

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Partai politik memiliki arti yang sangat penting dan telah menjadi fenomena umum dalam kehidupan politik yang demokratis. Aksioma yang berlaku, tidak ada sistem politik yang berjalan tanpa partai politik, kecuali sistem politik yang otoriter atau sistem kekuasaan tradisional, dimana raja atau penguasa dalam menjalankan kekuasaannya sangat bergantung pada tentara atau polisi.¹ Tetapi dalam kehidupan politik modern yang demokratis dan menuntut diterapkannya sistem demokrasi perwakilan, keberadaan partai politik menjadi keharusan,² sebab fungsi utama partai politik adalah bersaing untuk memenangkan pemilu, mengagregasikan berbagai kepentingan masyarakat, menyediakan alternatif kebijakan, dan mempersiapkan para calon pemimpin yang akan duduk dalam pemerintahan.³

Dalam sistem politik yang demokratis, partai politik memiliki peranan yang penting terutama dalam rangka proses konsolidasi demokrasi.⁴ Karena itu,

¹ Roy C. Macridis. "Pengantar Sejarah, Fungsi, dan Tipologi Partai-Partai" dalam Ichlasul Amal (ed), *Teori-Teori Mutakhir Partai Politik*, (Yogyakarta, Tiara Wacana, 1988), hal. 18.

² Alan Ware, *Political Parties and Party Systems*, (New York, Oxford University Press Inc, 1999), hal. 1. Juga lihat Ichlasul Amal, "Pengantar", dalam Ichlasul Amal (ed), *Teori-Teori Mutakhir Partai Politik*, (Yogyakarta, Tiara Wacana, 1988), hal. xi.

³ Team National Democratic Institute For International Affairs (NDI), "Political Parties and the Transition to Democracy: A Primer in Democratic Party Building For Leaders, Organizers and Activists", *Working Paper*, September 1997, hal. 3.

⁴ Paige Johnson Tan, "Political Parties and the Consolidation of Democracy in Indonesia", *Working Paper*, Departement of Political Science, University of North Carolina, Wilmington, tanpa tahun, hal. 6. Lihat juga, Giovanni Sartori, *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*, (Cambridge, Cambridge University Press, 1976).

ketika demokrasi berkembang ke seluruh penjuru dunia, pada 1990-an peran partai politik mengalami perkembangan yang pesat pula.⁵ Peran penting partai politik ini semakin nyata ketika demokratisasi semakin meluas ke negara-negara berkembang antara 1970-an sampai 1990-an. Sebaliknya, jumlah negara-negara otoriter terus mengalami penurunan secara absolut. Kendati demikian, memasuki pertengahan dasawarsa 1990-an, laju demokratisasi mengalami perlambatan dibandingkan dua dasawarsa sebelumnya.⁶

Pasca pemilu 1999 sukacita dan *euforia* kebebasan politik mulai mengalami titik balik, terutama setelah masyarakat merasakan terjadinya kesenjangan antara harapan mereka dan lemahnya kinerja partai politik, baik di parlemen maupun pemerintahan. Partai-partai politik dan para politikusnya dalam banyak kasus tidak menunjukkan keberpihakan terhadap rakyat. Sikap partai politik seringkali tidak sejalan dengan kehendak rakyat yang diwakilinya. Partai politik kerap kali kehilangan sikap kritisnya, apabila menghadapi berbagai permasalahan yang menjadi hajat hidup rakyat banyak. Partai-partai politik bahkan tampak gagal memberi pedoman bagi rakyat dalam banyak kasus pemilihan pemimpinnya: presiden dan wakil presiden, gubernur, walikota, bupati, juga anggota legislatif.

Era reformasi memang membawa perubahan politik sangat mendasar. Perubahan UUD 1945 dilakukan agar praktik politik dapat sejalan dengan nilai-nilai demokrasi. Persoalannya, perubahan politik dan pembentukan kelembagaan

⁵ Gregory S. Mahler, *Comparative Politics: An Institutional and Cross-National Approach* (Second edition), (Englewood Clift, New Jersey Prentice Hall, 1992), hal. 147.

⁶ Lawson, *Political Parties and Linkage: A Comparative Perspective*, (New Haven, Yale University, 1995), hal. 3.

baru tidak mudah disepakati oleh kekuatan politik yang ada. Padahal dalam sistem politik dituntut secara cepat merespons berbagai perubahan yang terjadi. Kegagalan menyesuaikan diri dengan konstituen dan kehendak rakyat akan menyebabkan terancamnya *survival* partai politik tersebut. Persoalan hidup dan matinya (*survival*) partai politik dengan demikian menjadi isu krusial yang dihadapi oleh semua partai politik, baik yang baru maupun yang lama seperti Golkar yang kemudian disebut Partai Golkar.⁷

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, maka kemudian pada tanggal 9 April 2009 serentak diseluruh daerah-daerah di Indonesia melakukan pemilihan umum secara demokratis, dan secara langsung rakyat memilih wakil-wakilnya untuk duduk di lembaga perwakilan rakyat untuk membawa segala aspirasi, kebutuhan, dan keinginan rakyat yang telah memberikan mandatnya, *feedback* yang diharapkan oleh masyarakat adalah dengan selesainya proses pemilihan umum dan akan mulai bekerjanya para wakil-wakil rakyat tersebut, tentunya masyarakat mengharapkan perubahan mendasar terutama dari segi kehidupan yang lebih baik yang akan diberikan oleh wakil-wakilnya dalam bentuk-bentuk kebijakan.

Semua berharap pemilu dilaksanakan secara umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pada Undang-

⁷ Akbar Tandjung. *THE GOLKAR WAY Survival Partai Golkar di Tengah Turbulensi Politik Era Transisi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2007. hal. 6.

Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 ayat 2 dikatakan bahwa Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah pemilu untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/kota dalam Negara kesatuan Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Untuk menjalankan amanat Undang-Undang Dasar tersebut, partai politik menjadi sarana penyaluran aspirasi rakyat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (1): Partai politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia Berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilihan umum merupakan mekanisme politik untuk mengganti kepemimpinan yang diikhtiarkan menyegarkan kembali moralitas dan komitmen kerakyatan. Pemilu juga merupakan cara yang paling kuat bagi rakyat untuk berpartisipasi dalam sistem demokrasi perwakilan modern.

Pemilu disebut “bermakna” apabila memenuhi tiga kriteria, yaitu keterbukaan, ketepatan, dan keefektifan. Menurut Elkit dan Svenson, 1997, Untuk mewujudkan makna pemilu, sistem pemilihan (proporsional, pluralitas-mayoritas,

dan campuran) merupakan instrument penting. Sistem pluralitas-mayoritas atau di Indonesia dikenal dengan distrik, misalnya, mendorong kedekatan dan akuntabilitas wakil rakyat.⁸

Pemilu legislatif 2009 menempatkan masyarakat sebagai konstituen. Fungsi konstituen adalah fungsi penentu dalam suatu proses demokrasi. Jadi sebagai konstituen, masyarakat berhak memilih para wakilnya untuk duduk dalam lembaga tinggi negara. Hak ini adalah hak yang dimiliki oleh setiap warga Negara. Hak inilah yang seharusnya digunakan dengan baik oleh para konstituen. Sebaliknya, ada beberapa elemen masyarakat yang menyerukan ‘golput’, golongan yang tidak memilih. Golongan ini sangatlah disayangkan, karena tanpa disadari, mereka telah mengkerdikan fungsi mereka untuk mendapatkan perubahan dari proses pemilu, sebuah proses yang dirancang untuk membentuk negara yang lebih baik dimasa depan.⁹

Ditiap-tiap daerah pemilu merupakan ruang untuk mendapatkan kekuasaan, dengan mendaftarkan calon-calon wakil rakyat, maka partai-partai politik dan para calon legislatif berusaha semampunya berupaya merebut hati pemilih (rakyat), tidak cuma itu, faktor lain yang menjadi alasan bagi partai politik untuk mendapatkan kekuasaan adalah, dengan merebut sebanyak-banyaknya jumlah kursi yang tersedia di daerah, apalagi kedudukan dan peranan DPRD setelah adanya otonomi daerah menjadi lebih kuat, dalam pasal 19 dan 20 tahun 1999, sangat jelas terlihat posisi dan kekuatan anggota dewan legislatif.

⁸ Joko J. Prihatmoko. *Mendemokratiskan Pemilu Dari Sistem Sampai Elemen Teknis*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2008. Hal. xiii

⁹ Burhanudin. *Komunikasi Politik Parpol/Caleg Terhadap Konstituen*. Jumat 13 Maret 2009 melalui, www.google.com.

Disadari, sampai saat ini memang banyak yang keliru dalam memaknai kedudukan anggota lembaga legislatif. Kedudukan anggota legislatif sebagai wakil rakyat adalah merupakan penghargaan dan penghormatan simbolik (*symbolic reward*) yang diberikan oleh rakyat. Rakyat yang dimaksud disini adalah satu kesatuan komunitas politik pada level nasional ataupun daerah. Dan dengan bekal penghargaan dan penghormatan simbolik dari rakyat tersebut dijalankan fungsi-fungsi wakil rakyat, tanpa harus ada pamrih imbalan material (*material reward*).¹⁰

Sewindu setelah menjadi provinsi, dominasi Partai Golongan Karya di Gorontalo perlahan mulai terusik. Perolehan suara dan penguasaan basis wilayah konstituennya terus menurun. Hasil Pemilu Legislatif 2009 menunjukkan terbentuknya peta baru kekuatan partai politik dan tampilnya figur-figur baru anggota DPR yang mewakili wilayah ini.

Pemilu legislatif 2009 menjadi awal terbentuknya konstelasi politik baru di provinsi yang dulunya merupakan bagian dari Sulawesi Utara ini. Masuknya partai-partai baru, seperti Partai Demokrat dan Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura) yang gencar membangun basis massa, menjadi faktor kuat yang mempengaruhi perubahan tersebut. Akibatnya, dominasi beringin mulai terusik. Sekitar 20,3 persen suara Golkar terlepas dibandingkan dengan Pemilu 2004. Suara Golkar turun ke angka 30 persen.¹¹

¹⁰Abdul Gafar Karim. *Kompleksitas Persoalan Otonomi Daerah Di Indonesia*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2006. Hal. 141

¹¹ Bi Purwantari. *Dominasi Beringin Mulai Terusik*. Senin 8 Juni 2009 Melalui www.google.com.

Perubahan pilihan politik masyarakat Gorontalo membawa pengaruh pula ke Senayan, Jakarta. Tiga anggota DPR periode 2009-2014 yang terpilih merupakan wajah-wajah baru. Mereka adalah Hi. Roem Kono dari Golkar, Dr. AW Thalib yang mewakili PPP, dan Kasma Bouty, seorang figur perempuan dari Partai Demokrat.

Walaupun telah terjadi konstalasi politik pada pemilu legislatif 2009, Golkar tetap mampu memenangkan pemilu legislatif di Kota Gorontalo. Bahkan Target 15 kursi atau mayoritas di lembaga legislatif Kota Gorontalo dipatok Ketua DPD II Partai Golkar Kota Gorontalo Adhan Dambea. Untuk memperoleh target kursi tersebut, butuh kerja keras dari partai maupun para caleg. Target ini harus diperoleh Partai Golkar atau minimal 13 kursi dari 25 kursi yang tersedia untuk Pemilu Legislatif 2009. Adhan mengatakan, terlepas dari dirinya sebagai Walikota Gorontalo, tidak ada alasan baginya untuk tidak memenangkan Pemilu Legislatif mendatang. Untuk itu, bukan sesuatu yang mudah jika dirinya mematok target minimal 13 dan maksimal 15 kursi di legislatif mendatang dari total jumlah 25 kursi yang akan diperebutkan.¹²

Bukan hal yang mudah memenangkan pemilu saat ini dengan perubahan mendasar mengenai proses penghitungan suara dan penetapan calon terpilih, karena untuk memperoleh suara terbanyak, parpol dan para caleg dituntut kerja keras turun langsung ke konstituen untuk meraih simpati dan suara rakyat, karena caleg dengan suara terbanyaklah yang akan terpilih menjadi wakil rakyat periode 2009-2014.

¹² Adhan Dambea. Target Perolehan Kursi DPRD Kota Gorontalo. 2009 melalui <http://www.gorontaloikota.go.id> diakses pada tanggal 21 juni 2009

Tabel 1.1
Pemenang Pemilu Legislatif 2009 (DPR) suara terbesar Kota Gorontalo

Partai Politik	Jumlah Suara
Golkar	30,0%
PPP	14,5%
Demokrat	12,8%

Sumber: Litbang Kompas, diolah dari KPU

Setelah proses penghitungan hasil akhir pemilu legislatif 2009 diumumkan oleh KPU Pusat, Partai Golkar Kota Gorontalo berhasil meraih 10 kursi dari 25 kursi yang diperebutkan. Perolehan ini menguntungkan buat Partai Golkar, dengan jumlah kursi terbanyak di DPRD Kota Gorontalo, Partai Golkar bisa melanjutkan perjuangan partai, meskipun sampai saat ini Partai Golkar masih dianggap sebagai partai Orde Baru. Reputasi buruk dalam anggapan masyarakat tidak berlaku di Gorontalo. Dengan kemenangan itu pula, nampak nyata perubahan yang signifikan menuju arah demokrasi.

Dari enam Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Gorontalo, hanya di Kota Gorontalo Partai Golkar berhasil memenangkan pemilu legislatif 2009, dibandingkan Kabupaten Gorontalo, Boalemo, Bone Bolango, Pohuwato, dan Gorontalo Utara. Kekalahan yang dialami Partai Golkar di Kabupaten lain ada korelasinya dengan strategi kemenangan yang digunakan.

Tabel 1.2
Komposisi Anggota Partai Politik DPRD Kota Gorontalo

Nama Anggota	Partai Politik	Jumlah Suara
1. Ir . Nixon Ahmad	GOLKAR	3383
2. Hi. Erwin Rauf	GOLKAR	2452
3. Oktarjon Ilahude	GOLKAR	2069
4. Darlina Dihuma	GOLKAR	2025
5. Erwin S. Giasi, SE	GOLKAR	1937
6. Totok Bachtiar, SE	GOLKAR	1912
7. Sri Rahmayati Liputo	GOLKAR	1906
8. Hi. Ramli Anwar	GOLKAR	1594
9. Risman Taha	GOLKAR	1311
10. Ramlah Bumulo	GOLKAR	1211
11. Jemmy Mamengkey	DEMOKRAT	1500
12. Erman Latjengke	DEMOKRAT	1215
13. Fatmawati Syarief	DEMOKRAT	954
14. Dr. Taufiqurahman L.	PKS	542
15. Fatmawaty Syarief	PKS	954
16. Hj. Djahara Mauda	PAN	729
17. Ir. Hj. Ketty P. Mayulu	PAN	850
18. Mohamad R. Pakaya	PAN	780
19. Samsudin Umar	PAN	1260
20. Moh. Rivai Bakusu	PPP	851
21. Ir. Muhajir Abdullah	PPP	755
22. Dirtan Hunowu	PPP	950
23. Hi. Alifudin Jamal	PDI-P	1682
24. Hi. Ariston Tilameo	PDI-P	929
25. H. Indarwanto Hasan	PDK	1716

Sumber: Sekretariat KPU Kota Gorontalo

Dari permasalahan ini penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang strategi pemenangan partai golkar pada pemilu legislatif 2009 di Kota Gorontalo. Untuk itu penulis memilih DPD II GOLKAR GORONTALO

sebagai obyek penelitian, dengan alasan bahwa dalam pemilu legislatif 2009, hanya Partai Golkar Kota Gorontalo yang berhasil menang dalam kontestasi politik tersebut.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis bermaksud membahas permasalahan yaitu :

“Bagaimana Strategi Pemenangan Partai Golkar Kota Gorontalo Pada Pemilu Legislatif 2009 ?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sebagai Partai yang memenangkan Pemilu Legislatif 2009, Kajian tentang Strategi Pemenangan Partai Golkar Di Kota Gorontalo menarik untuk diteliti, oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini yaitu:

“Untuk mengetahui dan menganalisa Strategi Pemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2009 di Kota Gorontalo”.

Manfaat teoritis dari penelitian ini, selain untuk menambah wacana teoritis, diharapkan hasil penelitian ini akan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dibidang studi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

Manfaat praktis dari penelitian ini, diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan dapat memberikan kontribusi yang berhubungan dengan Strategi Pemenangan Partai Golkar pada saat menghadapi pemilu.

D. Kerangka Dasar Teori

Sebelum mengurai pembahasan lebih lanjut terhadap pembahasan dalam penelitian ini tentunya diperlukan sebuah acuan dasar dalam penguraian lebih lanjut. Hal ini diperlukan agar kajian atau penelitian ini memenuhi standar akademis dan juga sistematis serta tidak menyimpang dari pokok pembahasan yang dikaji.

Berpijak dari persoalan bagaimana Strategi Pemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2009 Di Kota Gorontalo, maka ada beberapa hal yang menjadi pijakan dasar untuk melakukan penelitian, antara lain adalah:

D.1. Partai Politik

Penelitian Mengenai partai politik merupakan kegiatan ilmiah yang relatif baru. Sekalipun bermacam-macam penelitian telah diadakan untuk mempelajarinya, akan tetapi hingga sekarang belum tersusun suatu teori yang mantap mengenai partai sebagai lembaga politik. Sarjana-sarjana yang telah mempelopori studi mengenai partai politik antara lain M. Ostrogorsky (1902), Robert Michels (1911), Maurice Duverger (1951), dan Sigmund Neumann (1956). Selain dari itu beberapa sarjana behavioralis seperti Joseph Lapalombara dan Myron Weiner telah menepohong secara khusus partai politik dalam hubungannya dengan pembangunan politik dalam buku *Political Parties and Political Development*.¹³

¹³ Joseph Lapalombara dan Myron Weiner. *Political Parties and Political Development* (Princeton: Princeton University Press, 1996).

1.1. Pengertian Partai Politik

Partai politik pertama-tama lahir di Negara-negara Eropa Barat. Dengan meluasnya gagasan bahwa rakyat merupakan faktor yang perlu diperhitungkan serta diikutsertakan dalam proses politik, maka partai politik telah lahir secara spontan dan berkembang menjadi penghubung antara rakyat di satu pihak dan pemerintah di pihak lain. Partai politik umumnya dianggap sebagai manifestasi dari suatu sistem politik yang sudah modern atau yang sedang dalam proses memodernisasikan diri. Maka dari itu, dewasa ini di negara-negara baru pun partai sudah menjadi lembaga politik yang biasa dijumpai.

Di Negara-negara yang menganut paham demokrasi, gagasan mengenai partisipasi rakyat mempunyai dasar ideologis bahwa rakyat berhak turut menentukan siapa-siapa yang akan menjadi pemimpin yang nantinya akan menentukan kebijaksanaan umum (*public policy*). Di negara-negara totaliter gagasan mengenai partisipasi rakyat didasari pandangan elit politiknya bahwa rakyat perlu dibimbing dan dibina untuk mencapai stabilitas yang langgeng. Untuk mencapai tujuan itu, partai politik merupakan alat yang baik.¹⁴

Secara umum partai politik dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi. Nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik – (biasanya) dengan cara konstitusional – untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.¹⁵

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Miriam Budiardjo. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 1977. Hal. 161

Kegiatan seseorang dalam partai politik merupakan suatu bentuk partisipasi politik. Partisipasi politik mencakup semua kegiatan sukarela melalui mana seseorang turut serta dalam proses pemilihan pemimpin-pemimpin politik dan turut serta secara langsung atau tidak langsung dalam pembentukan kebijaksanaan umum. Kegiatan-kegiatan ini mencakup kegiatan pemilih dalam pemilihan umum, menjadi anggota golongan politik seperti partai, kelompok penekan, kelompok kepentingan, duduk dalam lembaga politik seperti dewan perwakilan rakyat atau mengadakan komunikasi dengan wakil-wakil rakyat yang duduk dalam badan itu, berkampanye, dan menghadiri kelompok diskusi, dan sebagainya. (Kebalikan dari partisipasi adalah apatis. Seseorang dinamakan apatis (secara politik) jika dia tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan tersebut diatas).¹⁶

Di bawah ini disampaikan beberapa definisi mengenai partai politik:

Carl J. Friedrich: Partai politik adalah “sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan, berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil maupun materiil” (*A political party is a group of human beings, stably organized with the objective of securing of maintaining for its leaders the control of a government, with the further objective of giving to members of the party, through such control ideal and material benefits and advantages*).¹⁷

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Friedrich, *op. cit.*, h. 419.

R. H. Soltau: “Partai politik adalah sekelompok warga Negara yang sedikit banyak terorganisir, yang bertindak sebagai suatu kesatuan politik dan yang dengan memanfaatkan kekuasaannya untuk memilih - bertujuan menguasai pemerintahan dan melaksanakan kebijaksanaan umum mereka” (*A group of citizens more or less organized, who act as a political unit and who, by the use of their voting power, aim to control the government and carry out their general policies*).¹⁸

Selayaknya sebuah struktur dalam sistem politik, partai politik memiliki sejumlah fungsi politik, fungsi tersebut adalah representasi, konvensi, agregasi, integrasi, rekrutmen, pertimbangan-pertimbangan perumusan kebijakan serta control terhadap pemerintah.¹⁹

1.2. Fungsi Partai Politik

Berdasarkan kajian literatur yang ada setidaknya ada 5 (lima) fungsi dasar keberadaan partai politik, yaitu :

- 1) Fungsi Artikulasi Kepentingan : Suatu proses penginputan berbagai kebutuhan, tuntutan dan kepentingan melalui wakil-wakil kelompok yang masuk dalam lembaga legislatif, agar kepentingan, tuntutan dan kebutuhan kelompoknya dapat mewakili dan terlindungi dalam pembuatan kebijakan publik.

¹⁸ Soltau, *op. cit.*, h. 199.

¹⁹ Roy C. Macridisk. *Pengantar Sejarah Fungsi Dan Tipologi Partai-Partai*. Ichsanul Amal. 1999. Hal. 27

- 2) Fungsi Agregasi Kepentingan : Merupakan cara bagaimana tuntutan yang dilancarkan oleh kelompok-kelompok yang berbeda, digabungkan menjadi alternatif-alternatif pembuatan kebijakan publik.
- 3) Fungsi Sosialisasi Politik : Merupakan cara untuk memperkenalkan nilai-nilai politik, sikap-sikap dan etika politik yang berlaku atau yang dianut oleh suatu negara.
- 4) Fungsi Rekrutmen Politik : Suatu proses seleksi atau rekrutmen anggota-anggota kelompok untuk mewakili kelompoknya dalam jabatan-jabatan administrasi maupun politik.
- 5) Fungsi Pengatur Konflik : Yaitu sebagai wadah penyelesaian masalah seperti berbeda pendapat dan persaingan antar individu dalam mencapai tujuan-tujuan politik dari berbagai partai politik. Akibat peran dari partai politik sebagai sarana untuk dapat menyelesaikan masalah/konflik tersebut seharusnya dapat lebih diupayakan untuk selalu dapat mengatur perbedaan pendapat, mengontrol persaingan agar tetap dapat mengatur semua perbedaan pendapat, mengontrol persaingan tetap pada persaingan yang sehat.
- 6) Fungsi Komunikasi Politik : Adalah salah satu fungsi yang dijalankan oleh partai politik dengan segala struktur yang tersedia, mengadakan komunikasi informasi, isu dan gagasan politik.²⁰

Dalam suasana demokrasi, persaingan dan perbedaan pendapat dalam masyarakat merupakan soal yang wajar. Jika sampai terjadi konflik partai politik

²⁰ Fadillah Putra. " *Partai Politik Dan Kebijakan Publik* ". Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2003. hal. 9-13.

berusaha untuk mengatasinya. Dalam praktek politik sering dilihat bahwa fungsi-fungsi tersebut diatas tidak dijalankan dan tidak dilaksanakan seperti yang diharapkan. Misalnya informasi yang diberikan justru menimbulkan kegelisahan dan perpecahan dalam masyarakat; yang dikejar bukan kepentingan nasional, akan tetapi kepentingan partai yang sempit dengan akibat pengkotakan politik; atau konflik tidak terselesaikan, akan tetapi malah dipertajam.²¹

Fungsi lain dari partai politik adalah dalam upaya agar dapat menguasai negara adalah sebagai berikut:

- (1) Mengadakan pendidikan politik yang terarah pada sarannya. Tanpa pendidikan politik yang efektif maka partai politik itu tidak mempunyai kader.
- (2) Memasyarakatkan ajaran-ajaran politik secara efektif sehingga rakyat merasakan kegunaannya.
- (3) Memilih pemimpin-pemimpin politik secara demokratis sehingga pemimpin yang dipilih betul-betul tangguh dan bertanggung jawab atas kehidupan partai politik yang diharapkan.
- (4) Memadukan pemikiran-pemikiran politik yang berbeda, baik antara pemimpin dengan pemimpin maupun antar pemimpin dengan pengikutnya. Pemikiran pemimpin politik yang berbeda, bahkan bertentangan satu dengan yang lain akan menimbulkan terjadinya

²¹ Miriam Budiardjo. *Op.cit.* hal. 164.

perpecahan, akibatnya partai politik itu sendirilah yang pada akhirnya akan pecah pula. Dan apabila partai pecah disebabkan oleh pemikiran-pemikiran politik yang tidak bisa disatukan menandakan bahwa partai tersebut belum dapat menjalankan fungsinya di dalam pepaduan pemikiran politik.

- (5) Memperjuangkan kepentingan rakyat baik kepentingan politik, sosial, ekonomi, dan budaya. Partai politik menjalankan fungsi ini akan dengan sendirinya di tinggalkan oleh pengikutnya sehingga semakin lama gerak partai akan semakin kecil, akhirnya akan enggan untuk tetap hidup ataupun mati, mengingat bahwa kepentingan-kepentingan politik, sosial, ekonomi dan budaya sebenarnya merupakan hak-hak asasi manusia.
- (6) Mengeritik rezim yang memerintah. Partai yang tidak berani mengkritik jalannya pemerintahan diindikasikan ada dua kemungkinan yaitu partai mendapat subsidi dari pemerintah atau pemimpin partainya tidak mempunyai program, sehingga selalu ikut program partai-partai atau golongan yang sedang memerintah.

1.3. Klasifikasi Partai Politik

- Pragmatis: Partai tidak mempunyai program kegiatan yang tidak terikat pada suatu doktrin dan ideologi tertentu.
- Doktrin: Partai mempunyai program kegiatan yang terikat pada suatu doktrin dan ideologi tertentu.

- Kepentingan: Partai yang mempunyai program dan kepentingan dari pemimpinnya.

D.2. Pemilihan Umum

Pada hakekatnya pemilihan umum merupakan pengakuan dan perwujudan dari hak-hak politik rakyat dan sekaligus merupakan pendelegasian hak-hak tersebut oleh rakyat kepada wakil-wakilnya untuk menjalankan pemerintahan. Formulasi lain yang mengatakan bahwa pemilihan umum (pemilu) merupakan sarana pelaksanaan asas kedaulatan rakyat berdasarkan Pancasila (Demokrasi Pancasila) dalam Negara Republik Indonesia. Tujuannya adalah untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk dalam badan perwakilan rakyat, yang membawakan isi hati nurani rakyat.²²

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Pasal 1 (1), dikatakan bahwa: Pemilihan Umum, selanjutnya disebut pemilu, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilu yang bermutu tidak semata-mata tergantung pada hasil, tetapi juga pada proses, pada cara pencapaian hasil tersebut. Pemilu juga bisa dijadikan

²² M. Rusli Karim. *Pemilu Demokratis Kompetitif*. Tiara Wacana. Yogyakarta. 1991. Hal. 2

sebagai sarana pendidikan politik rakyat, sehingga rakyat diberikan kebebasan untuk menentukan pilihannya sendiri. Dalam Negara-negara demokrasi umumnya dianggap, bahwa lebih banyak partisipasi masyarakat dalam pemilu akan lebih baik, hal itu juga sebagai isyarat dari masyarakat yang berkeinginan melibatkan diri untuk memilih karena ingin memahami masalah-masalah politik yang ada. Secara sadar masyarakat merupakan konsumen kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, yang kemudian dampaknya akan kembali kepada kehidupan masyarakat itu sendiri.

Pemilihan umum pada hakekatnya adalah suatu kenyataan yang dilakukan oleh rakyat pemilih untuk memilih wakil-wakilnya, ataupun pejabat-pejabatnya untuk duduk dalam lembaga perwakilan rakyat yang selanjutnya disebut DPR.

Pemilu merupakan sarana demokrasi guna mewujudkan sistem pemerintahan negara yang berkedaulatan rakyat. Pemerintahan negara yang dibentuk melalui pemilu itu adalah yang berasal dari rakyat, dijalankan sesuai dengan kehendak rakyat.²³ Pemilu adalah sarana demokrasi yang penting, ia merupakan perwujudan nyata keikutsertaan rakyat dalam kehidupan kenegaraan.²⁴ Hal tersebut disebabkan oleh karena rakyat atau warga negara mempunyai hak untuk memilih dengan bebas. Maka berarti rakyat sudah ikut terlibat dalam kehidupan kenegaraan walaupun secara tidak langsung.

²³ Haryanto, *Partai Politik Suatu Tinjauan Umum*, Liberty, Yogyakarta, 1984, hal. 61.

²⁴ A. Suduharto Djiwandono dalam Haryanto, *Partai Politik Suatu Tinjauan Umum*, Liberty, Yogyakarta, 1984, hal 81.

Pemilu merupakan salah satu ciri yang melekat pada negara yang menganut paham demokrasi. Dengan demikian berarti pula bahwa pemilu merupakan sarana yang penting untuk melibatkan rakyat dalam kehidupan kenegaraan yaitu dengan jalan memilih wakil-wakilnya yang pada gilirannya akan mengendalikan jalannya roda pemerintahan.²⁵

Harris G. Warren dan kawan-kawan mengemukakan batasan mengenai pemilihan umum. Pemilu adalah merupakan kesempatan bagi para warga negara untuk memilih pejabat-pejabat pemerintah dan memutuskan apakah yang mereka inginkan untuk dikerjakan pemerintah. Dan dalam membuat keputusan itu para warga menentukan apakah yang sebenarnya mereka inginkan untuk dimiliki.²⁶

Pemilu tidak lain adalah suatu cara untuk memilih wakil-wakil rakyat dan karenanya bagi suatu negara yang menyebut dirinya sebagai negara demokrasi, pemilu itu harus dilaksanakan dalam waktu tertentu.²⁷

Pemilihan umum merupakan pranata terpenting dalam tiap negara demokrasi. Pranata ini berfungsi untuk memenuhi tiga prinsip demokrasi, kedaulatan rakyat, keabsahan pemerintahan, dan pergantian pemerintah secara teratur.

Selain dalam menilai kepribadian kandidat saat pemilihan umum, perilaku pemilihan dipengaruhi oleh jaringan sosial, seperti ikatan *primordial* dan keagamaan. Clifford Geertz melakukan penelitian tentang perilaku pemilih

²⁵ Haryanto.....op.cit hal 84.

²⁶ Haryanto.....*ibid* hal 81.

²⁷ Haryanto.....*ibid* hal 81.

Indonesia pada Pemilu tahun 1955. Penelitian itu menyimpulkan bahwa perilaku pemilihan dilatarbelakangi oleh ikatan-ikatan *primordial*. Rakyat memilih partai politik tidak berdasarkan persetujuan mereka terhadap program partai secara rasional, tetapi berdasarkan pada loyalitas dan identitas agama, daerah, dan suku. Kemudian penelitian yang sama dilakukan oleh R. William Liddle, untuk pemilu 1999. Ternyata perilaku pemilih pada pemilu 1999 tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dibanding dengan pemilu 1955. Aspek kekuatan dan kedaerahan memang berkurang, tetapi aspek loyalitas dan identitas agama masih berperan.²⁸ Dengan demikian temuan Clifford Geertz masih relevan untuk pemilihan umum hingga saat ini.

2.1. Pemilu Legislatif

Pemilu legislatif adalah pemilihan umum yang dilakukan oleh rakyat Indonesia untuk memilih wakil-wakil rakyat (DPR RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, dan DPD) yang kemudian akan membawa segala tuntutan dan membawa aspirasi rakyat di parlemen, dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

²⁸ Fatimah, Siti, 2004. "Persepsi dan Perilaku Pemilihan di Kota Bandung Menjelang Pemilu 2004" dalam *Seminar Internasional ke-5 Dinamika Politik Lokal di Indonesia Demokrasi dan Potret Pemilu di Tingkat Lokal, tanggal 14-17 Juli*, di Kampoeng Percik Salatiga, hal 1 (dalam artikel).

2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Dalam Pemilu

1. Peran Tim Sukses Dalam Mendesain Program Kampanye Politik.

Singkatnya, tujuan dibentuknya Tim Sukses adalah untuk memenangkan para kontestan yang didukungnya. Desain organisasi dari Tim Sukses yang memenangkan partai merefleksikan adanya institusionalisasi. Secara kognitif anggota Tim Sukses menyadari kekurangan partai dan calon kontestan dalam memberikan materi atau non-materi. Secara *regulatif-normatif*, berangkat dari kesadaran *kognitif* mereka menyatukan dukungan dan membuat aturan dalam bentuk manajemen kampanye.

Tim Sukses selaku tim pendukung kemenangan partai politik dan para kontestan, dalam manajemen kampanye, bertugas mendesain program kampanye politik. Kampanye politik tersebut bertolak dari pesan. Pesan yang dirancang oleh Tim yang *sensitif* dan kreatif akan menentukan kemenangan. Oleh karena itu Tim Sukses selaku perancang pesan harus memiliki kepekaan dalam mengidentifikasi karakteristik khalayaknya dan memiliki kreatifitas dalam mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran umum.

Selanjutnya Tim Sukses memberikan pesan politik kepada *intermediary actors* untuk ditransfer kepada khalayak sesuai segmen yang

telah diidentifikasi. Transfer pesan politik menurut Pipa Norris²⁹ dapat disalurkan dengan tiga metode, yaitu *people-intensive campaigns*, *broadcasting campaigns*, dan *internet campaigns*. Menurut Norris, untuk pemilihan umum ditingkat lokal, dimana sasaran kampanye tidak terlalu luas, *people-intensive campaigns* merupakan saluran yang paling efektif. Keuntungan *people-intensive campaigns* adalah mendasarkan pada komunikasi interpersonal antara kandidat dan pemilih sehingga kedekatan personal diperoleh. Selanjutnya, dalam pemberitaan media massa, kampanye *people-intensive campaigns* akan menimbulkan simpati. Dan akhirnya, kampanye dengan model ini memiliki kekuatan dalam membangun sosial dan loyalitas diantara pemilih.

Melalui *intermediary actors* Tim Sukses menyalurkan makna politis agar sampai ke benak pemilih sesuai karakter golongan pemilih. Selain itu, melalui *intermediary actors* dari berbagai golongan masyarakat, Tim Sukses dapat memperoleh berbagai isu yang berkembang di berbagai kalangan. Selanjutnya, berdasarkan informasi *intermediary actors* mengenai karakter pemilih, *image* kontestan dimasyarakat, dan berbagai isu yang berkembang di masyarakat Tim Sukses dapat menentukan metode membangun citra kontestan.

²⁹ Norris, Pipa, 2005. *Political Parties and Democracy in Theoretical and Practical Perspectives, Developments in Party Communication*, National Democratic Institute For International Affairs (NDI), USA, www.ndi.org, hal . 4.

Secara garis besar, peran Tim Sukses partai politik dan kandidat dalam menyukkseskan kemenangan Partai Golkar akan dijelaskan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

(1) Memetakan Karakteristik Pemilih.

Memetakan karakteristik pemilih adalah langkah awal untuk mengetahui siapa calon pemilih dan apa yang diinginkan pemilih. Pemetaan karakteristik pemilih dalam bingkai institusionalisme menunjukkan adanya kesepakatan bersama, norma dan nilai dalam setiap kelompok masyarakat atau segmen yang dipilih oleh Tim Sukses. Pengetahuan akan nilai, norma dan aturan dalam kelompok-kelompok inilah yang kemudian menjadi pemetaan karakteristik

Rhenald Kasali menyatakan bahwa segmentasi pemasaran politik memiliki tujuan yang identik³⁰, sebagai upaya dalam pemetaan karakteristik pemilih, yaitu:

1. Mendesain substansi tawaran kandidat secara lebih responsif terhadap segmen yang berbeda. Ini tak lain karena melakukan segmentasi berarti juga mendalami kepentingan, aspirasi, dan persoalan-persoalan politik yang menjadi perhatian setiap segmen. Substansi tawaran partai dikembangkan berdasarkan analisis

³⁰ *Ibid*, hal. 113.

mendalam segmen-segmen yang diproyeksikan menjatuhkan pilihan kepada kontestan yang dipasarkan.

2. Menganalisis preferensi pemilih. Dengan pemahaman terhadap karakter pemilih, memungkinkan pemasar memiliki kecenderungan pilihan politik setiap segmen. Secara tidak langsung, segmentasi juga berarti proses mengenal kekuatan pesaing.
3. Menemukan peluang perolehan suara. Mengetahui preferensi pilihan setiap segmen dan kekuatan pesaing akan mengantarkan pemasar, yaitu Tim Sukses, untuk menemukan suatu peluang yang dapat diraih secara lebih efektif dan efisien.
4. Menentukan strategi komunikasi yang efektif dan efisien. Agar efektif dan efisien, perlu diterapkan pendekatan komunikasi yang berbeda untuk setiap segmen.

(2) Memetakan Isu Krusial Dalam Pemilu

Dengan melakukan segmentasi pemilih, dengan sendirinya Tim Sukses menemukan banyak informasi dari arus bawah atau pemilih. Isu menjadi penting karena merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan. Isu dengan kombinasi faktor-faktor yang lain³¹ dapat

³¹ Faktor selain isu yang mempengaruhi perilaku pemilih adalah citra sosial, identifikasi partai, *emotional feeling*, candidate personality, *current issues*, *personal events* dan *epistemic issues*.

membentuk suatu citra tertentu di benak pemilih. Isu memang bukan satu-satunya faktor yang menentukan pilihan, tetapi bila tidak dikontrol, isu dapat membentuk citra kontestan yang akhirnya mengakibatkan kurangnya dukungan pemilih.

Isu politik tidak terlepas dari konteks masyarakat. Isu, yang kemudian mengarah menjadi citra, dipandang positif dan negatif berdasarkan preferensi awal pemilih.

Berdasarkan sumbernya, isu berasal dari fakta dan dari fiksi. Sedangkan objeknya, isu dapat mengenai kandidat yang bersangkutan, kandidat pesaing dan lingkungan.

(3) Metode Membangun Citra Politik Pasangan Dari Partai.

Untuk kasus Pemilu Legislatif 2009, peneliti mengasumsikan bahwa kepribadian dan citra politik kandidat adalah faktor utama yang menentukan kemenangan kandidat. Tim Sukses menjadi tim pengolah citra atas kepribadian kandidat. Dalam menentukan pilihan, pemilih memiliki sejumlah pertimbangan, yaitu citra sosial, identifikasi partai, *emotional feeling*, *candidate personality*, isu dan kebijakan politik, peristiwa mutahir dan peristiwa personal, serta faktor-faktor *epistemik*.³² Preferensi pemilih seringkali

³² *Ibid*, hal. 72

terbentuk oleh lebih dari faktor yang sama lain meneguhkan.

Kombinasinya membentuk citra bagi pemilih.

2. Peran *Intermediary Actors* dalam Kampanye Politik.

Masyarakat cenderung percaya pada *opinion leader* karena *opinion leader* pada dasarnya berpihak pada kepentingan rakyat. *Opinion leader* menyuarkan aspirasi rakyat. Ketika *opinion leader* menggali dan menyampaikan aspirasi rakyat pada Tim Sukses, perannya sebagai *intermediary actors* dimulai. Peran *intermediary actors* dalam kampanye politik adalah sebagai pelaksana teknis, antara lain 1. Menggali aspirasi rakyat pemilih, 2. Menyampaikan aspirasi untuk kemudian ditampung dan direspon Tim Sukses ke dalam produk politik berupa visi, misi dan platform, dan terakhir, 3. Mentransfer produk politik kepada pemilih.

1) Menggali Aspirasi Pemilih.

Dalam pemilu apapun baik Pemilihan Presiden, Pemilihan Legislatif, dan Pemilihan Kepala Daerah terjadi proses tawar menawar dan tukar menukar kepentingan. Rakyat memilih suatu calon dengan harapan terpenuhinya kebutuhan (aspirasi) oleh kontestan yang didukungnya. Sementara, kontestan menawarkan ‘janji politik’ dengan mengharapkan suara dari pemilih.

Seperti juga pemilih yang memiliki kepentingan terhadap pencalonan anggota-anggota Dewan Perwakilan Rakyat, *intermediary*

actors juga memiliki harapan atau kepentingan. Bagaimanapun *intermediary actors* juga merupakan bagian dari pemilih. *Intermediary actors* memiliki kepentingan sehingga ia rela menjadi ‘mesin politik’.

Kepentingan *intermediary actors* dapat berupa perolehan imbalan berupa materi dari kandidat, harapan akan perolehan kedudukan di masa yang akan datang, harapan tercapainya kepentingan pribadi, bahkan harapan mulai tercapainya suasana politik yang damai.

2) Menyampaikan Aspirasi Pemilih.

Setelah aspirasi dari pemilih diperoleh, *intermediary actors* menyampaikan kepada Tim Sukses. Penyampaian informasi kepada Tim Sukses menggambarkan institusionalisme pada *level regulatif-normatif* dan *kognitif*. *Level regulatif* dan *normatif* merujuk pada mekanisme penyampaian aspirasi. Sedangkan *level kognitif* nampak pada bagaimana Tim Sukses memahami aspirasi pemilih.

3) Sebagai pelaksana teknis kampanye politik, *intermediary actors* berperan menyampaikan pesan politik kepada pemilih. Dengan potensi dari sisi pengaruh dan kredibilitas di mata pemilih, *intermediary actors* memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pilihan pemilih. Terdapat berbagai metode dalam mentransfer produk politik pada pemilih. Tiap-tiap *intermediary actors* memilih metode yang sesuai dengan segmen

yang digarapnya. Seorang *intermediary actors* mengerti benar apa yang diinginkan pemilih dan bagaimana cara mempengaruhi pemilih.

D.3. Strategi Pemenangan

3.1. Teori Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*Strategos*” (Srtos: militer dan pemimpin), yang berarti “*generalship*“ atau sesuatu yang dikerjakan oleh para Jenderal perang. Strategi pada awalnya muncul pada dunia militer. ‘*a general set of maneuvers carried out to overcome a enemy dwing combat*’.³³

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia pengertian mengenai strategi dijelaskan dalam hal: 1. Ilmu+Siasat Perang; Ilmu Siasat Perang, Akal atau Tipu Muslihat untuk mencapai suatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan.³⁴

Menurut Chrisiense, strategi adalah:

“ Pola-pola berbagi tujuan serta kebijaksanaan dasar dalam rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan oleh perusahaan baik sekarang maupun akan datang “³⁵

Jadi, dengan definisi strategi seperti diatas, maka pada dasarnya setiap organisasi memiliki strategi, karena tentu saja untuk mewujudkan tujuan-tujuan organisasi harus punya rencana kegiatan. Dalam suatu organisasi, jika strategi dipandang dapat memberikan suatu kontribusi yang nyata dan dapat memajukan

³³ Bryson J. M., *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar. 1999. Hal. xvi

³⁴ Kurnia Nurhayati. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Eksa Media Press. Jakarta. 2005. Hal. 744.

³⁵ Chrisiense C. Ronald dan R. A. Supriyono. *Strategi Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta. 1986. Hal. 9

organisasi, perlu dipertahankan keadaannya. Sedangkan strategi yang tidak membawa kontribusi dan kemajuan bagi organisasi, perlu dievaluasi kembali.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa strategi bagi suatu organisasi merupakan alat untuk meraih tujuan. Sementara itu dalam konsep sistem, organisasi terdiri dari sub-sub sistem yang lebih kecil, yang masing-masing mempunyai tujuan yang tentunya masing-masing memerlukan strategi dalam pencapaiannya.

Gmek menyatakan bahwa Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Robert M. Grant mengemukakan, bahwa strategi dapat dirumuskan sebagai memadukan tema pokok yang memberikan koherensi serta arah tindakan dan keputusan suatu organisasi. Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mengeksploitasi kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Sedangkan kompetensi inti merupakan sumber daya dan kemampuan yang telah ditentukan sebagai sumber keunggulan bersaing bagi perusahaan terhadap pesaingnya.

3.2. Strategi Pemenangan

Strategi Pemenangan merupakan upaya-upaya dan aksi-aksi nyata yang dilakukan oleh partai politik untuk memenangkan pemilu.

Guna mencapai tujuan jangka panjang dan antara, partai politik membutuhkan strategi yang bersifat jangka panjang maupun jangka menengah. Strategi partai dapat dibedakan dalam beberapa hal³⁶:

- 1) Strategi yang terkait dengan penggalangan dan mobilisasi massa dalam pembentukan opini publik ataupun selama periode pemilihan umum. Strategi ini penting dilakukan untuk memenangkan perolehan suara yang mendukung kemenangan suatu parpol ataupun kandidat yang diusungnya.
- 2) Strategi partai politik untuk berkoalisi dengan partai lain. Cara ini dimungkinkan sejauh partai yang akan diajak berkoalisi itu konsisten dengan ideologi partai politik yang mengajak berkoalisi dan tidak hanya mengejar tujuan praktis, yaitu memenangkan pemilu. Pemilihan partai yang diajak berkoalisi perlu mempertimbangkan *image* yang akan ditangkap oleh masyarakat luas.
- 3) Strategi partai politik dalam mengembangkan dan membudayakan organisasi partai politik secara keseluruhan, mulai dari strategi, penggalangan dana, pemberdayaan anggota dan kaderisasi, penyempurnaan mekanisme pemilihan anggota serta pemimpin partai, dan sebagainya.
- 4) Partai politik membutuhkan strategi umum untuk bisa terus menerus menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, seperti Peraturan Pemerintah, LSM, Pers, dan Media serta kecenderungan-kecenderungan di level global.

³⁶ Firmansyah, 2008; Mengelola Partai Politik: *Komunikasi dan Positioning Ideology Politik di Era Reformasi*, Yayasan Obor, Jakarta, hal: 109-110.

Strategi diatas adalah strategi mencapai sebuah tujuan partai politik yang telah ditetapkan, ideologi adalah sebagai arah penjabaran gerak organisasi termasuk strategi.

3.3. Strategi Jangka Panjang

Strategi jangka panjang ini adalah strategi yang dilakukan oleh partai politik secara terus-menerus, dari tahun ke tahun, dengan agenda program yang telah ditetapkan partai politik melalui mekanisme internal partai, yaitu, kampanye politik.

3.3.1. Kampanye Politik

Kampanye politik terkait erat dengan pembentukan *image* politik. Dalam kampanye politik terdapat dua hubungan yang akan dibangun, yaitu eksternal dan internal. Hubungan internal adalah suatu proses antar anggota-anggota partai dengan pendukung untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka. Sementara hubungan eksternal dilakukan untuk mengkomunikasikan *image* yang akan dibangun ke pihak luar partai, termasuk media-massa dan masyarakat secara luas. Karena *image* politik perlu didukung oleh konsistensi aktivitas politik jangka panjang, kampanye politik pun harus dilakukan secara permanen dan tidak terbatas pada waktu menjelang pemilu saja.³⁷ Penguatan yang dilakukan di internal dan eksternal partai sangat penting untuk menjaga stabilitas strategi pemenangan pada saat pemilu.

Menurut O'Shaughnessy melalui konsep kampanye permanen, *marketing* politik menjadi suatu konsep pengelolaan strategi dan aktivitas politik

³⁷ Lihat Lock dan Harris dalam Firmansyah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan Obor, Jakarta, 2008, hal 275.

yang terkait dengan kebijakan dan program kerja politik suatu partai. **Lilleker dan Negrine** juga mengemukakan bahwa kampanye politik (strategi jangka panjang) adalah periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan memengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan.

Untuk dapat melakukan strategi jangka panjang, partai politik harus menunjukkan sikap peduli terhadap permasalahan-permasalahan yang tengah dihadapi oleh masyarakat. Menunjukkan sikap peduli tidak sebatas retorika politik saja, namun melalui perilaku masing-masing politikus yang akan lebih dievaluasi publik.³⁸ Sikap peduli tersebut bisa diwujudkan dengan, misalnya pemberian asuransi, silaturahmi ke konstituen, serta responsif terhadap dinamika sosial yang ada dalam bidang sosial, dan keagamaan. Pembentukan *Image* seperti di atas akan tidak mudah hilang dari ingatan masyarakat.

3.4. Strategi Jangka Pendek

Strategi jangka pendek biasanya dilakukan oleh partai politik dalam periode jangka waktu menjelang pemilu. Strategi ini berbeda dengan strategi jangka panjang, strategi jangka pendek ini lebih memerlukan mobilisasi massa yang cepat dan berburu pendukung. Dan juga strategi jangka pendek ini cenderung mengikuti aturan formal dari pelaksana pemilu.

³⁸ Firmansyah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan Obor, Jakarta, 2008, hal 280.

3.4.1 Kampanye Pemilu

Kampanye pemilu adalah bagian terkecil dari kampanye politik. Kampanye pemilu merupakan aktivitas politik yang bertujuan menggiring pemilih ke tempat-tempat pencoblosan.³⁹ Kampanye jangka pendek ini dicirikan dengan tingginya biaya yang harus dikeluarkan oleh masing-masing kontestan. Yang terpenting dari kampanye pemilu adalah dapat menyegarkan dan menguatkan ingatan masyarakat mengenai apa-apa yang telah dilakukan oleh partai politik. Kampanye jangka pendek mempunyai keterbatasan, Menurut **Gelman** dan **King** menemukan bahwa preferensi pemilih akan kandidat tertentu sudah terbentuk jauh hari sebelum kampanye pemilu dimulai. Preferensi pemilih tidak dapat dibentuk hanya dengan kampanye yang bersifat jangka pendek. Kampanye jangka pendek menjelang pemilu harus didukung oleh kampanye politik yang terus menerus dilakukan.⁴⁰ Kampanye berusaha membentuk tingkah laku kolektif (*collective behavior*) agar masyarakat lebih mudah digerakkan untuk mencapai suatu tujuan (memenangkan pemilu).⁴¹ Kampanye jangka pendek misalnya, partai politik mengakomodasi proses pencalonan, melakukan tahap pengenalan, tahap pengkondisian, tahap konstituen, tahap *election*, serta tahap pengabdian.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Pasal 76 dikatakan: Kampanye

³⁹ Firmansyah, *log., cit.*

⁴⁰ Firmansyah, *ibid.*, hal. 278.

⁴¹ Rismanda Imawan. *Membedah Politik Orde Baru*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 1997. Hal. 143

Pemilu dilakukan dengan prinsip bertanggung jawab dan merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat.

Dilanjutkan dengan Pasal 77 :

1. Kampanye Pemilu dilaksanakan oleh pelaksana kampanye.
2. Kampanye Pemilu diikuti oleh peserta kampanye.
3. Kampanye Pemilu didukung oleh petugas kampanye.

Pasal 78 :

1. Pelaksanaan kampanye Pemilu anggota DPR, DPRD, provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota terdiri atas pengurus partai politik, calon anggota DPR, DPRD provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, juru kampanye, orang seorang, dan organisasi yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota.
2. Peserta Kampanye terdiri atas anggota DPD terdiri atas calon anggota DPD, orang-seorang, dan organisasi yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu anggota DPD.
3. Petugas kampanye terdiri atas seluruh petugas yang memfasilitasi pelaksanaan kampanye.

Selanjutnya dijelaskan dalam Pasal 79, Pasal 80 (materi kampanye), Pasal 81 (Metode kampanye), dan seterusnya.

Dalam Pasal 84 tentang larangan kampanye:

(1) Pelaksana, peserta, dan petugas kampanye dilarang:

- a. Mempersoalkan dasar Negara Pancasila, Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- b. Melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- c. Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
- d. Menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;
- e. Mengganggu ketertiban umum;
- f. Mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
- g. Merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye Peserta Pemilu;
- h. Menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan;
- i. Membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut lain selain dari tanda gambar dan/atau atribut Peserta Pemilu yang bersangkutan; dan

j. Menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta kampanye.

(2) Pelaksana kampanye dalam kegiatan kampanye dilarang mengikutsertakan:

- a. Ketua, Wakil Ketua, ketua muda, hakim agung pada Mahkamah Agung, dan hakim pada semua badan peradilan di bawah Mahkamah Agung, dan hakim konstitusi pada Mahkamah Konstitusi;
- b. Ketua, Wakil Ketua, dan anggota badan Pemeriksa Keuangan;
- c. Gubernur, Deputy Gubernur Senior, dan Deputy Gubernur Bank Indonesia;
- d. Pejabat badan usaha milik Negara/badan usaha milik daerah;
- e. Pegawai negeri sipil;
- f. Anggota TNI dan Kepolisian Negara Republik Indonesia;
- g. Kepala Desa;
- h. Perangkat Desa;
- i. Anggota badan permusyawaratan desa; dan
- j. Warga Negara Indonesia yang tidak memiliki hak memilih.

Dalam kampanye kontemporer, pesan yang dikomunikasikan membangkitkan proses kolektif pendefinisian dan penginterpretasikan yang digunakan oleh pemberi suara untuk menemukan makna pada kandidat, partai dan

isu yang bersaing. Meskipun dipakai dan dikonsumsi luar biasa tingginya, pemasokan imbauan kampanye harus tampak seperti tak ada habisnya.⁴²

Tabel 1.3

Kampanye Pemilu dan Kampanye Politik

	Kampanye Pemilu	Kampanye Politik
Jangka dan Batas Waktu	Periodik dan tertentu	Jangka panjang dan terus-menerus
Tujuan	Menggiring pemilih ke bilik suara	<i>Image</i> politik
Strategi	Mobilisasi dan berburu pendukung Push-Marketing	Membangun dan membentuk reputasi politik Pull-Marketing
Komunikasi Politik	Satu arah dan penekanan kepada janji dan harapan politik kalau menang pemilu	Interaksi dan mencari pemahaman beserta solusi yang dihadapi masyarakat
Sifat hubungan antar kandidat dan pemilih	Pragmatis/transaksi	Hubungan relasional
Produk politik	Janji dan harapan politik Figur kandidat dan program kerja	Pengungkapan masalah dan solusi Ideologi dan sistem nilai yang melandasi tujuan partai
Sifat program kerja	Market-oriented dan berubah-ubah dari pemilu satu ke pemilu lainnya	Konsisten dengan sistem nilai partai
Retensi memori kolektif	Cenderung mudah hilang	Tidak mudah hilang dalam ingatan kolektif
Sifat kampanye	Jelas, terukur dan dapat dirasakan langsung aktivitas fisiknya	Bersifat laten, bersikap kritis dan bersifat menarik simpati masyarakat

Sumber: Firmansyah (2008).

Kampanye tidak dapat dilakukan tanpa interaksi dengan masyarakat. Ketika partai politik memiliki komitmen untuk melakukan kampanye, seharusnya

⁴² Dan Nimmo. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. PT Remaja Roesda Karya. Bandung. 2000. Hal. 190

kampanye tersebut tidak hanya pada saat menjelang pemilu, karena dalam interaksi terdapat proses saling tukar-menukar informasi dari dan ke partai politik. Proses interaksi ini tidak hanya berarti absorpsi partai politik atas informasi yang menyangkut kondisi dan situasi masyarakat, melainkan juga berarti bahwa masyarakat menerima semua informasi yang diberikan partai politik.

Pelaksanaan kampanye pemilu memerlukan penggunaan rencana kampanye dan konsep kampanye total. Yang penting dalam persiapan kampanye yang seksama ialah perumusan ide kampanye. Untuk melaksanakan ide kampanye harus ada maksud ide yang melandasinya, yaitu harus ada informasi awal dari organisasi kampanye, terdiri dari politikus yang berpengalaman (baik pejabat pemerintah maupun pemimpin partai), juru kampanye profesional (termasuk segala jenis personel dari manajer kampanye dan konsultan sampai spesialis dalam polling opini publik), merencanakan pesan iklan, mengumpulkan dana, membuat iklan televisi, menulis pidato dan melatih kandidat dalam penampilan di depan umum dan sukarelawan dari warga Negara.⁴³

3.5 Pemasaran Politik

Penggunaan metode *marketing* dalam bidang politik dikenal sebagai *marketing* politik (*political marketing*). Metode dan pendekatan yang terdapat dalam ilmu *marketing* dapat membantu institusi politik untuk membawa produk politik kepada konstituen dan masyarakat secara luas. Institusi politik dapat

⁴³ Dan Nimmo. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. PT Remaja Roesda Karya. Bandung. 2000. Hal. 219

menggunakan metode *marketing* dalam penyusunan produk politik, distribusi produk politik kepada publik dan meyakinkan bahwa produk politiknya lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.

Dalam *marketing* politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing untuk membantu politikus dan partai politik agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat. Hubungan ini diartikan secara luas, dari kontak fisik selama periode kampanye sampai dengan komunikasi tidak langsung melalui pemberitaan di media massa.⁴⁴

Persaingan yang sehat merupakan fenomena yang tidak dapat dihindarkan dalam iklim demokrasi. Untuk dapat memegang kekuasaan, partai politik atau seorang kandidat harus memenangkan pemilihan umum dengan perolehan suara terbanyak diantara kontestan-kontestan lainnya. Dengan kondisi persaingan ini, masing-masing kontestan membutuhkan cara dan metode yang tepat untuk bisa memenangkan persaingan. Di tengah-tengah era demokratisasi dan kapitalisme, strategi-strategi *marketing* merupakan cara yang tepat untuk memenagkan pemilu.

Marketing politik merupakan aktivitas yang dilakukan oleh partai politik dan kontestan individu dalam merancang isu-isu yang akan dilempar ke masyarakat, mengkomunikasikan solusi yang hendak diterapkan ketika berkuasa, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap partai dan individu yang berkuasa. Dengan demikian, menjadi jelas bahwa marketing politik dalam hal ini membuat

⁴⁴ Firmansyah, *Loc., cit.*

masyarakat tidak buta informasi terhadap partai politik dan individu sebagai kontestan pada pemilihan umum.

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah usaha untuk menjelaskan mengenai pembatasan pengertian mengenai konsep yang satu dengan yang lainnya agar tidak terjadi kesalahpahaman. Digunakan konsep ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang hendak diteliti. Konsep ini juga digunakan untuk menggambarkan secara abstrak tentang kejadian, keadaan kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian dalam ilmu sosial.⁴⁵

Adapun definisi konseptual yang digunakan adalah:

1. Partai Politik adalah suatu kelompok yang terorganisir serta anggotanya memiliki orientasi, nilai-nilai, ideologi, tujuan dan cita-cita yang sama. Yang mana kelompok ini berusaha untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kekuasaan atau kedudukan yang biasanya dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijakan mereka dalam sistem politik yang ada.
2. Pemilu Legislatif adalah pemilihan umum yang dilakukan oleh rakyat Indonesia untuk memilih wakil-wakil rakyat (DPR RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, dan DPD) dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik

⁴⁵ Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 1992, hal.34.

Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

3. Strategi Pemenangan merupakan upaya-upaya dan aksi-aksi nyata yang dilakukan oleh partai politik dengan tujuan untuk memenangkan pemilu. Strategi Pemenangan yang dipakai oleh peneliti adalah Strategi Jangka Panjang dan Strategi Jangka Pendek yang dilakukan oleh partai politik pada saat pemilihan umum.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif **Menurut Winarno Surachmad adalah:**

“penelitian deskriptif merupakan istilah yang umum yang mencakup beberapa teknik deskriptif, diantaranya penelitian yang menuturkan, mengklasifikasikan, menggambarkan, dan menganalisa data serta untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada saat sekarang ini dengan menggunakan teknik interview, questioner, dan dokumentasi”.⁴⁶

Dengan demikian jenis penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menerangkan, menggambarkan, menuturkan dan menjelaskan serangkaian peristiwa atau fenomena yang terjadi di lapangan.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Gorontalo yang pada tanggal 9 April 2009 telah melaksanakan Pemilihan Legislatif, dan Partai Golkar menjadi partai pemenang dalam pemilu tersebut. Dengan kemenangan itu diharapkan

⁴⁶ Winarno Surachmad, *Dasar dan Teknik Research Pengetahuan Metode Ilmiah*, Tarsito, Bandung, 1989, hal. 13.

Partai Golkar mampu mengemban, melaksanakan, dan menjalankan amanat dan aspirasi rakyat, dan yang terpenting para wakil-wakil yang terpilih mampu membangun Kota Gorontalo ke arah yang lebih baik.

3. Unit Analisis

Untuk mengetahui informasi tentang kemenangan Partai Golkar pada pemilu legislatif 2009 di Kota Gorontalo, sebagai pelengkap dalam penyusunan skripsi, maka peneliti memfokuskan analisisnya pada:

- DPD II Partai Golkar Kota Gorontalo
- KPUD Kota Gorontalo
- Ketua Tim Sukses dan Ketua Bapillu dari Partai Golkar

4. Jenis Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1) Sumber Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dari keterangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, keterangan ini diperoleh dari Anggota KPUD, Ketua Tim Sukses dan Ketua Bapillu.

2) Sumber Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, peraturan perundang-undangan yang dapat digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mendukung data penelitian tersebut.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan ialah:

a. Dokumentasi

Untuk menambah lengkapnya data yang diperlukan validasi data, maka diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada, catatan-catatan, arsip-arsip, dan risalah-risalah yang dimiliki oleh KPUD, Ketua Tim Sukses, dan Ketua Bapillu, sehingga dapat dimanfaatkan untuk memperoleh data. Teknik ini dipergunakan karena dalam pengumpulan data peneliti ingin mempelajari dokumen-dokumen, peraturan-peraturan, dan sebagainya terutama yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

b. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mengetahui secara langsung berbagai pandangan, opini dan penilaian khusus dari anggota dan pengurus Partai Golkar tentang strategi yang digunakan berkaitan dengan kemenangan Partai Golkar pada pemilu legislatif 2009. Teknik wawancara ini dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan informasi yang lebih jelas dan mendalam tentang beberapa aspek yang berkaitan dengan masalah ini, terutama pada responden yang mempunyai peran kunci (*Key Person*) dalam masalah Strategi Pemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2009. Seperti Ketua Tim Sukses dan Ketua Bapillu.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan dari uraian dasar sehingga dapat

ditemukan tema dan dapat di rumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan data.⁴⁷

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah tahap yang paling penting dan menentukan. Pada tahap ini dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan yang diteliti.

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk mengolah data-data kualitatif yang diperoleh yaitu data yang berbentuk kata, kalimat skema dan gambar, serta membuat penyadaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat-sifat populasi tertentu, sehingga analisis tersebut berdasar pada kemampuan nalar peneliti dalam menghubungkan fakta, data dan informasi yang ada.

⁴⁷ Lexi J. Moloeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya. Bandung. 1996. Hal. 103