yudikatif (*Rule adjudication function*) yang bertugas mengadili atas pelanggaran undangundang.⁴

Indonesia sebagai negara berkembang, memerlukan suplemen untuk menunjang pertumbuhannya, karena itu wajar saja kiranya jika Indonesia mencontoh sistem yang digunakan oleh negara-negara maju.Indonesia menggunakan sistem pemerintahan campuran antara presidensial dan parlementer. Dalam Undang- undang tahun 1945 secara tersirat Indonesia menganut sistem Demokrasi Konstitusional, dalam pembagian Bab UUD 1945,misalnya Bab III " kekuasaan pemerintahan negara" ; Bab IV Dewar Perwakilan Rakyat" ; serta Bab IX " Tentang Kekuasaan Dan Kehakiman".⁵Kekuasaan legislatif dijalankan oleh presiden bersama DPR. Kekuasaan Eksekutif dijalankan presiden dibantu menteri, sedangkan kekuasaan legislatif dijalankan oleh Mahkamah Agung(MA) dan Badan

⁴ Abu Bakar Ebyhara, *Pengantar Ilmu Politik* (Yogyakarta : Ar-Ruz Media, 2010), hlm 188

⁵ Batang tubuh UUD 1945

Kehakiman lain.⁶Dalam salah satu tujuan negara membatasi kekuasaan individu dan kelompok adalah hal yang penting.Tidak ada kekuasaan yang absolut, agar satu golongan atau kelompok tidak menindas dan membuat hegemoni atas golongan lain. Untuk itu diperlukan sebuah sistem yangmengakomodir hal tersebut. Dalam negara yang Demokratis kegiatan memilih orang atau kelompok yang akan menduduki jabatan eksekutif dan legislatif dilakukan melalui proses Pemilihan Umum (PEMILU),untuk mewujudkan partisipasi rakyat, PEMILU dianggap penting dalam proses dinamika dalam berbangsa dan. bernegara. Peraturan mengenai PEMILU diatur dalam Undang Undang Dasar (UUD) 1945 hasil amandemen.

Sejak bergulirnya Reformasi pada tahun 1998 sudah tiga kali bangsa Indonesia melakukan Pemilihan Umum Presiden secara langsung, hal ini mengilhami amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tabun 1945 yang menyatakan bahwa kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar. Salah satu wujud dari kedaulatan rakyat adalah penyelenggaraan Pemilihan Umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan secara demokratis dan beradab melalui partisipasi rakyat seluas-luasnya berdasarkan azas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilihan Umum Presiden (PILPRES) tahun 2004 adalah Pilpres pertama, Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dan Muhammad Jusuf Kalla (JK) berhasil memperoleh suara terbanyak dan terpilih sebagai presiden

⁶Miriam budiharjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008) hlm 151-158.

dan wakil presiden, dengan meraih 33,58 persen suara atau meraup 36.070.622 pada putaran pertama dan 69.266.350 (60,62%) suara pada putaran kedua mengalahkan pasangan Megawati-Hasyim Muzadi yang hanya memperoleh 44.990.704 (39,38%) suara.⁷ SBY –JK berhasil menjadi presiden pertama yang dipilih langsung oleh rakyat (sebelumnya ditetapkan oleh MPR). Berselang lima tahun kemudian atau tahun 2009, SBY kembali maju sebagai calon presiden. Namun kali ini dia menggandeng pasangan berbeda, Boediono. Mantan wakilnya, Jusuf Kalla, berubah menjadi lawan karena maju bersama Wiranto. Satu lawan lagi yakni pasangan Megawati Soekarnoputri dan Prabowo Subianto. Meski diikuti oleh tiga pasangan calon, Pilpres 2009 hanya berjalan satu putaran. Sebab, SBY-Boediono meraih suara signifikan dibandingkan dua pasangan lawannya. Kala itu, SBY-Boediono meraup suara 73.874.562 (60,80%), jauh meninggalkan lawannya Megawati-Prabowo yang meraih suara 32.548.105 (26,79%) dan JK-Wiranto 15.081.814 (12,41%). Kemenangan dua kali berturut-turut ini mengisyaratkan betapa tangguhnyanya strategi politik Susilo Bambang Yudhoyono sehingga sulit bagi lawan-lawannya untuk bisa mengimbangi apalagi mengunggulinya.

Pada era Globalisasi dan informasi saat ini, tak bisa dihindari bahwa kita sudah begitu dekat dengan media. Maka politik pun dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dalam hal ini media digunakan untuk menyebarkan

⁷ Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi, Kekuasaan, dan Marketing Politik* (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2010) hlm 104

informasi yang seluas-luasnya kepada masyarakat. Banyak strategi dilancarkan oleh tim sukses dan masing-masing capres untuk menarik perhatian masyarakat, salah satunya dengan melakukan imagologi politik. Imagologi adalah ilmu tentang citra atau imaji, serta peran teknologi pencitraan dalam membentuknya. Citra adalah sesuatu yang tampak oleh indra, akan tetapi tidak memiliki eksistensi yang substansial; suatu persamaan atau representasi atau visualisasi.⁸Citra bisa merujuk pada suatu representasi visual dari realitas seperti terlihat pada foto, bias merujuk pada konsepsi mental, atau imajinatif dari seorang individu, peristiwa, lokasi, atau objek. Imagologi Politik adalah kondisi yang di dalamnya realitas politik dibingkai dan sekaligus direduksi ke dalam prinsip dan wujud-wujud citra di dalam berbagai medianya. Strategi imagologi politik tersebut diterapkan dalam, bentuk gambar, baliho dan iklan kampanye baik di media cetak maupun media elektronik.

Terpilihnya SBY dua kali berturut-turut (Pilpres 2004 dan 2009) sebagai Presiden tak lepas dari strategi pencitraan politik yang dilakukan Susilo Bambang Yudhoyono di berbagai media. Pada pilpres 2004 SBY mampu unggul atas Megawati dan calon lainnya karena pencitraan, melalui Propaganda media, SBY dicitrakan sebagai sosok tertindas dan diperlakukan tidak adil oleh Presiden Megawati. Pencitraan itu semakin hebat karena wakilnya yakni Yusuf Kalla juga

⁸ <http://junaedi2008.blogspot.com/2009/01/teori-semiotik.html>, di akses pada tanggal 21 desember pukul 20.00 wib.

merupakan anggota kabinet Megawati yang pada beberapa point tertentu juga mengalami "penganiayaan" oleh Megawati. Plus euforia kebebasan berpendapat di media baik cetak maupun digital ditambah lagi budaya dan kesadaran politik masyarakat yang rendah membuat pencitraan politik ini semakin tak ter bendung. Periode kedua (Pilpres 2009) ketika SBY tidak lagi satu Faham dengan Jusuf Kalla, sekali lagi pencitraan menjadi senjata andalan tim sukses SBY. Tapi pencitraan yang digunakan bukan lagi pencitraan teraniaya oleh kekuasaan melainkan pencitraan terkianati oleh anggota kabinetnya sendiri yakni tak lain dan tak bukan wakilnya sendiri yakni Jusuf Kalla. Media dan bom bardir isu tim sukses SBY menempatkan Jusuf Kalla sebagai orang yang gila kekuasaan dan terlalu sering melampaui batas wewenangnya sebagai Wakil Presiden(Wapres). Maka untuk kedua kalinya masyarakat Indonesia yang notabene bermental melankolis kembali terhipnotis oleh citra SBY yang kalem, tenang dan paling pasti adalah besar hati dan sabar karena menerima pengkhianatan JK. Dan hasilnya SBY terpilih kembali sebagai Presiden Republik Indonesia.

Dunia politik tanah air kerap kali di identikkan dengan politik ketokohan, dimana pemimpin atau calon presidennya menjadi sorotan tersendiri dalam menarik apresiasi dan dukungan dari rakyat. Fenomena ini selalu dibuktikan adanya, pada tiap periode pemilu di Indonesia, Partai yang unggul dalam perolehan suara pemilu, umumnya karena memboyong satudua

figur yang memiliki elektabilitas tinggi di masyarakat. Berkaca pada Pemilu-pemilu sebelumnya di Indonesia, partai yang berada di urutan teratas perolehan suara merupakan partai besar dengan popularitas figur-figur mereka. Media berperan penting dalam meningkatkan elektabilitas tokoh politik, misalnya kemenangan SBY pada Pilpres 2004 dan 2009 dikarenakan imagologi politik yang dilakukan di berbagai media baik cetak maupun elektronik. Hal ini mengilhami para kontestan Pilpres 2014, dimana dua kandidat capres yakni Jokowi–JK dan Prabowo Hatta sangat gencar melakukan pencitraan politik di media. Jokowi yang semula menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta acapkali dicitrakan media dengan sosoknya yang sederhana, sabar, dan tenang, serta suka blusukan. Sebaliknya Prabowo Subianto sebagai lawannya sering dicitrakan sebagai pemimpin yang tegas, berani, berwibawa dan berjiwa kesatria. Di beberapa media massa keduanya seringkali mencitrakan serta mengidentikkan dirinya dengan Figur Bung Karno.

Sosok presiden pertama bangsa Indonesia ini turut mewarnai pertarungan kedua kandidat pada Pilpres 2014 lalu. Jika dihadapan publik Prabowo menampilkan dan meniru gaya berpakaian Bung Karno seperti menggunakan jas, senang memakai seragam militer, menampilkan karakter pemimpin yang berani dengan suara yang khas, retorika serta berpidato menggunakan mikrofon seperti di era Bung Karno. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Amien Rais sebagai salah satu pentolan Koalisi Merah Putih yang menyatakan bahwa : “"Saya bukan tukang baca wajah manusia, tapi Pak prabowo

ini dari samping seperti Bung Karno,"⁹ hal ini dilontarkan Amien saat deklarasi Capres Prabowo-Hatta di Rumah Polonia, selain itu Amien juga menyatakan raut wajah Prabowo tampak dari samping dan dari depan mirip dengan Bung Karno. Demikian pula, gaya Prabowo yang meledak-ledak dan tidak menggunakan teks saat berpidato dianggapnya mirip dengan gaya Bung Karno. Selain itu Prabowo juga mengidentikkan diri sebagai Bung Karno dengan cara menampilkan semangat Nasionalisme-Ekonomi Bung Karno, yang ingin membebaskan Indonesia dari cengkeraman asing, berdiri di atas kaki sendiri, dan melarang kekayaan alam di Indonesia terlalu banyak mengalir ke asing. Sebagai pesaing Prabowo, Jokowi kerap menjadikan ajaran trisakti Bung Karno sebagai magnet elektoral, yakni berdaulat dalam politik, berdikari dalam ekonomi dan berkepribadian dalam kebudayaan. Jokowi juga mengidentikkan diri sebagai tokoh yang lahir dari rakyat dan dekat dengan rakyat seperti sosok Bung Karno. Tak hanya itu di setiap baliho baliho PDIP sebagai partai pengusung Jokowi seringkali kita temukan Gambar-gambar Bung Karno, bahkan dalam pencalonan Jokowi sebagai capres dari PDIP Megawati sebagai anak biologis Bung Karno menyatakan kalau sosok Jokowi direstui ayahnya (Bung Karno) untuk menjadi Presiden

*"Tak lihatin ini orang blusukan, e'pak (Bung Karno), si krempeng ini bagus lho pak, dia itu tahan banting. Tak jadiin aja ya (jadi presiden), aku nggak usah (nyapres),"*¹⁰

kata mega kepada awak media, saat mengumumkan

⁹ <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/05/19/amien-rais-sebut-prabowo-mirip-bung-karno>, diakses pada tanggal 28 Agustus 2015.

¹⁰ <http://nasional.inilah.com/read/detail/2104307/mega-pilih-jokowi-karena-wangsit-dari-soekarno>

pencapresan Jokowi dan JK.

Pemilihan Umum Presiden 2014 sebagai PILPRES yang keempat memang menarik banyak kalangan dan semua platform masyarakat untuk mem bahas nya. Biasa kita temukan dalam diskusi-diskusi, tulisan tulisan, baik di bangku akademis maupun di media-media. Dalam PILPRES 2014 banyak Fenomena-fenomena baru yang notabene tidak ditemukan dalam pemilihan sebelumnya, misalnya terkait kontestasi calon presiden yang menyempit yang hanya di isi oleh dua orang calon saja yakni Joko Widodo dan Prabowo Subianto, terbentuknya koalisi yang saling mengimbangi yakni Koalisi Indonesia Hebat (KIH) yang mendukung Capres Jokowi dan Koalisi Merah Putih (KMP) yang mendukung Prabowo Subianto sebagai Presiden. Selain itu tidak ketinggalan perang media yang bertaruh wacana terhadap kedua calon ini, misalnya keberpihakan TV One dan MNC Group yang gemar melakukan propaganda-propaganda untuk memenangkan Prabowo Subianto, dan metro TV yang tidak mau kalah dengan ikut mengangkat dan mencitrakan positif figur Joko Widodo sebagai calon Presiden yang mereka dukung, serta Lembaga-lembaga survey yang mendukung kedua pasangan calon. Munculnya Figur Bung Karno sebagai komoditas politik dalam pilpres 2014 merupakan Fenomena baru dalam perjalanan perpolitikan di tanah air. Seolah menegaskan relevansi petuah bijaknya "jangan lupakan sejarah" sejarah menjelaskan bagaimana kerasnya perjuangan Bung Karno dalam memperjuangkan kemerdekaan Indonesia. Ia berjuang sekuat tenaga

dan pikiran serta mendedikasikan jiwa dan raganya untuk bangsa ini. Hal inilah yang kemudian membuat figur Bung Karno begitu digandrungi dan dicintai masyarakat. Semua tentang Bung Karno memang selalu menjadi hal yang menarik untuk dibahas. Bung Karno adalah sosok yang multidimensi. Ketertarikan orang terhadap Bung Karno sangat kompleks. Petualangan politik, karier, pemikiran, gaya kepemimpinan, kharisma dan kisah-kisah pribadinya menjadi bahan perdebatan yang tak pernah lekang oleh waktu. Acapkali figur Bung Karno kita jumpai dalam diskusi-diskusi di bangku akademik, Tulisan-tulisan di media cetak maupun elektronik, juga dalam skripsi serta film. Pada zaman Orde Baru Soeharto sebagai presiden dengan gencar melakukan usaha-usaha untuk mereduksi dan mengaburkan Figur Bung Karno sebagai tokoh nasional. Pengerangkengan PNI sebagai simbol kelembagaan paling langsung dari Bung Karno, melalui fusi paksa yang diwajibkan Soeharto, juga dengan berbagai Propaganda-propaganda media. Rezim Orde baru takut terhadap kebangkitan kembali Sukarnoisme dan Marhaenisme, namun segala usaha tersebut tidak serta merta memudarkan eksistensi figur Bung Karno dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Bung Karno kerap kita jumpai dalam buku-buku, diskusi-diskusi, film-film, dan pada Pemilihan Umum Presiden 2014 figurnya kembali menjadi perbincangan hangat dalam masyarakat lewat Politik pencitraan yang dilakukan oleh kedua pasangan calon presiden.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengapa Figur Bung Karno Menjadi Komoditas Politik Dalam Pilpres 2014?
2. Bagaimana Figur Bung Karno menjadi komoditas politik dalam strategi pemasaran politik partai GERINDRA dan PDIP pada Pilpres 2014?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan memahami Mengapa Figur Bung Karno menjadi Komoditas Politik dalam Pilpres 2014? Dan Bagaimana Figur Bung Karno menjadi komoditas politik dalam strategi pemasaran politik partai GERINDRA dan PDIP pada Pilpres 2014?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat menambah wawasan Ilmu Pengetahuan dibidang Ilmu Pengetahuan Sosial dan Politik, khususnya yang berkenaan dengan teori strategi kampanye politik dalam Pilpres.
 - b. Dalam proses penelitian ini ada beberapa teori muncul yang bisa di jadikan acuan untuk menambah wawasan

kita khususnya tentang teori strategi kampanye politik dalam Pilpres.

2. Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi para politisi maupun masyarakat umum sebagai sumber referensi dalam menerapkan strategi kampanye dalam Pilpres.
- b. Untuk memberikan wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat luas mengenai kampanye pilpres tentang hubungan antara calon Presiden dengan masyarakat seras untuk mengetahui kondisi riil keadaan pemilih (masyarakat) sehingga menambah bahan dalam rangka penetapan kebijakan guna memperbaiki dan menyempurnakan kebijakan yang telah dilaksanakan pemerintah dalam proses Pilpres.

E. Kerangka Dasar Teori

Untuk memahami lebih lanjut mengenai uraian diatas, maka penulis menggunakan landasan teori. Berikut ini merupakan definisi teori menurut Kerlingger teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena.¹¹

Teori adalah generalisasi yang abstrak mengenai beberapa phenomena. Dalam menyusun generalisasi itu teori selalu memakai konsep-konsep. Konsep itu lahir dalam pikiran (mind) manusia dan arena itu bersifat abstrak, sekalipun fakta-fakta dapat dipakai sebagai batu loncatan.¹²

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka berikut ini merupakan landasan dasar penelitian menggunakan teori-teori sebagai berikut :

1. Strategi Kampanye

Untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan didalam bidang apapun, harus ada yang menjadi sebagai tolak ukur keberhasilan atau kegagalan tindakan tersebut. Hal ini sangat erat hubungannya dengan perencanaan sebelum dilakukan aksi. Sama halnya ketika ingin melakukan sesuatu agar tujuan lebih mudah

¹¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005, hal.14.

¹² Miriam Budiarjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, PT. Gramedia, Jakarta, 1977, hal.30.

tercapai, kita perlu memikirkan langkah-langkah yang akan kita ambil demi mengurangi resiko kegagalan sedikit mungkin. Inilah yang kemudian dikenal dengan sebagai strategi. Ketika kita menginginkan sesuatu hal, kita akan melakukan suatu cara atau strategi yang bagaimana agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi pertama kali dikenal ketika orang mulai dapat berpikir apa yang harus dilakukan ketika melakukan perang sehingga dapat memenangkan suatu pertempuran. Dalam ilmu politik, strategi digunakan dalam segala aspek. Dalam suatu pertempuran yang tidak menggunakan kontak senjata, pemilu dikenal sebagai ajang bertempur dengan cara berkampanye.

Kampanye adalah sarana yang digunakan para calon untuk menggalang dukungan dari para pemilih.¹³ Menurut B.N Marbun, kampanye adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing untuk memperebutkan kedudukan di parlemen atau di bidang lain untuk mendapatkan dukungan massa pemilih dalam pemilihan umum.¹⁴ Kampanye melibatkan strategi, teknik, dan dana. Menurut The Groller International Dictionary, kampanye adalah sebuah kegiatan propaganda yang bertujuan untuk mencapai jabatan politik, sosial ataupun jabatan komersial.¹⁵ Sedangkan menurut Webster's New World, kampanye merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang terorganisir dan terencana untuk

¹³ <http://all-about-theory.blogspot.com/2010/03/pengertian-kampanye.html>, Diakses pada tanggal 25 Agustus 2015.

¹⁴ B.N, Marbun. *Kamus Politik*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2002. Hal 225

¹⁵ *The Groller International Dictionary*, Vol.1 Groller.Inc, Connecticut, 1981.

sebuah tujuan tertentu¹⁶, yaitu terpilihnya seorang kandidat untuk menduduki sebuah jaringan politik tertentu.

Untuk memenangkan suatu pemilihan, partai politik maupun kandidat presiden diharapkan mempunyai derajat tinggi dalam hal kepanduan, atau konsentrasi organisasinya. Kelihaihan dalam menentukan daya saing, yaitu dalam memanfaatkan sumber daya serta lokasi pertarungan seperti parlemen nasional, pemilu, media massa, dan massa pemilih serta kemampuan memasukkan tujuan-tujuan dan strategi-strategi. Menurut Robert A Dahl seperti yang dikutip Miriam Budiardjo, strategi-strategi akan dipusatkan pada persaingan ketat dengan jalan memperoleh suara yang cukup dalam pemilu untuk memungkinkan mayoritas kursi di parlemen dan kemudian membentuk perhatian baru.¹⁷

Sebuah strategi kampanye pada intinya harus mengandung kelima unsur yang telah dijelaskan diatas. Kemudian jika dirasakan ada kekurangan dalam diri calon maka dalam strategi akan dilengkapi pula dengan rencana-rencana yang lebih komprehensif dan lebih rinci lagi sebagai persiapan menjelang pelaksanaan kampanye yang sesungguhnya. Kemudian seluruh strategi kampanye ini akan dijalankan lewat seangkaian teknik kampanye yang lebih bersifat operasional. Dengan kata lain teknik kampanye

¹⁶ *Webster's New World College Dictionary*, Fourth Edition, Willey Publishing, Inc.2002

¹⁷ Miriam Budiardjo, *Partisipasi dan Parpol*. Gramedia, Jakarta, hal 168

adalah operasionalisasi strategi kampanye. Adapun yang termasuk dalam teknik kampanye antara lain¹⁸:

1. Melakukan kontak dengan pemilih. Sistem *door-to-door* atau melalui telepon adalah bentuk teknik kampanye yang paling tradisional. Dikatakan tradisional karena teknik ini hanya mengandalkan usaha untuk menghubungi para pemilih baik oleh calon maupun umumnya oleh anggota tim kampanye. Sudah tentu tingkat efektifitas teknik ini sudah tidak memadai di era saat ini yang membutuhkan kecepatan dan keleluasaan wilayah serta kualitas pesan kampanye yang disampaikan.
2. Memanfaatkan media massa. Teknik ini jauh lebih modern dibandingkan dengan teknik tradisional. Konsep dasar kampanye media adalah menjawab pertanyaan bagaimana caranya calon dapat mendekati pemilih sedekat mungkin dalam waktu yang sesingkat mungkin terhadap sebanyak mungkin pemilih. Lewat media iklan kampanye, maupun mendekati calon dengan pemilih dalam waktu sangat singkat dan mencakup sebanyak mungkin pemilih. Pemanfaatan video klip adalah teknik yang sangat maju karena pemilih juga terhibur oleh penampilan calon yang ditata secara artistik sehingga mempunyai kesan menjadi sangat canggih. Tidak jarang kesan yang tertangkap melampaui realitas diri sang calon. Namun dalam

¹⁸ Firmansyah. *Marketing Politik Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. 2007. Hlm 80.

kampanye, perbedaan antara realitas dan mitos calon diperlukan untuk mencari sebanyak mungkin dukungan dalam waktu singkat.

3. Menggabungkan beberapa teknik sekaligus. Mediana adalah kedai kopi, mall, pabrik, taman kota. Dalam kampanye modern yang mengetengahkan konsep calon mendekati pemilih terjadi sebuah demobilisasi massa terus-menerus. Calon dengan sengaja ke tempat-tempat publik sehingga pemilih atau pemilih potensial tidak perlu datang kepada calon. Dengan kata lain tidak ada mobilisasi massa yang peka terhadap kekerasan publik. Penggunaan media massa khususnya televisi membuat demobilisasi semakin sempurna karena orang atau publik tidak perlu mendatangi calon tetapi cukup tinggal ditempat.
4. Dana kampanye. Dana adalah suatu keharusan dalam kampanye. Dana sangat diperlukan dalam kampanye, karena tanpa dana jelas tidak mungkin kampanye dapat berlangsung. Namun demikian bukan berarti bahwa dana yang sangat besar mampu menjamin kemenangan seorang calon. Dana hanyalah sarana pendukung yang menentukan namun yang paling menentukan tetaplah gagasan yang dapat diterima secara luas oleh publik pemilih. Karena penentu terakhir adalah pemilih, jadi selama pemilih berhasil direbut hatinya sekalipun dana terbatas maka kemenangan tetap akan berada ditangan.

2 Pemasaran Politik

a. Strategi Pemasaran Politik

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu (Stratus: Militer dan Pemimpin) yang berarti atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang, jadi istilah strategi pada awalnya dikenal pada dunia militer. strategi merupakan pengembangan dari misi organisasi yang menghubungkan organisasi itu dengan lingkungannya, sehingga strategi merupakan *outline* respon organisasi terhadap tantangan-tantangan organisasi yang dihadapi¹⁹. Strategi pertama kali dikenal ketika orang mulai dapat berpikir apa yang harus dilakukan ketika melakukan perang sehingga dapat memenangkan suatu pertempuran. Dalam ilmu politik, strategi digunakan dalam segala aspek. Dalam suatu pertempuran yang tidak menggunakan kontak senjata, pemilu dikenal sebagai ajang bertempur dengan cara berkampanye.

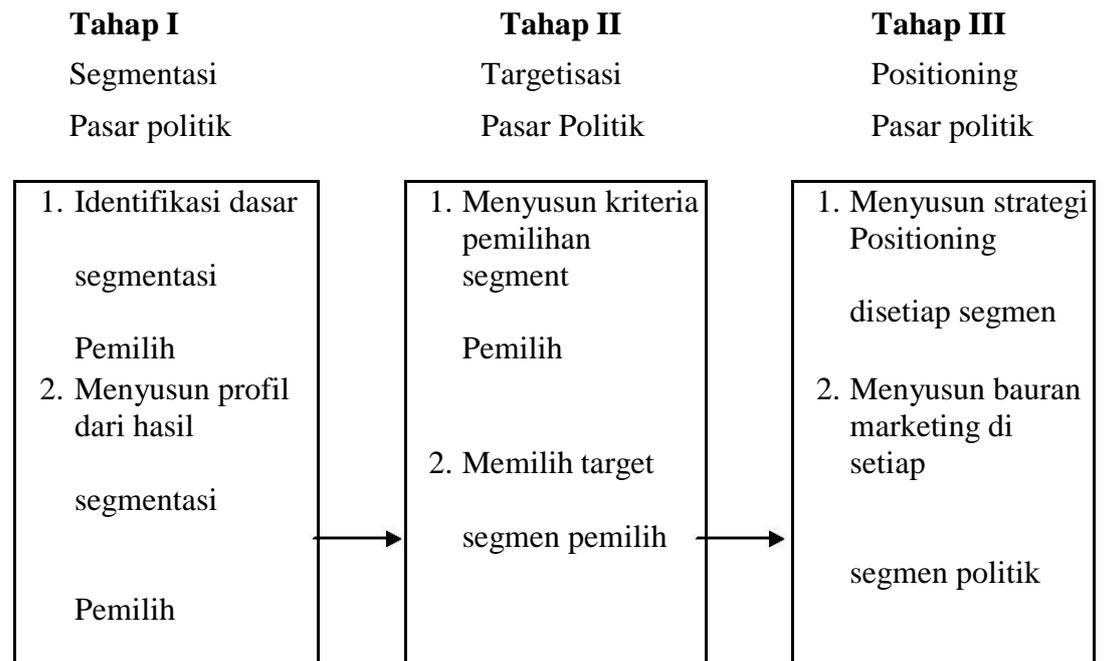
Pemasaran politik merupakan suatu strategi kampanye politik dalam menyampaikan produk politik kepada para pemilih dengan tujuan untuk membentuk serangkaian politis tertentu didalam pikiran para pemilih dalam hal ini adalah masyarakat. Adapun strategi pemasaran politik

¹⁹ John M. Bryson, *Perencanaan strategi bagi organisasi*, pustaka pelajar, yogyakarta, 2000, hal. 163

terdiri dari tahap-tahap yaitu segmentating, targeting dan positioning.²⁰

Bagan 1.1

Strategic Political Marketing



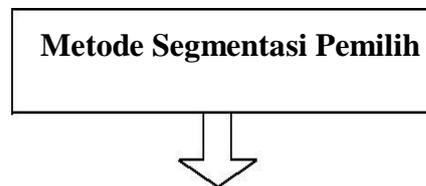
1. Segmentating

Segmentating adalah upaya untuk mengenali karakteristik tipe kelompok pasar, meskipun nantinya tidak semua kelompok pasar yang diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai kelompok yang disasar. Segmen pasar dapat dilihat berdasarkan agama, usia, gender dan secara geografis. Tahap segmentasi sangat diperlukan untuk menyusun program kerja suatu partai, terutama

²⁰Firmansyah. *Marketing Politik. Pemahaman dan realitas*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia. 2007. Mengutip pendapat Smith & Hirst (2001, hlm. 1061)

untuk mengetahui bagaimana cara yang digunakan dalam berkomunikasi dan membangun interaksi yang baik dengan masyarakat. Tanpa melakukan segmentasi maka akan membuat partai politik kesulitan dalam proses penyusunan pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi dan produk politik yang akan disampaikan kepada para pemilih.

Bagan 1.2



Dasar Segmentasi	Penjelasan
Geografi	Masyarakat dapat Disegmentasi berdasarkan geografis dan Kepadatan (<i>density</i>) populasi.
Demografi	Konsumen politik dapat Dibedakan berdasarkan Umur, jenis kelamin, agama, pendidikan, pekerjaan dan kelas sosial. Masing-masing kategori Memiliki karakteristik yang berbeda tentang isu politik satu dengan lainnya.
Psychografi	Memberikn tambahan Metode segmentasi berdasarkan geografi. Dalam metode ini segmentasi dilakukan berdasarkan kebiasaan, <i>life style</i> dan perilaku yang mungkin terkait dalam isu-isu politik.

Perilaku (<i>Behaviour</i>)	Masyarakat dapat dikelompokkan dan Dibedakan berdasarkan Proses pengambilan keputusan, Intensitas keterkaitan dan keterlibatan dengan isu politik, loyalitas dan perhatian terhadap permasalahan politik.
Sosial Budaya	Klasifikasi ini meliputi budaya, suku, etnik dan ritual spesifik yang membedakan intensitas, Kepentingan dan perilaku terhadap isu-isu politik. ²¹

2. Targeting

Targeting yaitu menentukan kelompok sasaran dari segmen yang telah dipetakan. Dalam tahap ini, targeting dilakukan untuk menentukan segmen mana yang akan dijadikan target oleh partai politik maupun kandidat pasangan calon tersebut dalam menyampaikan produk politiknya.

3. Positioning

Positioning adalah dimana partai atau kandidat harus mampu menempatkan produk politiknya dan mampu membuat image politik dibenak pemilih sehingga partai atau kandidat tersebut dianggap berbeda dengan yang lainnya.

Menurut Nursal Pemasaran Politik adalah serangkaian aktifitas yang telah terencana, strategis dan taktis, berdimensi dalam jangka panjang dan jangka pendek untuk menyampaikan makna politik kepada pemilih.²²

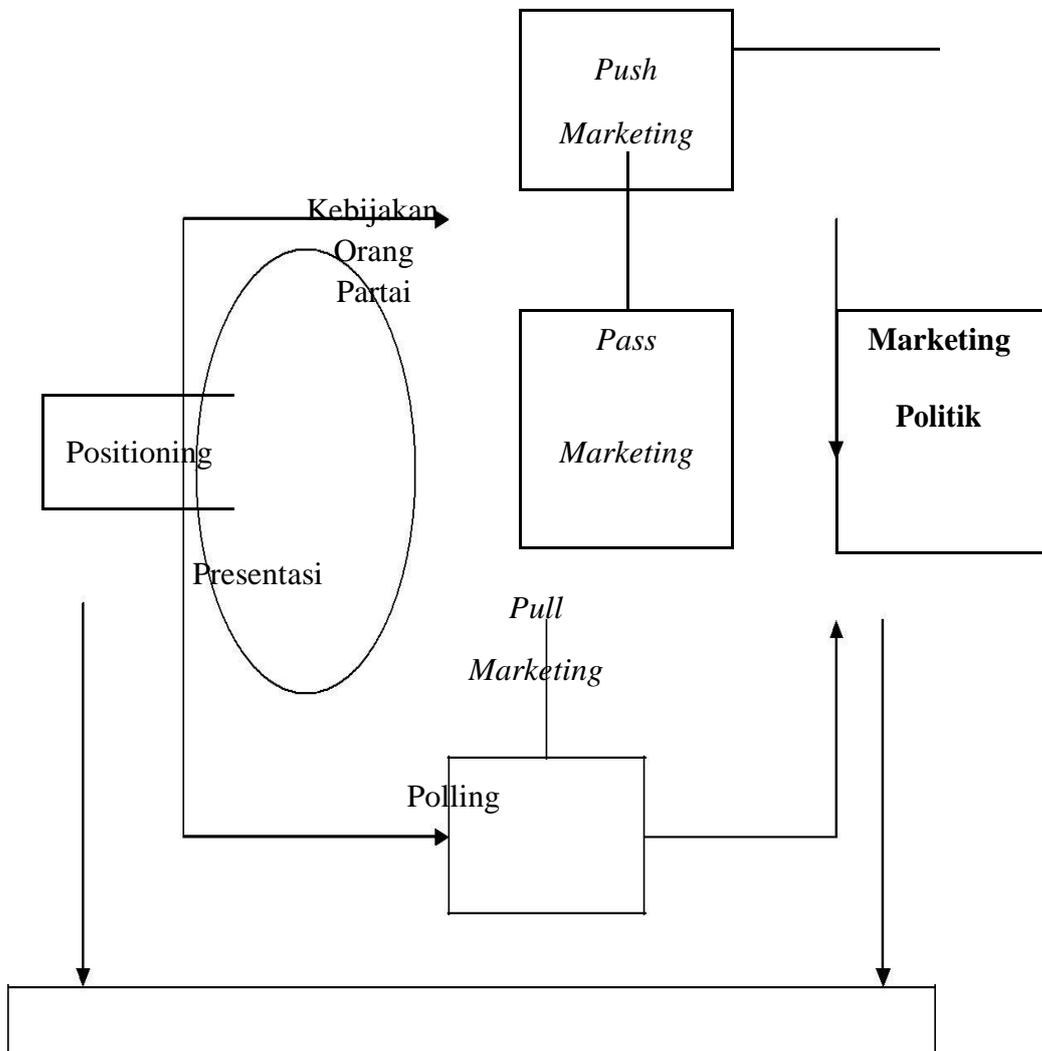
²¹Firmansyah. *Marketing Politik Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. 2007. Hlm 106. Mengutip kollat et (1972), Darymple & Parsons (1976), Cui & Liu (2001).

²²Adnan Nursal. *Political Marketing*. PT Gramedia. Jakarta. 2004. Hlm 44

Berikut Strategi Marketing Menurut Nursal :

Bagan 1.3

Strategi Pemasaran Politik



Positioning adalah suatu upaya pemasaran politik dalam menempatkan *produk politik dan image politik* dalam benak masyarakat sehingga suatu partai atau kandidat tersebut dianggap berbeda dengan yang lainnya. Dalam positioning terdiri dari :

b. Political Marketing Mix

1. Policy

Policy adalah suatu solusi atau program kerja yang ditawarkan oleh partai atau kandidat terhadap permasalahan yang ada didalam masyarakat berdasarkan isu-isu yang dianggap penting oleh pemilih.

2. Person

Person adalah kandidat eksekutif atau legislatif yang akan dipilih dalam Pemilihan umum (Pemilu). Kualitas dari kandidat tersebut dapat dilihat melalui tiga dimensi yaitu kualitas instrumental, dimensi simbolis dan fenotipe eptis. Akan menghasilkan person yang berkualitas apabila ketiga dimensi tersebut dapat dikelola dengan baik dan apik.

3. Party

Party adalah dimana suatu partai politik sebagai substansi produk politik yang meliputi unsure identitas utama, identitas astetis dan asset reputasi.

d. Penyampaian Produk Politik

1. Push Marketing

Push marketing merupakan pendekatan strategi politik yang dilakukan dengan menyampaikan produk politik secara langsung kepada pemilih. Dalam hal ini pemilih diberikan dorongan agar pemilih mau kebilik suara dan mencoblos kontestan atau kandidat yang bersangkutan.

2. Pass Marketing

Pass marketing merupakan penyampaian produk politik dengan menggunakan individu maupun kelompok (*influencer groups*).

Dalam strategi ini partai politik atau kandidat menggunakan individu atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi opini publik, hal semacam ini sudah sering terjadi

misalnya suatu partai menggunakan tokoh-tokoh terkemuka untuk mempengaruhi opini publik yang tentunya mengharapkan bahwa pemilih akan menjatuhkan pilihan kepada partai atau kandidat yang bersangkutan.

3. Pull Marketing

Pull marketing, dalam strategi ini penyampaian produk politik dilakukan dengan memanfaatkan media massa baik itu media cetak maupun elektronik. Media massa saat ini menjadi semakin penting digunakan dalam menyampaikan produk politik bagi partai politik ataupun kandidat mengingat saat ini kemajuan teknologi yang semakin pesat dan sikap masyarakatpun yang lebih terbuka maka media ini banyak digunakan dalam menyampaikan suatu produk politik. Pemasaran politik harus dilihat secara komprehensif. Pertama, Pemasaran politik lebih dari sekedar komunikasi politik. Kedua, pemasaran politik diaplikasikan dalam seluruh proses organisasi partai politik. tidak hanya mengenai kampanye politik tetapi juga sampai pada tahap bagaimana memformulasikan produk politik tersebut. Ketiga, marketing politik menggunakan konsep politik secara luas. Keempat, marketing politik melibatkan banyak disiplin ilmu dalam pembahasannya. Dan kelima, konsep konsep marketing politik bisa diterapkan dalam berbagai situasi politik.²³

3. Teori Interaksi Simbolik

Interaksionisme simbolik sejatinya terdiri atas dua penggal kata, yaitu interaksi dan simbolik.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, interaksi didefinisikan sebagai hal, saling melakukan aksi, berhubungan, mempengaruhi, antarmubungan. Sedangkan

²³Harris. *Political Marketing and Reinventing Government*. European Journal of Marketing. 2001. Hlm 135.

definisi dari simbol adalah sebagai lambang, menjadi lambang, mengenai lambang²⁴

Francis Abraham menyatakan bahwa interaksionisme simbolik pada hakikatnya merupakan sebuah perspektif yang bersifat sosial- psikologis, yang terutama relevan untuk penyelidikan sosiologis²⁵.

Esensi dari interaksi simbolik itu sendiri merupakan suatu aktivitas komunikasi yang menjadi ciri khas manusia dengan simbol yang memiliki makna tertentu²⁶. Secara sederhana, interaksionisme simbolik dapat dimaknai sebagai suatu hubungan timbal balik antarpersonal dengan menggunakan simbol- simbol tertentu yang sudah dimafhumi artinya.

Titik tolak pemikiran interaksi simbolik berasumsi bahwa realitas social sebagai proses dan bukan sesuatu yang bersifat statis. Dalam hal ini masyarakat dipandang sebagai sebuah **interaksi simbolik** bagi Individu-individu yang ada di dalamnya.²⁷ Pada hakikatnya tiap manusia bukanlah-barang jadi melainkan barang yang akan jadi karena itu teori interaksi simbolik membahas pula konsep mengenai diri (self) yang tumbuh berdasarkan suatu negosiasi makna dengan orang lain.

Menurut George Herbert Mead, cara manusia mengartikan dunia dan dirinya sendiri berkaitan erat dengan masyarakatnya. Mead melihat pikiran (mind) dan dirinya (self) menjadi bagian dari perilaku manusia yaitu bagian interaksinya dengan orang lain. Mead menambahkan bahwa sebelum seseorang bertindak, ia membayangkan dirinya dalam posisi orang lain dengan harapan-harapan orang lain

²⁴ <http://bangkitjakarta.wordpress.com/2012/12/06/interaksi-simbolik/>, diakses 28 Agustus 2015 pukul 19:30 wib.

²⁵ <http://dedymasry.blogspot.com/2013/10/perspektif-komunikasi-antar-manusia.html>, diakses 28 Agustus 2015 pukul 19:30 wib.

²⁶ <http://kbbi.web.id/obyek>, diakses 28 Agustus 2015 pukul 19:30 wib.

²⁷ http://sosiologi.fisip.unair.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=74:teori-interaksi-simbolik-mead&catid=34:informasi, diakses pada 28 Agustus 2015, pukul 12.03 wib.

dan mencoba memahami apa yang diharapkan orang itu.²⁸

1. Mind (Akal Budi atau Pikiran)

Pikiran bagi Mead tidak dipandang sebagai objek, namun lebih ke proses sosial. Mead juga mendefinisikan pikiran sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama. Menurut Mead, manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Pikiran manusia sangat berbeda dengan binatang. Namun, juga ada interaksi dan perilaku manusia yang tidak dijumpai oleh pikiran, sehingga terdapat persamaan dengan binatang. Pikiran dalam analisis Mead adalah suatu proses internal individu yang menimbang-nimbang tentang kebaikan-keburukan, keuntungan-kerugian sebuah tindakan sebelum individu melakukannya. Pikiran sangat dipengaruhi pengalaman-pengalaman dan memori-memori masa lalu, ini juga yang membedakan antara manusia dengan binatang, yaitu mengambil pelajaran dari suatu pengalaman. Misalnya interaksi antara dua anjing, pada dasarnya hanya pertukaran isyarat yang menimbulkan reaksi, singkatnya proses aksi-reaksi. Dan, tidak ada pemakaian akal budi dalam proses itu. Pada manusia dalam proses aksi-reaksi secara umum melibatkan akal budi, manusia mengerti makna dari isyarat atau simbol dari manusia lain, lalu menafsirkannya dengan akal budi, dan di sinilah terjadi proses sosial yang dimaksud oleh Mead di atas. Pikiran manusia berorientasi pada rasionalitas. Dengan pikiran itulah manusia bisa melakukan proses refleksi yang disebabkan pemakaian simbol-simbol oleh manusia yang berinteraksi, sebut saja sebagai aktor. Simbol-simbol yang digunakan adalah berbentuk gestur dan bahasa yang bagi Mead dianggap sebagai simbol-simbol

²⁸http://www.academia.edu/4421598/Teori_Interaksionisme_Simbolik_George_Herbert_Mead_1863_1931, diakses pada 28 Agustus 2015, pukul 12.30 wib.

signifikan yang akan dibahas selanjutnya. Ciri khas dari pikiran adalah kemampuan individu untuk tidak sekedar membangkitkan respons orang lain dari dalam dirinya sendiri, namun juga respons dari komunitas keseluruhan.²⁹

2. Aksi (Tindakan) dan Interaksi

Fokus dari interaksionisme simbolik adalah dampak dari makna-makna dan simbol-simbol yang digunakan dalam aksi dan interaksi manusia dalam tindakan sosial yang covert dan overt. Melalui aksi dan interaksi ini pula manusia membentuk suatu makna dari simbol yang dikonstruksikan secara bersama. Suatu makna dari simbol dapat berbeda menurut situasi. Aksi atau tindakan sosial pada dasarnya adalah sebuah tindakan seseorang yang bertindak melalui suatu pertimbangan menjadi orang lain dalam pikirannya. Atau, dalam melakukan tindakan sosial, manusia dapat mengukur dampaknya terhadap orang lain yang terlibat dalam serangkaian tindakan itu.

Berbeda dengan manusia sebagai individu yang berinteraksi dengan manusia yang lain, perbedaannya dalam interaksi antarmanusia sebagai individu terdapat tempat atau momentum di mana pikiran mengambil tempat dalam proses stimulus respon tersebut. Manusia sebagai individu memiliki pikiran yang mempengaruhi setiap tindakan yang akan dilakukan olehnya.

Tindakan menurut Mead menurut analisisnya melalui empat tahapan, yaitu impuls, persepsi, manipulasi, dan konsumasi. Keempat tahap ini menurut Mead menjadi suatu rangkaian dalam melakukan suatu tindakan yang tidak dapat dilepaskan

²⁹ <http://reviewkomunikasi.blogspot.com/2013/04/interaksi-simbolik-oleh-george-herbert.html>, diakses pada tanggal 29 Agustus 2015 pukul 13.00 wib.

satu per satu. Impuls, sama seperti stimulus atau rangsangan yang didapatkan ataupun muncul tiba-tiba pada seorang individu. Dalam kehidupan sosial, impuls bukan hanya sekedar rasa lapar saja melainkan juga berbagai masalah dapat menjadi impuls bagi individu yang menyebabkan individu harus dapat mencari pemecahan terhadap masalah tersebut.

Persepsi adalah proses tanggapan dan respon terhadap impuls (permasalahan) yang dihadapi individu. Pikiran (Mind) dalam tahap ini sangat berperan penting dalam menyikapi impuls tersebut. Pada tahap persepsi yang memerankan pikiran dalam prosesnya, individu memberi ruang untuk memikirkan dan mempertimbangkan segala sesuatu untuk bertindak, mana yang akan diambil dan dibuang dari pikirannya.

Manipulasi menjadi tahap ketiga dari serangkaian tahap tindakan. Tahap ini menjadi proses tentang pengambilan keputusan setelah melalui tahap persepsi tadi. Konsumsi adalah suatu proses di mana individu untuk menentukan melakukan sebuah tindakan atau tidak untuk memenuhi kebutuhan yang diciptakan dari impuls tadi. Disini terdapat perbedaan antara manusia dan binatang, dalam tahap ini dan manipulasi, pengalaman masa lalu dilibatkan oleh individu yaitu manusia, berbeda dengan binatang yang dalam dua tahap ini bersifat coba-coba.

3. Self (Diri)

Diri menurut Mead juga bukan merupakan sebuah objek, namun sebagai subjek sebagaimana pikiran. Diri adalah kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri dari perspektif orang lain. Bagi Mead, diri berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran, membayangkan bagaimana kita dilihat oleh orang lain. Diri

adalah suatu proses sosial yang mempunyai kemampuan:

1. memberikan jawaban atau tanggapan kepada diri sendiri seperti orang lain memberi tanggapan atau jawaban.
2. memberikan jawaban atau tanggapan seperti norma umum memberikan jawaban kepadanya (Generalized Others).
3. mengambil bagian dalam percakapannya sendiri dengan orang lain.
4. menyadari apa yang sedang dilakukannya sekarang dan kesadaran untuk melakukan tindakan pada tahap selanjutnya.

Menurut Mead, diri itu mengalami perkembangan melalui proses sosialisasi. Ada tiga tahap dalam proses sosialisasi ini, yaitu tahap bermain (Play stage), tahap permainan (Game stage), dan tahap orang lain pada umumnya (Generalized Others). Tahap bermain (play stage) penuh dengan kepura-puraan, maksudnya dalam tahap ini, anak-anak mengambil peran atau mengandaikan dirinya sebagai orang lain. Atau -pura -pura menjadi orang lain. Dalam perkembangan yang pura- pura ini, proses pemahaman diri sebagai peran pengandaianya kurang mapan, tidak tertata, dan tidak pada umumnya.

Tahap permainan (game stage) menuntut seorang individu memerankan peran dengan utuh. Kesadaran menempati posisi membawa konsekuensi untuk memenuhi semua hak dan kewajiban yang dibebankan pada posisi itu. Sehingga pada tahap ini kepribadian yang kokoh mulai dibentuk.

. Tahap yang ketiga adalah generalized other atau orang lain pada umumnya. Pada tahap ini, setelah kepribadian yang kokoh sudah mulai terbentuk maka

kemampuan mengevaluasi diri mereka sendiri dari sudut pandang orang lain atau masyarakat pada umumnya, tidak sekedar dari sudut pandang individu-individu yang tersegmentasi. Disini norma sosial yang berlaku memiliki pengaruh yang kuat dalam penentuan tindakan.

Diri menurut Mead adalah kemampuan khas manusia untuk menjadi subjek dan objek (*I* dan *Me*). Tahap-tahap perkembangan diri manusia yang telah disebutkan di atas harus mengalami proses komunikasi antarmanusia, aktivitas, serta relasi sosial³⁰.

I dalam analisis Mead menempatkan diri sebagai individu yang sangat subjektif. Oleh karena itu, *I* akan memberikan reaksi yang berbeda-beda tiap individu akan suatu rangsangan atau stimulus. Nilai yang dianut oleh tiap individu menyebabkan beragamnya penafsiran dan intepretasi akan sesuatu. *I* juga membuat kehidupan baik individu dan sosial menjadi sangat dinamis. Pada taraf subjektivitas, perilaku individu akan menjadi spontan dan tidak teramalkan. Misalnya saja, untuk penafsiran arti kecantikan akan berbeda dari tiap individu bahkan yang berada di suatu masyarakat yang sama.

Me lebih stabil daripada *I* , karena *Me* adalah kristalisasi dari serangkaian norma yang dibuat secara umum. Artinya, diri sebagai objek akan memberi ruang untuk pengaruh norma sosial atau dengan kata lain, konsep *generalized other* akan sangat mempengaruhi diri. *Me* membuat individu dalam bertindak penuh dengan kontrol, sehingga setiap tindakannya akan normatif. *I* dalam diri seorang seniman akan lebih kuat daripada pengaruh *Me*, karena nilai kreativitas yang menghancurkan nilai-nilai konservatif dalam diri seseorang. Lain halnya dengan seseorang yang berjiwa

³⁰ http://www.academia.edu/6766895/TEORI_INTERAKSI_SIMBOLIK, diakses pada tanggal 29 Agustus 2015 pukul 13.50 wib.

konservatif, orang desa misalnya, mereka akan tetap bertahan hidup di lingkungan pedesaan dengan gaya hidup yang cenderung sama dari waktu ke waktu. Dapat disimpulkan bahwa, faktor I dalam kehidupan individu sangat menentukan proses perubahan baik di level individu dan masyarakat pada umumnya. Diri sebagai subjek adalah kemampuan diri untuk memberikan tanggapan terhadap apa yang ia keluarkan atau tujuan kepada orang lain, dan tanggapan yang diberikan tadi juga termasuk dalam serangkaian dari tindakan. Sedangkan diri sebagai objek maksudnya adalah diri tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri namun juga merespon tindakan yang telah dilakukan seperti individu lain merespon.

4. Society (Masyarakat)

Fokus Mead adalah psikologi, maka tidak heran jika pembahasannya tentang masyarakat dapat dikatakan lemah. Mead melihat masyarakat tidak seperti Durkheim dan Marx yang makro, Mead tidak berbicara tentang masyarakat dalam skala besar beserta struktur di dalamnya. Menurut Mead, masyarakat adalah sekedar organisasi sosial yang memunculkan pikiran dan diri yang dibentuk dari pola-pola interaksi antar individu. Dan norma-norma dalam masyarakat adalah sebagai respon.

Analisis Mead tentang masyarakat, menggabungkan kajian fenomena mikro dan makro dari masyarakat. Mead mengatakan ada tiga unsur dalam masyarakat yaitu individu biologis, masyarakat mikro, dan masyarakat makro.

Pada awalnya, konsep individu biologis dimaknai oleh Mead sebagai individu yang polos dan belum mendapatkan pengaruh apa-apa dari lingkungannya. Dan ketika individu itu mulai memasuki wilayah masyarakat yang mikro, maka individu itu akan

terpengaruh dalam perilakunya. Dan masyarakat makro itu sendiri terbentuk dari serangkaian kompleks dari perilaku individu yang dipengaruhi oleh lingkungan mikro dari individu itu sendiri, seperti keluarga. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh antara perilaku individu dan masyarakat baik mikro dan makro berhubungan timbal balik.³¹

3. Pemilu Presiden

Pemilihan umum merupakan anak kandung demokrasi yang dijalankan sebagai perwujudan prinsip kedaulatan rakyat dalam fenomena ketatanegaraan. Prinsip-prinsip dalam pemilihan umum yang sesuai dengan konstitusi antara lain prinsip kehidupan ketatanegaraan yang berkedaulatan rakyat (demokrasi) ditandai bahwa setiap warga negara berhak ikut aktif dalam setiap proses pengambilan keputusan kenegaraan. Dari prinsip-prinsip pemilu tersebut dipahami bahwa pemilu merupakan kegiatan politik yang sangat penting dalam proses penyelenggaraan kekuasaan dalam sebuah negara yang menganut prinsip-prinsip demokrasi. Di dalam negara demokrasi, pemilihan umum merupakan salah satu unsur yang sangat vital, karena salah satu parameter mengukur demokratis tidaknya suatu negara adalah dari bagaimana perjalanan pemilihan umum yang dilaksanakan oleh negara tersebut.

Demokrasi adalah suatu bentuk pemerintahan oleh rakyat. Implementasi dari pemerintahan oleh rakyat adalah dengan memilih wakil rakyat atau pemimpin nasional melalui mekanisme yang dinamakan dengan pemilihan umum. Penyaluran kedaulatan rakyat secara langsung dilakukan melalui pemilihan umum untuk memilih anggota lembaga perwakilan dan memilih Presiden dan Wakil Presiden. Pengertian tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden dapat kita lihat dalam Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 1 Undang-

³¹ <http://supriyantowibowo.blogspot.com/2011/12/teori-interaksionisme-simbolik-george.html>, diakses pada 29 Agustus 2015 pukul 13.40 wib.

undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden sebagai berikut:

*Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut pemilu Presiden dan Wakil Presiden, adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.*³²

Amandemen Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebanyak 4 (empat) kali banyak membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan. Salah satu perubahan penting yang dibawa oleh UUD 1945 adalah pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung. Pasal 6 A Ayat (1) menyatakan:

Presiden dan Wakil Presiden dipilih dalam satu pasangan secara langsung oleh rakyat.

Pasal diatas secara tegas menyatakan bahwa sistem pemilihan Presiden dan Wakil Presiden bukan lagi secara tidak langsung yakni oleh MPR seperti masa orde baru, tetapi secara tegas bahwa rakyatlah yang memilih pemimpin mereka sendiri. Dasar hukum yang diberikan sangatlah jelas. Hal ini merupakan sebuah terobosan politik (*political breakthrough*) yang hebat dalam sistem politik Indonesia.

Dalam literatur hukum tata negara dan ilmu politik terdapat beberapa model pemilihan langsung. Menurut Saldi Isra ada 4 (empat) model pemilihan langsung yang dipraktikkan di berbagai negara. Berikut keempat model tersebut:

Pertama, sistem *Electoral College System* di Amerika Serikat (AS). Pada sistem ini rakyat tidak juga langsung memilih calon Presiden tetapi melalui pengalokasian jumlah suara dewan pemilih (*electoral college votes*) pada setiap propinsi (*state*). Jika seorang kandidat memenangkan sebuah state maka ia akanmendapat semua jumlah *electoral college* (*the*

³²Undang-undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4924.

winner takes all) pada daerah bersangkutan. *Kedua*, kandidat yang memperoleh suara terbanyak dalam pemilihan langsung menjadi Presiden atau *first-pastthe post*. Seorang kandidat dapat menjadi Presiden meskipun hanya meraih kurang dari separuh suara pemilih. Sistem ini membuka peluang untuk munculnya banyak calon Presiden sehingga peluang untuk memenangkan pemilihan kurang dari 50% lebih terbuka. Jika ini terjadi maka presiden terpilih akan mendapatkan legitimasi yang rendah karena tidak mampu memperoleh dukungan suara mayoritas (50% + 1).

Ketiga, Two-round atau *Run-off system*: Pada sistem ini, bila tak seorangpun kandidat yang memperoleh sedikitnya 50% dari keseluruhan suara, maka dua kandidat dengan perolehan suara terbanyak harus melalui pemilihan tahap kedua beberapawaktu setelah tahap pertama. Jumlah suara minimum yang harus diperoleh para kandidat pada pemilihan pertama bervariasi di beberapa negara. Sistem ini paling populer dilaksanakan di negara-negara dengan sistem presidensial. *Keempat*, model Nigeria. Di Nigeria, seorang kandidat Presiden dinyatakan sebagai pemenang apabila kandidat tersebut dapat meraih sedikitnya 30% suara di sedikitnya 2/3 (dua pertiga) dari 36 negara bagian di Nigeria (termasuk ibu kota Nigeria). Sistem ini diterapkan untuk menjamin bahwa Presiden terpilih memperoleh dukungan dari mayoritas penduduk yang tersebar di 36 negara bagian tersebut.³³

Melihat dari keempat model di atas dapat kita lihat bahwa pemilihan langsung di Indonesia lebih mirip dengan model pemilihan langsung di Nigeria. Kemiripan itu dilatarbelakangi oleh pertimbangan bahwa pemenang tidak selalu ditentukan oleh jumlah pemilih tetapi juga persebaran wilayah. Kesimpulan ini berdasarkan hasil amandemen Pasal 6 A Ayat 3 dan 4 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai berikut:

³³Saldi Isra, *Jurnal Konstitusi Pusat Studi Konstitusi Universitas Andalas (PUSAKO): Pemilihan Presiden Langsung dan Problematik Koalisi Dalam Sistem Presidensial*. (Jakarta: Mahkamah Konstitusi RI, 2008), Volume II No. 1 Edisi Juni 2009.

Pasal 6 A Ayat 3

Pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang mendapatkan suara lebih dari 50% (lima puluh persen) dari jumlah suara dalam pemilihan umum dengan sedikitnya 20% (dua puluh persen) suara di setiap propinsi yang tersebar di lebih dari 1/2 (setengah) jumlah propinsi di Indonesia, dilantik menjadi Presiden dan Wakil Presiden.

Pasal 6 A Ayat 4

Dalam hal tidak ada pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden terpilih, dua pasangan calon yang memperoleh suara terbanyak pertama dan kedua dalam pemilihan umum dipilih oleh rakyat secara langsung dan pasangan yang memperoleh suara terbanyak dilantik sebagai Presiden dan Wakil Presiden.

F. Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional adalah suatu usaha untuk menjelaskan mengenai pembatasan antara konsep yang satu dengan yang lainnya agar tidak terjadi kesalahpahaman.

1. Strategi Kampanye, adalah sejumlah langkah-langkah yang kompetitif dengan berbagai pendekatan yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.
2. Pemasaran politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk makna politik dalam menyampaikan muatan politik tertentu dalam pikiran para pemilih agar dapat mendukung suatu agenda politik tertentu.
3. interaksionisme simbolik adalah suatu hubungan timbal balik antarpersonal dengan menggunakan Simbol-simbol tertentu yang sudah dimafhumi artinya.

4. Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel penelitian. Agar suatu penelitian dapat diukur variabelnya, maka perlu dioperasionalkan dalam penelitian dengan kata lain variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel yang sudah dicermati.”³⁴

³⁴Masri singarimbun dan Sofiyan, *Metode Penelitian Survey*, LP3S, Jakarta, 1989, hal.174.

Tabel 1.11

Definisi Konsep & Operasional

NO	DEFINISI KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL	INSTRUMEN	K
1.	Bung Karno	Figur Bung Karno	<ul style="list-style-type: none"> -Kepribadian Bung Karno -Pemikiran Bung Karno 	<ul style="list-style-type: none"> W1 W2
2.	Pemasaran Politik	<ul style="list-style-type: none"> - Tahapan Pemasaran Politik -Political Marketing Mix - Strategi penyampaian Produk Politik 	<ul style="list-style-type: none"> - identifikasi segmentasi kelompok -menentukan target - menempatkan perbedaan dengan kandidat lain - kebijakan yang ditawarkan - citra dan popularitas - partai pengusung - pengenalan produk politik kepada masyarakat -langsung kepada pemilih -melalui organisasi yang berpengaruh -melalui media massa 	<ul style="list-style-type: none"> W3 W4 W5 W6 W7 W8 W9 W10 W11 W12

H. Metode Penelitian

Sebuah penelitian dalam prosesnya melalui beberapa tahapan. Untuk menghasilkan penelitian yang baik, maka dalam sebuah penelitian memakai sebuah metode/metodologi. Metodologi sangat berperan dalam menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian dengan kata lain setiap penelitian harus menggunakan metodologi sebagai tuntunan berfikir yang sistematis agar dapat mempertanggungjawabkan secara ilmiah. Metode dalam ilmu pengetahuan berfungsi sebagai cara kerja yang membuktikan kebenaran ilmiah atau menjawab pertanyaan secara ilmiah.

Seperti yang kita ketahui bahwa ilmu harus memiliki metode, karena dalam mengungkapkan kebenaran obyektif atas obyek ilmu yang harus bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Begitu pun dengan penelitian ini menggunakan metodologi agar penelitian ini dapat memberikan suatu pengetahuan baru yang dapat di buktikan secara ilmiah. Beberapa unsur yang masuk dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau secara lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati³⁵. Pendekatan ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Penelitian kualitatif juga dapat dimaknai sebagai penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

³⁵ <https://taufikrahmatullah.wordpress.com/2012/11/12/perbedaan-mendasar-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/>, diakses pada tanggal 23 november 2014, pukul 07.43 wib.

Pertama, karena adanya latar belakang alamiah, penelitian kualitatif melakukan pada latar belakang alamiah, atau pada konteks dari suatu keutuhan. Hal ini dilakukan karena ontologi alamiah menghendaki adanya kenyataan-kenyataan sebagai keutuhan yang tidak dapat dipahami jika dipisahkan dari konteksnya.

Kedua, deskriptif. Semua yang dikumpulkan dalam penelitian ini mempunyai kemungkinan untuk menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Telah yang dilakukan terhadap hasil penelitian dilakukan satu persatu. Pertanyaan mengapa, alasan apa, dan bagaimana akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu memang demikian keadaannya karena akan selalu muncul pertanyaan terhadap data yang diperoleh di lapangan. Selain untuk mencari fakta lain yang mungkin tersembunyi, peneliti berharap dengan penelusuran data secara terus menerus akan memberikan pemahaman terhadap data secara keseluruhan. Data disini didapat dari wawancara, dan juga dimunculkan dari dokumentasi yang peneliti dapat dari lapangan. Sehingga dengan demikian jenis penelitian ini adalah penjelasan Mengapa dan bagaimana Figur Bung Karno menjadi komoditas politik di kedua capres dalam pilpres 2014 dari berbagai faktor yang ada di lapangan.

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di DPC Gerindra dan DPC PDIP Kota Yogyakarta. Selain itu penelitian ini juga akan difokuskan kepada tim sukses pasangan Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK di Kota Yogyakarta.

Penelitian dilakukan di DPC Gerindra dan DPC PDIP merupakan Poros Koalisi dalam Pilpres 2014, selain itu calon presiden juga di usulkan dari dua partai ini.

3. Data dan Sumber Data

Data merupakan informasi mengenai keberadaan konsep penelitian yang kita peroleh dari unit analisa yang dijadikan sebagai sarana verifikasi empiris dalam kegiatan penelitian. Dalam sebuah penelitian mutlak membutuhkan data sebagai unit analisa yang didapat dari obyek penelitian sehingga penelitian tersebut dapat diambil kesimpulannya dan mudah untuk dipelajari dalam menentukan jalan keluar sebuah masalah yang masih dalam proses penelitian.

Didalam penelitian ini peneliti membutuhkan data dari berbagai sumber untuk menunjang hasil penelitian, diataranya sebagai berikut.

a. Data Primer

Data primer adalah semua informasi mengenai konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) yang kita peroleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan sebagai obyek penelitian. Data primer yang di peroleh langsung dari sumber data adalah wawancara dan observasi. Penelitian dilakukan secara langsung pada obyek penelitian dengan daftar pertanyaan dan memberikan pertanyaan secara langsung terhadap tim sukses pasangan Prabowo-Hata dan Jokowi-JK di Kota Yogyakarta yang terlibat langsung dalam pelaksanaan Pilpres 2014 dalam hal ini Ririk Banowati selaku bendahara tim sukses Prabowo-Hatta dan Danang Rudyamtoko selaku sekretaris tim sukses Jokowi-JK untuk kota Yogyakarta. .

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua informasi yang kita peroleh secara tidak langsung, melalui dokumen-dokumen yang mencatat keadaan konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) di dalam unit analisa yang dijadikan obyek. Data sekunder dapat diperoleh dari studi pustaka, sebagai landasan teori serta literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Seperti melalui media massa, internet, undang-undang serta dokumen terkait.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendukung penelitian. Dalam pembahasan ini akan dijelaskan cara-cara peneliti dalam mengumpulkan data sebagai dasar analisa dalam menentukan hasil penelitian. Untuk memperoleh data yang relevan, peneliti menggunakan beberapa cara diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai konsep penelitian (atau yang terkait dengannya) terhadap individu manusia yang menjadi unit analisa penelitian atau pun terhadap individu manusia yang dianggap memiliki data mengenai unit analisa. Manfaat dari teknik ini adalah menjelaskan masalah sampai sedetail-detailnya pertanyaan yang diajukan. Dalam hal ini pihak-pihak yang diwawancarai adalah ketua Tim sukses Pemenengan Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK, Pengamat Politik dan Tokoh Masyarakat. Dalam hal ini Ririk Banowati selaku bendahara tim sukses Prabowo-Hatta dan Danang Rudyamtoko selaku sekretaris

tim sukses Jokowi-JK untuk kota Yogyakarta, serta Inu Kencana Syafii sebagai tokoh masyarakat dan Bambang Eka Cahya Widodo sebagai pengamat politik.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan berbagai dokumen atau catatan yang mencatat keadaan konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) di dalam unit analisa yang dijadikan sebagai obyek penelitian. Contoh sumber data : dokumen resmi, arsip, media massa cetak, jurnal, internet, dan sebagainya.

5. Unit Analisa

Unit analisa adalah obyek analisis yang dijadikan obyek penelitian. Dalam hal ini adalah ketua tim sukses dan Pengamat Politik dan Tokoh Masyarakat.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menguraikan data secara berurutan dengan membuat suatu pola berdasarkan kelompok-kelompok tertentu agar mudah untuk dipahami. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memakai jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan berdasarkan kemampuan penalaran dari peneliti yang menghubungkan fakta-fakta, dan informasi yang didapat dengan mencoba memahami masalah paradigma yang muncul di antara masyarakat.

Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa fenomena sehari-hari di masyarakat yang di tulis oleh peneliti baik berupa perkataan yang tertulis maupun hubungan lisan orang-orang dan perilaku yang diamati oleh peneliti. Menurut Winarno Surachmad, penelitian

deskriptif yang bersifat kualitatif adalah “Memutuskan dan menafsirkan data yang ada, misalnya tentang situasi yang dialami, suatu hubungan kegiatan, pandangan sikap yang nampak atau tentang proses yang sedang bekerja, kelainan yang sedang muncul, pertentangan yang sedang meruncing dan sebagainya.”³⁶

Pada teknik analisa kualitatif peneliti berada pada posisi di masyarakat sebagai bentuk kepedulian terhadap ketimpangan sosial, lalu data-data yang diperoleh diklarifikasikan, digambarkan dalam bentuk tulisan atau kalimat, dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Selanjutnya menganalisa sesuai dengan obyek yang diteliti dan menginterpretasikan data atau dasar teori yang ada serta untuk menilai makna yang bersifat menyeluruh. Data-data yang diinterpretasikan adalah data berupa naskah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi dan lain sebagainya untuk memperoleh keabsahan data penelitian sesuai dengan ketentuan metodologi yang ada.

Dalam menyusun suatu penelitian proses analisa data dapat menggunakan beberapa langkah-langkah yaitu :

- Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah, maka langkah berikutnya,
- Membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya.
- Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorikan pada langkah berikutnya.
- Tahap akhir dari analisis data ialah mengadakan pemeriksaan keabsahan data.

³⁶Winarno Surachman, *Dasar-Dasar Teknik Research*, Tarsita, Bandung, 1978, hal. 120.

Suatu penelitian memperoleh data-data sebagai obyek kajian penelitian sehingga perlu untuk di sederhanakan supaya mudah untuk dipahami, ini merupakan dasar tuntunan dari analisis data. Dalam pembahasan ini yang menjadi rumusan masalah adalah ;

- Mengapa Figur Bung Karno Menjadi Komoditas Politik Dalam Pilpres 2014?
- Bagaimana Figur Bung Karno menjadi komoditas politik dalam strategi pemasaran politik partai GERINDRA dan PDIP pada Pilpres 2014?

maka disini penulis menggunakan model analisa kualitatif, dengan mendeskripsikan situasi yang ada dan menfokuskan pada pemecahan-pemecahan masalah, peneliti bertindak sebagai obyek yang berada di antara masyarakat supaya bisa merasakan situasi yang sebenarnya terjadi sehingga dalam menganalisis suatu masalah dapat lebih mudah.