

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa reformasi ini terlihat sejumlah kemajuan dalam sistem politik. Diantaranya adalah sistem pemilihan umum (pemilu) dan sistem kepartaian. Jika pada masa orba, pemilu legislatif Lembaga Pemerintahan Umum (Pemerintah), kini oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang independen. Jika sebelumnya presiden dipilih oleh legislatif, kini oleh rakyat. Jika sebelumnya kepala daerah ditunjuk, kemudian dipilih oleh DPRD (UU No 22/1999) kini oleh rakyat (UU No 32/2004). Tentu saja hal ini bukan kali pertama dalam sejarah. Pada tahun 1955 kita pernah melaksanakan pemilu yang paling demokratis dan lahirnya 36 Parnpol setelah maklumat Pemerintah, 3/11/45.

Hal ini menunjukkan sebuah perjalanan demokrasi di Indonesia yang mulai mengarah kepada keterlibatan rakyat secara langsung dalam menentukan hal-hal yang bersifat terbuka untuk kepentingan publik. Pemilu adalah sebuah wadah demokratis bagi rakyat untuk menyampaikan aspirasi politiknya untuk memilih pemimpin yang mampu mengangkat harkat dan martabat mereka secara ekonomi, politik dan sosial budaya. Namun bisa juga pemilu bermakna sebagai alat bagi penguasa untuk meremajakan kekuasaannya dengan cara yang paling legitimate.

Sejak lengsernya Soeharto pada Tahun 1998, sistem politik di negeri ini bergerak ke arah yang lebih Demokratis yang melibatkan lebih banyak rakyat yang berpolitik, setidaknya dalam proses pembentukan sebuah pemerintahan perwakilan (*representatif government*), terlepas dari adanya indikasi bahwa hal ini tak lebih dari sekedar euforia politik. Kemunculan banyak parpol bak cendawan di musim hujan justru membuat rakyat semakin bingung lantas kemudian bersikap apatis terhadap realitas politik. Jadilah parpol tak ubahnya seperti iklan produk kebutuhan rumah tangga, yang terkadang dipilih bukan karena kualitas tapi, karena brand dan sesering apa muncul di media massa. Seperti kata iklan rokok A Mild, Makin banyak pilihannya makin bingung milihnya.

Partai politik tidak lagi mutlak soal ideology dan visi-misi. Banyaknya parpol yang muncul berdampak pada hilangnya karakter dan pembeda yang menjadi tanda latar belakang dan platform yang diusung. Wilayah-wilayah yang dahulunya tabu untuk diperbincangkan dan dilakukan, menjadi biasa. Semua menjadi mungkin, termasuk menerapkan strategi pemasaran dalam meraih dukungan dan mendapatkan suara sebanyak-banyaknya. Diperkirakan, sampai beberapa kali pemilu ke depan, di Indonesia akan senantiasa diikuti oleh banyak kontestan partai politik. Dalam kondisi seperti itu, para pemilih tak akan mampu mengingat begitu banyak nama partai, proses awal terpenting sebelum pemilih menentukan pilihannya. Konon lagi untuk mengetahui program-program utama dan nama-nama para kandidat yang ditawarkan suatu

partai. Dengan demikian, mayoritas partai-partai yang ikut pemilu itu akan sulit dikenal pemilih, apalagi membedakan dengan partai lain (Nursal, 2004).

Kondisi ekonomi yang tak kunjung membaik ditambah dengan kekecewaan yang begitu mendalam terhadap harapan dan keinginan yang pernah tertanam lewat calon mereka yang ketika terpilih namun dengan mudahnya melupakan janji-janji terhadap perbaikan kesejahteraan masyarakat. Menimbulkan sikap skeptis dan apatis masyarakat terhadap politik. Masyarakat tidak melihat arti penting berpolitik, bagi mereka politik tak lebih dari sekedar perebutan kekuasaan yang sama sekali tidak ada untungnya buat mereka.

Secara legal formal untuk mendapat tiket ke arena pemilu, sebagian partai sebenarnya sudah dihadang oleh tantangan serius. Undang-undang tentang partai politik menghendaki partai-partai yang berbasis kuat saja yang lolos ujian kualifikasi sebagai partai politik yang dapat mengikuti Pemilu. Persyaratan yang harus dipenuhi akan mempersulit partai-partai untuk diakui sebagai parpol yang berhak untuk ikut Pemilu. Salah satu syarat yang memberatkan itu, misalnya tentang keharusan memiliki sejumlah cabang partai pada tingkat Provinsi dan Kabupaten.

Permasalahan di atas tentu saja menuntut Partai politik untuk bekerja keras, memanfaatkan ruang-ruang dan celah-celah dalam membangun strategi di atas kondisi yang tidak lagi mudah. Partai politik harus mampu membangun *positioning* (menempatkan seorang kandidat atau partai politik dalam pikiran pemilih), sehingga memberikan nilai khas dibanding partai lain.

Pendirian Partai HANURA dirintis oleh Wiranto bersama tokoh-tokoh nasional yang menggelar pertemuan di Jakarta pada tanggal 13-14 November 2006. Forum tersebut melahirkan delapan kesepakatan penting sebagai berikut:

1. Dengan memperhatikan kondisi lingkungan global, regional, dan nasional, serta kinerja pemerintahan RI selama ini, mengisyaratkan bahwa sejatinya Indonesia belum berhasil mewujudkan apa yang diamanatkan UUD 1945.
2. Memperhatikan kinerja pemerintahan sekarang ini maka kemungkinan tiga tahun yang akan datang akan sulit diharapkan adanya perubahan yang cukup signifikan, menyangkut perbaikan nasib bangsa.
3. Oleh sebab itu perjuangan untuk mewujudkan terjadinya sirkulasi kepemimpinan nasional dan pemerintahan bukan lagi untuk memenuhi ambisi perorangan atau kelompok, namun merupakan perjuangan bersama untuk menyelamatkan masa depan bangsa.
4. Perjuangan itu membutuhkan keberanian untuk menyusun strategi jangka panjang pada keseluruhan tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara guna mengembalikan kemandirian dan kebanggaan kita sebagai bangsa.
5. Untuk itu diperlukan kepemimpinan yang jujur, bijak, dan berani yang dapat menggalang persatuan, kebersamaan, dan keikhlasan, sebagaimana dahulu para pendahulu kita 'berhimpun bersama sebagai bangsa untuk mencapai kemerdekaan'. Sekarang saatnya kita berhimpun kembali sebagai bangsa guna menyelamatkan negeri kita.
6. Kita kembangkan semangat perjuangan, 'Semua untuk satu, satu untuk semua'. Artinya, semua harus memberikan yang terbaik untuk satu tujuan bersama, yakni membentuk pemerintahan yang jujur dan berkualitas. Selanjutnya, pemerintahan itu benar-benar akan bekerja semata-mata untuk kepentingan rakyat Indonesia.
7. Perjuangan itu akan kita wadah dalam sebuah partai politik.
8. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberkati dan melindungi perjuangan yang tulus dan ikhlas ini demi masa depan Indonesia yang kita cintai bersama.

Delapan kesepakatan itu kemudian ditindaklanjuti dalam wadah partai politik bernama Partai Hati Nurani Rakyat, disingkat Partai HANURA. Pendeklarasian partai ini diselenggarakan pada tanggal 21 Desember 2006 di Jakarta.

Komposisi dewan pendiri Partai HANURA di antaranya adalah: Jend. TNI (Purn) Wiranto, Yus Usman Sumanegara, Dr. Fuad Bawazier, Dr. Tuti Alawiyah AS., Jend. TNI (Purn) Fachrul Razi, Laks TNI (Purn) Bernard Kent Sondakh, Prof. Dr. Achmad Sutarmadi, Prof. Dr. Max Wullur, Prof. Dr. Azzam Sam Yasin, Jend. TNI (Purn) Subagyo HS., Jend. Pol (Purn) Chaeruddin Ismail, Samuel Koto, Letjen. TNI (Purn) Suaidi Marasabessy, Marsdya TNI (Purn) Budhy Santoso, Djafar Badjeber, Uga Usman Wiranto, Letjen. TNI (Purn) Ary Mardjono, Elza Syarief, Nicolaus Daryanto, Anwar Fuadi, Dr. Teguh Samudra dan lain-lain (AD-ART Partai Hanura).

Kampanye pemilu nampaknya mempunyai andil yang cukup berarti terhadap sikap politik pemilih dalam menentukan pilihannya, terutama pada partai yang tergolong baru seperti halnya Partai Hanura. Walaupun kampanye dilakukan dalam kurun waktu terbatas, tetapi mempunyai pengaruh terhadap perilaku memilih warga masyarakat dan aparatur birokrasi. Namun demikian, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku seseorang, yaitu adanya informasi politik. Walaupun informasi politik dapat diperoleh melalui media massa, radio televisi, namun perubahan intensitas informasi politik menjadi lebih banyak pada saat kampanye menjelang pemilihan umum (Purwoko dan Dwipayana, 1998). menyatakan bahwa bagi mereka yang sejak lama mempunyai tingkat kemantapan yang tinggi terhadap parpol tertentu, kampanye membuat mereka semakin yakin dan pasti dengan pilihan politiknya.

Partai Hanura mengangkat isu sentral tentang kemiskinan dalam kampanye Pemilihan Legislatif (Pileg) dan Pemilihan Presiden (Pilpres) 2009. Penggunaan isu kemiskinan karena Hanura sendiri merasa partainya muncul dari rasa keprihatinan terhadap kondisi rakyat. Sementara itu, dalam strategi kampanyenya, berdasarkan pemahaman bersama seluruh pengurus Hanura, iklan kampanye akan dibuat secara terpusat. Selain itu, ada strategi dan kontrol oleh pusat sedangkan daerah menyesuaikan diri sesuai dengan kondisi masing-masing daerah. Hanura juga mengeluarkan kebijakan untuk memberi kesempatan bagi setiap kader atau caleg yang memperoleh suara 15 persen untuk menjadi calon terpilih.

Strategi kampanye yang menggunakan isu kemiskinan ini dilandasi oleh pemikiran bahwa sebuah negara dianggap berhasil apabila mampu membuka lapangan pekerjaan dan menurunkan jumlah rakyat miskin. Selain itu, Partai Hanura juga merasa bahwa sebagai bangsa yang telah merdeka lebih dari setengah abad, ternyata jumlah rakyat miskin masih saja sangat besar dan tidak terlalu berubah dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, Partai Hanura tidak menyerang siapa pun atau pemerintah mana pun, namun perlu melakukan penyadaran dan ajakan untuk bersama-sama lebih bersungguhsungguh menangani kemiskinan di negeri ini.

Isu inipun diangkat dalam kampanye Partai Hanura di Kabupaten Natuna. Isu kemiskinan menjadi tema utama dalam setiap kampanye oleh calon anggota legislatif ataupun kader Partai Hanura dengan cara sosialisasi secara individual, melalui rapat kerja partai, ataupun melalui pengumpulan

massa Partai Hanura. Namun demikian, sebagai partai baru, Partai Hanura memiliki banyak keterbatasan untuk melakukan kampanye di tingkat kabupaten, khususnya di Kabupaten Natuna. Keterbatasan tersebut terutama adalah dalam hal pengenalan partai termasuk visi dan misi serta rencana aksi ke depan yang harus dijalankan oleh partai Hanura, khususnya di Kabupaten Natuna. Belum lagi dengan kemampuan elit lokal dalam mengarahkan pilihan politik masyarakat kepada partai Hanura.

B. Rumusan Masalah

Dilihat dari penjelasan latar belakang tersebut maka yang menjadi rumusan masalah adalah *“Bagaimana strategi kampanye Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA) di Kabupaten Natuna dalam pemilu legislatif 2009?”*

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kampanye Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA) di Kabupaten Natuna dalam pemilu legislatif 2009.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Secara Teoritis

Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang partai politik, khususnya DPC HANURA Kabupaten Natuna dalam menerapkan

strategi kampanye untuk mendapatkan perolehan kursi Legislatif pada pemilu 2009.

2. Secara Praktis

Dapat memberikan masukan bagi Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA) DPC Kabupaten Natuna akan strategi kampanye bagi yang diimplementasikan Partai Hati Nurani Rakyat bagi perolehan Kursi Legislatif di pemilu legislatif 2009 ini. Sehingga dapat menjadi refleksi dan korektif dalam menentukan strategi kampanye pemilu-pemilu mendatang.

E. Kerangka Dasar Teori

Kerangka dasar teori diharapkan menjadi sebuah acuan secara konsep yang nantinya dapat digunakan dalam melihat dan menganalisis dengan sebuah permasalahan. Kerangka teori juga dapat menjadi bahan komparasi akan konsep yang ada dengan sebuah kondisi riil yang nantinya selain juga untuk menganalisis suatu permasalahan, akan tetapi juga mencari suatu keidealan dan melahirkan konsep yang lebih matang dan baik. Adapun kerangka teori pada permasalahan ini adalah:

1. Strategi

Ada keteraturan dalam ketidakteraturan. Begitu kata ahli matematika dan fisika. Ada pula yang sama pada suatu struktur dalam skalanya yang kecil ataupun besar. Juga masih kata matematikawan dan fisikawan teori. Pun dalam sejarah. Ada pula dalam ragam peristiwa

sepanjang ingatan manusia yang tampaknya acak itu. Pola itulah yang kemudian membentuk hukum-hukum sejarah. Sejarah digali agar bisa berulang, dan pula agar tidak lagi pernah terjadi. Dalam kehidupan politik bangsa kita, segalanya jadi tidak sama lagi sejak Reformasi Mei 1998. Terutama setelah orang-orang bisa relatif sangat bebas mendirikan partai.

Tahun ini merupakan tahun persiapan menuju pemilu 2009, masa krusial pembentukan citra partai, politisi dan kandidat. Tahun ini akan menjadi musim semi kebijakan populis yang menjadi instrument untuk melakukan incumbent. Akan tetapi, kebijakan populis tersebut akan menuntut biaya tinggi, sedangkan dana tidak tersedia secara leluasa.

Memori pemilih di Indonesia cenderung pendek, sehingga dua tahun menjelang pemilu bagi pemerintah dan partai politik merupakan fase paling krusial. Aktivitas oposisi akan meningkat dan menjadi tren karena dipandang strategis untuk mengumpulkan modal politik bagi pemilu 2009. Politisi akan kembali memperkuat partainya, sehingga partai menjadi faktor terpenting dalam pengambilan kebijakan publik.

Kemudian yang sangat penting berikutnya adalah strategi yang dibangun partai politik untuk mempengaruhi pasar politik yang terdiri atas tiga bagian yaitu : Pemilih, Kelompok berpengaruh (*influencer groups*) dan Media massa.

Gluec 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 sumberdaya dan kemampuan yang telah ditentukan sebagai sumber keunggulan bersaing bagi perusahaan terhadap pesaingnya (Hitt, dkk, 2001).¹

Dari pengertian di atas strategi dapat didefinisikan sebagai rencana untuk tindakan demi mencapai tujuannya. Karena merupakan sarana maka strategi diharapkan dapat menjawab tantangan dan merebut peluang yang ada melalui persaingan yang semakin kompetitif dengan berbagai keunggulan yang dimiliki suatu organisasi partai politik.

Guna mencapai tujuan jangka panjang dan antara, partai politik membutuhkan strategi yang bersifat jangka panjang maupun jangka menengah. Strategi partai dapat dibedakan dalam beberapa hal:²

- a) Strategi yang terkait dengan penggalangan dan mobilisasi massa dalam pembentukan opini publik ataupun selama periode pemilihan

¹ Hitt, Michael A., Richard Bettis, David Lei, 2001, *Dynamic Core Competences through Meta-Learning and Strategic Context*, Journal of Management Vol. 22, No. 4, 549-569

² Firmanzah, 2008 ; *Mengelola Partai Politik : Komunikasi Dan Positioning Ideology Politik Di Era Reformasi*, Yayasan Obor, Jakarta, hal. 115-117

umum. Strategi ini penting dilakukan untuk memenangkan perolehan suara yang mendukung kemenangan suatu partai politik ataupun kandidat yang diusungnya. Melalui kemenangan suara, suatu partai politik ataupun kandidatnya akan dapat mengarahkan kebijakan politik di negara bersangkutan agar sesuai dengan tujuan dan cita-cita, sehingga bentuk dan struktur masyarakat ideal yang diinginkan akan dapat diwujudkan.

- b) 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.
- c) Strategi partai politik dalam mengembangkan dan memberdayakan organisasi partai politik secara keseluruhan, mulai dari strategi penggalangan dana, pemberdayaan anggota dan kaderisasi, penyempurnaan mekanisme pemilihan anggota serta pemimpin partai, dan sebagainya.
- d) Partai politik membutuhkan strategi umum untuk bisa terus-menerus menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, seperti peraturan pemerintah, lawan politik, masyarakat, LSM, pers, dan media serta kecenderungan-kecenderungan di level global.

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

Tingkat persaingan antar partai politik tidak bisa dihindarkan lagi pada momen-momen suksesi pemilu, apalagi dengan hadirnya pers yang terbuka dan transparan ini menuntut partai politik harus bekerja ekstra serta memonitoring dan mengevaluasi setiap aktifitas dan strategi partai lain. Hanya mengandalkan konsituen dan pendukung tradisional tidak menghantarkan partai menjadi pemenang. Perlunya partai politik yang agresif dan aktif dalam berburu suara dengan merebut dan mengambil kantong-kantong suara lawan politik. Manuver politik mempengaruhi tingkat perolehan dukungan dan perlunya kewaspadaan terhadap tekanan pesaing. Perlunya penerapan strategi yang punya kesesuaian kebutuhan masyarakat hari ini, dengan mengkaji struktur dan kondisi masyarakat, yang nantinya diharapkan ada kesesuaian antara strategi dan kondisi masyarakat. Sehingga efektifitas strategi tersebut bisa terukur.

Dalam sistem persaingan yang dinamis, setiap aksi akan dibalas oleh pihak lain dalam bentuk reaksi. Hal itu tentu saja menyulitkan untuk dapat memastikan keberhasilan strategi yang dipakai. Keberhasilan strategi politik tidak hanya ditentukan oleh internal partai, tetapi juga sangat ditentukan oleh reaksi partai lain. Sehingga tekanan berikutnya bagi partai politik adalah tekanan untuk secara terus menerus meningkatkan kualitas dan efektifitas strategi dan manuver politiknya.

Pada kenyataannya, pesaing juga tidak akan tinggal diam. Artinya, partai politik lainnya secara aktif terus menerus memperbaharui strategi politik yang dimilikinya.

2. Marketing Politik

Marketing politik adalah variasi dari kebijakan komunikasi pemasaran untuk mempromosikan seorang atau proyek politik dengan menggunakan model teknik pemasaran komersial sebagai mewakili seperangkat metode yang dapat digunakan oleh organisasi-organisasi politik untuk pencapaian tujuan dalam hal program politik atau dalam mempengaruhi perilaku para pemilih dengan melakukan propaganda.

Marketing politik ada yang mengatakan terlihat pada awalnya pada kampanye bagi kepentingan Napoleon di Mesir, tindakan Talleyrand dalam memberikan saran kepada Menteri Hubungan Luar Negeri Perancis saat itu, akan tetapi, sebagian besar lebih merujuk kepada Joseph Goebbels dengan film-film dari Leni Riefenstahl melalui slogan-slogan politik dari Nazi dan pemerintahan Reich Ketiga yang saat itu dipimpin oleh Adolf Hitler sebagai bagian dari propaganda politik akan tetapi hal ini akan masih juga harus melalui perdebatan yang kompleks mengenai terminologi. Dalam marketing politik modern sebetulnya merupakan elaborasi yang dilakukan oleh para profesional iklan merupakan produk asal Amerika Serikat. Semasa ketika Presiden Franklin D. Roosevelt menjabat sekitar tahun 1932 sudah terdapat sebuah program penyiaran melalui media radio yang lebih terkenal dengan nama program Fireside

Chats dengan Franklin D. Roosevelt baru kemudian pada tahun 1933 di California berdiri sebuah perusahaan biro iklan yang pertama kali dalam marketing politik adalah Campaign, Inc. yang didirikan oleh Clem Whitaker dan Leone Baxter sebagai cikal bakal dari industri politik dan pada sekitar tahun 1960-an seiring terjadi peningkatan penggunaan media televisi dalam iklan kampanye politik dalam menjalankan komunikasi politik terdapat seseorang yang bernama Joseph Napolitan mengaku dan menyebut dirinya sebagai seorang konsultan politik.³

Konsultan marketing politik penggunaan teknik-teknik pemasaran yang sebelumnya hanya digunakan untuk produk-produk konsumen kemudian tumbuh pesat dan berpengaruh menjadi bagian penting dalam memperluas jangkauan kampanye hampir di semua tingkatan pemerintahan di Amerika Serikat, bidang pekerjaan konsultan marketing politik bekerja tidak hanya pada saat-saat kampanye pemilu akan tetapi juga bekerja untuk organisasi-organisasi politik lainnya termasuk pihak-pihak di dalam komite-komite aksi politik yang kadang-kadang pembiayaan di samarkan melalui pengeluaran independen terdapat beberapa juga melakukan pekerjaan sebagai humas atau melakukan riset bagi perusahaan koperasi dan pemerintahan.

Dengan kemajuan pengembangan teknologi di bidang media, pemasaran politik telah menemukan alat baru untuk meningkatkan komunikasi yang persuasif. Selama masa-masa kampanye para politisi

³ David D. Perlmutter, *Manship Guide to Political Communication*, Louisiana State University Press (November (1999), hal. 19

telah terampil menggunakan media radio untuk menyebarkan pesan-pesan mereka, salah satu contoh adalah Adolf Hitler lebih dari 60 tahun mememanfakannya demikian juga dengan dan John F. Kennedy, melalui penggunaan media televisi sebagai komponen utama dalam komunikasi politiknya demikian pula dengan Jenderal Charles de Gaulle di Perancis dalam usaha untuk meningkatkan pencitraan dengan penggunaan media ini. Saat sekarang, media internet ikut pula sebagai inti dari pemasaran politik.⁴

3. Kampanye

Kampanye merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku pemilih. Perubahan ini ingin dicapai melalui himbauan, ajakan, dan janji sehingga membuat warga atau kelompok masyarakat tertarik untuk menjatuhkan pilihan politiknya pada partai politik tertentu. Kampanye Pemilu dapat pula merupakan komunikasi politik dari bawah keatas bila isi kampanye tersebut mengadakan evaluasi terhadap kebijakan pemerintah baik dalam bentuk dukungan maupun kritikan.

Namun demikian, kampanye juga bisa merupakan arus komunikasi dari atas kebawah apabila yang menjadi juru kampanye adalah pendukung pemerintah. Kampanye juga dapat pula merupakan arus

⁴ Graeme Browning, *Electronic Democracy: Using the Internet to Transform American Politics*, Information Today, Inc (2002), hal. 47-48

komunikasi antara masyarakat dengan masyarakat dan masyarakat dengan birokrat.

Kampanye adalah periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan.⁵ Kampanye dalam kaitan ini dilihat sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, parade, orasi politik, pemasangan atribut partai (misalnya umbul-umbul, poster, spanduk) dan pengiklanan partai. Periode waktu sudah ditentukan oleh panitia. Masing-masing peserta diwajibkan mengikuti aturan-aturan resmi selama periode kampanye ini. Tidak mengikuti aturan yang ditetapkan dianggap sebagai suatu pelanggaran dan akan mendapatkan penalti. Kampanye ini diakhiri dengan pemungutan suara untuk menentukan siapa yang akan mendapatkan dukungan terbanyak untuk disahkan sebagai pemenang pemilu.

Kampanye ini dicirikan dengan tingginya biaya yang harus dikeluarkan oleh masing-masing kontestan, ketidakpastian hasil dan pengerahan semua bentuk usaha untuk menggiring pemilih ke bilik bilik pencoblosan serta memberikan suara kepada mereka.⁶

⁵ Lillaker & Ralph Negrine, 2000, *The Political Communication Reader*, 1st edition, Routledge, hal. 69

⁶ Kahn, Kim Fridkin dan Patrick J. Kenney, 1999, *The Spectacle of U.S. Senate Campaigns*, Princeton, NJ : Princeton University Press, hal. 111

Semua usaha, pendanaan, perhatian, dan energi dipusatkan untuk mempengaruhi dan memobilisasi pemilih menjelang pemilu. Setelah pemilu usai, aktivitas politik dilupakan. Para kandidat hanya melihat bahwa aktivitas politik adalah aktivitas untuk membuat pemilih mencoblos, lalu terjadi pengabaian atas keberpihakan serta semangat dalam membantu permasalahan bangsa dan negara pasca pemilu. Padahal masyarakat dalam mengevaluasi kualitas kandidat juga melihat apa saja yang dilakukan di masa lalu.

4. Strategi Kampanye

Kampanye merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku pemilih. Perubahan ini ingin dicapai melalui himbauan, ajakan, dan janji sehingga membuat warga atau kelompok masyarakat tertarik untuk menjatuhkan pilihan politiknya pada partai politik tertentu. Kampanye Pemilu dapat pula merupakan komunikasi politik dari bawah ke atas bila isi kampanye tersebut mengadakan evaluasi terhadap kebijakan pemerintah baik dalam bentuk dukungan maupun kritikan.

Untuk melihat pada strategi kampanye partai politik dalam pemilihan umum legislatif, setidaknya dilihat pada tiga hal, yaitu pertama, isi atau program yang ditawarkan. Kedua adalah pelaksanaan atau model

kampanye yang dijalankan, dan yang ketiga adalah partisipasi dalam kampanye⁷.

a) Isu atau Program yang Ditawarkan

Isu dan pesan dalam kampanye pemilu adalah program, pandangan dan pendapat partai politik peserta pemilu. Para juru kampanye menyampaikan keunggulan program partainya, rencana kerja dan pandangan partainya dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Jadi kalau dikaji secara agak mendalam, kampanye pemilu mau tidak mau mengandung obral janji.

Dan yang harus diperhatikan adalah setiap partai politik peserta pemilu dituntut untuk berfikir secara rasional dan mengkaji dengan sebaik-baiknya dalam merumuskan programnya agar obral janji tidak menjadi obral janji kosong belaka. Dalam sistem perpolitikan di Indonesia, melaksanakan program-program partai yang dilontarkan dalam kampanye bukanlah pekerjaan mudah. Untuk mencapai keberhasilan dalam kampanye ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh para juru kampanye diantaranya adalah :

Pertama, juru kampanye harus mampu menyampaikan pesan pengetahuan yang menyeluruh tentang pesan atau subyek itu sendiri, disertai kepekaan pada isu yang relevan dan implikasinya artinya,

⁷ Kamaruddin, 2004, Pengaruh Kampanye Terhadap Pilihan Politik dan Perilaku Pemilih Birokrasi (Studi Perilaku Pemilih di Lingkungan Birokrasi Kabupaten Aceh Barat, Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam), Tesis, Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, hal. 61

suatu pernyataan berakar dari informasi yang memadai, benar dan dapat dipertanggung jawabkan.

Kedua, juru kampanye dilarang menggunakan teknik-teknik yang mempengaruhi penerima dengan menghilangkan proses pikiran sadarnya atau juga menanamkan sugesti dan intimidasi untuk melakukan penekanan pada massa pemilih, menghilangkan kesadarannya untuk menghasilkan perilaku yang tidak reflektif, alias semi sadar atau tidak sadar yang pada akhirnya, mengembangkan penerimaan tidak kritis.

Ketiga, juru kampanye harus memiliki kesadaran kritis untuk tidak melakukan suatu pernyataan yang mendorong kekerasan terlalu besar jika dibandingkan dengan tujuan pernyataan tersebut. Di sisi lainnya, sebagai konsekuensinya, juru kampanye tidak boleh melakukan jenis kampanye yang memiliki kehendak tersembunyi, frustrasi, maupun rasa bermusuhan

Adanya hal-hal ini disebabkan oleh struktur dan mekanisme politik di Indonesia berbeda dengan yang ada di negara Barat yang menganut demokrasi liberal. Di negara Barat, partai politik yang keluar sebagai pemenang dalam pemilu menjadi partai yang berkuasa dan menentukan sepenuhnya kebijakan pemerintah. Hal ini berbeda dengan Indonesia, partai politik yang keluar sebagai pemenang tidak dapat mewujudkan semua programnya sebagai partai pemerintah

karena adanya ketentuan mendahulukan musyawarah untuk mufakat, karena penerapan asas mufakat yang mementingkan kebersamaan.

Selama ini, bangsa Indonesia telah terbiasa mengukur kehebatan kampanye sebuah partai politik dari jumlah peserta rapat umum. Kebiasaan ini tentu saja tidak dapat dipisahkan dari pengalaman masa lalu. Semenjak mengenal kehidupan politik modern awal abad 20, bangsa Indonesia telah terbiasa memanfaatkan rapat-rapat umum untuk menunjukkan kekuatan partai politik tertentu. Yang lebih erat kaitannya dengan pameran kekuatan adalah pawai yang apabila dilihat dari tujuan kampanye, maka pawai tidak memiliki ciri-ciri kampanye.

Isu "pembebasan biaya pendidikan" mulai dari kampanye pemilu 1992 sampai dengan kampanye pemilu 2004 masih terus menjadi isu yang sangat kental disuarakan oleh seluruh partai. Sementara saat ini semakin banyak rakyat yang putus sekolah, ternyata "realita politik" ini juga tidak tertangkap oleh partai politik untuk mengeksplorasi emosi massa. Isu "anti korupsi dan pemberangusan koruptor", merupakan bahan kampanye yang dilakukan oleh semua partai politik mulai dari kampanye pemilu 1987 sampai kampanye pemilu 2004, sementara tindakan dan perilaku korup bukan hanya pada eksekutif semata, malahan menyebar kesemua penjurur lembaga pemerintahan dan terlebih-lebih anggota legislatif yang sehari-harinya menyuarakan aspirasi rakyat. Selain isu tersebut, isu lainnya yang banyak mendapatkan perhatian adalah peningkatan kesejahteraan,

pemerataan pendidikan, pemerataan kesempatan kerja, dan pemberantasan kemiskinan.

Masalah etika politik memang tidak bisa dilepaskan dari politik partai, karena bagi partai politik yang pokok adalah menarik massa untuk memilih partai dengan mengajak rakyat untuk tidak harus berpikir tentang siapa dan partai yang mana yang harus bertanggung jawab terhadap munculnya topik-topik kampanye tersebut. Rakyat tidak diajak untuk berpikir cerdas dalam memilih.

b) Bentuk Kampanye

Cara-cara penyampaian pesan ajakan dan himbauan juga memainkan peranan penting. Apabila penyampaiannya tidak menarik, sebuah pesan sulit menghasilkan perubahan, namun sebaliknya bila isi pesan itu sendiri kurang menarik akan tetapi bila disampaikan dengan minat dan selera massa, ada kemungkinan bahwa pesan tersebut menghasilkan perubahan yang diinginkan.

Karena salah satu tujuan kampanye adalah menarik perhatian warga masyarakat, maka tidaklah mengherankan berbagai cara digunakan. Dalam kampanye pemilu 2004, banyak partai politik menggunakan artis dan musik (terutama dangdut) sebagai salah satu cara kampanye dalam rapat umum, disamping pidato-pidato para jurkam. Terlepas dari kemampuan daya tarik, para artis dan musik untuk mendatangkan massa, sebenarnya hal ini tidaklah sesuai dengan tujuan kampanye.

Hiburan yang ditampilkan tidak ada hubungannya dengan tujuan kampanye. Oleh karena itu tidaklah mengherankan bila sebagian besar peserta kampanye datang hanya untuk menikmati hiburan yang disajikan. Apabila hiburan musik belum dimulai, perhatian mereka tidak ditujukan pada panggung kampanye. Meskipun pidato kampanye sedang berlangsung, situasi seperti ini tidak membantu meningkatkan pendidikan politik rakyat seperti yang diharapkan dari tujuan kampanye yang sesungguhnya.

Peraturan mengenai bentuk kampanye salah satunya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, dan pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah pada Bab VI mengatur tentang bentuk kampanye yang menentukan bentuk-bentuk kampanye adalah:

- 1) Pertemuan terbatas, dilaksanakan dalam ruangan atau gedung atau tempat yang sifatnya tertutup, jumlah peserta tidak melampaui kapasitas sesuai dengan jumlah tempat duduk dengan peserta pendukung dan atau undangan lainnya yang bukan pendukung dan hanya dibenarkan membawa nomor urut dan foto pasangan calon.
- 2) Tatap muka dan dialog, sifatnya dialog interaktif dilaksanakan dalam ruangan tertutup dengan jumlah peserta tidak melampaui kapasitas tempat.
- 3) Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik dilaksanakan melalui media cetak dan media elektronik yang

materi dan substansi pemberitaan / penyiarannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.

- 4) Kampanye dalam bentuk penyebaran bahan kampanye kepada umum dilaksanakan pada kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, rapat umum dan/ atau di tempat-tempat umum dengan menggunakan unsur-unsur dan gambar pasangan calon.
- 5) Kampanye dalam bentuk pemasangan alat peraga di tempat umum dilaksanakan dalam bentuk pemasangan alat peraga di tempat / lokasi yang ditetapkan dan/ atau diizinkan oleh Pemerintah Daerah setempat, dan / atau atas dasar izin pemilik tempat yang bersangkutan, dan pemasangannya memperetimbangan etika, estetika, kebersihan dan keindahan.
- 6) Kampanye dalam bentuk rapat umum dilaksanakan pada ruang terbuka yang dihadiri oleh massa dan pendukung dan warga masyarakat lainnya dengan tetap memperhatikan daya tampung tempat tersebut dengan pelaksanaannya dilakukan tidak pada hari yang bersamaan dengan peserta kampanye calon lainnya.
- 7) Kampanye dalam bentuk debat publik / debat terbuka antar calon diselenggarakan oleh KPUD dengan materi penyampaian visi, misi dan program masing-masing pasangan calon dan pelaksanaannya dilakukan tidak pada hari yang bersamaan dengan peserta kampanye pasangan calon lainnya.

- 8) Kampanye dalam bentuk kegiatan lain tidak melanggar peraturan perundang-undangan dapat dilaksanakan berupa hiburan yang mengandung unsur budaya.

Firmanzah (2008) menyebutkan bahwa bentuk-bentuk kampanye dibatasi pada masa orde baru. Kampanye yang bersifat pengerahan massa dan cenderung berkembang menjadi kerusuhan mulai diberi rambu-rambu ketat. Pawai tak boleh mempergunakan kendaraan. Kampanye yang diperbolehkan adalah rapat umum, pawai (tanpa kendaraan), keramaian umum/pesta umum/pertemuan umum, penyiaran melalui RRI/TVRI (pada saat itu televisi swasta baru berkembang dan tidak diperbolehkan ikut menyiarkan kampanye), penyebaran selebaran berupa poster, plakat dan lain sebagainya.⁸

c) Partisipasi dalam Kampanye

Kampanye partai politik diharapkan mampu menciptakan partisipasi yang besar. Kampanye dapat dijadikan sebagai momentum strategis mobilisasi mesin partai secara massif. Ini berarti kehadiran dan mobilisasi serta partisipasi mesin partai yang besar dapat menunjukkan adanya keberhasilan dalam kampanye, terutama pada kampanye terbuka partai politik. Selain itu, kampanye juga dapat berguna untuk merebut simpati pemilih rasional dan masa mengambang.

⁸ Firmanzah, 2008 ; *Mengelola Partai Politik : Komunikasi Dan Positioning Ideology Politik Di Era Reformasi*, Yayasan Obor, Jakarta, hal. 140

Dengan kampanye pula, diharapkan mampu untuk membangkitkan militansi kader partai, pencitraan, dan pembentukan opini publik, kampanye terbuka merupakan momentum bagi kontestan pemilu untuk secara internal menggerakkan mesin partai secara optimal, dan secara eksternal merebut suara dari para pemilih yang belum menentukan pilihannya.

Melalui pengorganisasian kampanye terbuka dan rapat umum, aktivis partai di berbagai tingkatan dipaksa untuk bergerak melakukan koordinasi dan memobilisasi jaringan konstituen. Harga diri pengurus partai di daerah sangat dipertaruhkan dalam pengorganisasian kampanye terbuka.

Dengan demikian jumlah massa yang berhasil didatangkan merupakan parameter dari kinerja partai di daerah tersebut. Pengurus partai di tingkat lokal yang sukses mendatangkan masa partai yang memenuhi area kampanye tentu saja akan naik pamornya di mata elit partai di tingkat pusat.

Ironisnya, kerap kali kemeriahan acara dan membeludaknya peserta kampanye terbuka tidak berbanding lurus dengan perolehan suara partai tersebut. Pada Pemilu 1999 dan 2004, ada sejumlah partai baru yang ketika kampanye terbuka disesaki puluhan ribu massa, namun perolehan suaranya tak mampu untuk melewati angka 2%. Ini umumnya terjadi ketika mobilisasi massa hanya terjadi lewat ikatan

transaksional, dan bukan jalur pengkaderan yang dibangun mesin politik partai.

Kampanye terbuka dan rapat umum juga menjadi ajang pameran kekuatan kualitas para kader. Rapat umum terbuka semestinya dapat menjelma menjadi panggung politik bagi orator partai nan handal, yang tidak saja membangkitkan militansi kader partai, tapi mewarnai opini publik di masa kampanye, melalui gagasan dan wacana yang tentunya ditujukan untuk merebut simpati publik.

Di setiap pemilu, persentase pemilih rasional yang belum menentukan pilihannya hingga beberapa hari sebelum hari pemilihan, cukup signifikan untuk dijadikan target bagi parpol. Pemilih rasional akan memutuskan pilihannya di hari-hari terakhir berdasarkan informasi yang mereka terima di masa akhir kampanye. Parpol yang berhasil secara efektif mendominasi panggung wacana di media lewat pesan-pesan politik simpatik, tentu punya kans yang lebih baik untuk mendulang suara pemilih rasional.

Kebanyakan panggung kampanye parpol belakangan ini hanya merupakan parade orasi yang membosankan, dengan nuansa kata yang sangat abstrak dan normatif. Dalam kondisi seperti ini, jangan salahkan rakyat yang kemudian lebih terpicu oleh suguhan atraksi provokatif dari penyanyi dangdut daripada menyimak orasi para caleg.

5. Partai Politik

Pemilihan umum tidak terlepas dari peran partai politik di dalamnya. Partai politik menjadi peserta dan bersaing untuk mendapatkan suara dari konstituennya untuk disalurkan melalui wakil-wakilnya yang duduk di lembaga legislatif.

Sistem politik Indonesia telah menempatkan Partai Politik sebagai pilar utama penyangga demokrasi. Artinya, tak ada demokrasi tanpa Partai Politik. Karena begitu pentingnya peran Partai Politik, maka sudah selayaknya jika diperlukan sebuah peraturan perundang-undangan mengenai Partai Politik. Peraturan perundang-undangan ini diharapkan mampu menjamin pertumbuhan Partai Politik yang baik, sehat, efektif dan fungsional.

Dengan kondisi Partai Politik yang sehat dan fungsional, maka memungkinkan untuk melaksanakan rekrutmen pemimpin atau proses pengkaderan, pendidikan politik dan kontrol sosial yang sehat. Dengan Partai Politik pula, konflik dan konsensus dapat tercapai guna mendewasakan masyarakat. Konflik yang tercipta tidak lantas dijadikan alasan untuk memecah belah partai, tapi konflik yang timbul dicarikan konsensus guna menciptakan partai yang sehat dan fungsional.

Definisi partai politik menurut Undang-undang No. 31/2002 yang merupakan penyempurnaan dari Undang-undang No. 2/1999 adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar persamaan kehendak dan cita-cita

untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa dan negara melalui pemilihan umum. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa partai politik itu pada pokoknya memiliki kedudukan dan peranan yang sentral dan penting dalam setiap sistem demokrasi.

Asal Usul partai politik Menurut Ramlan Surbakti berasal dari 3 teori yaitu : pertama, teori kelembagaan yang melihat ada hubungan antara parlemen awal dan timbulnya partai politik. Kedua, teori situasi historik yang melihat timbulnya partai politik sebagai upaya sistem politik mengatasi krisis yang ditimbulkan dengan perubahan masyarakat yang luas. Ketiga, teori pembangunan yang melihat partai politik sebagai produk modernisasi sosial ekonomi.⁹

Ramlan Surbakti juga menambahkan definisi partai politik menurut para ilmuwan politik diantaranya menurut Friedrich partai politik sebagai kelompok manusia yang terorganisasikan secara stabil dengan tujuan untuk merebut dan mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan bagi pemimpin partainya, dan berdasarkan kekuasaan tersebut akan memberikan kegunaan materil dan idil kepada para anggotanya. Sedangkan menurut Soltau definisi partai politik sebagai kelompok warga negara yang sedikit banyak terorganisasikan, yang bertindak sebagai suatu kesatuan politik dan dengan memanfaatkan kekuasaannya untuk memilih,

⁹ Ramlan Surbakti dalam "Memahami Ilmu Politik", Grasindo, 1992, hal. 91. mengutip dari Joseph Lapalombara dan Myron Weiner, 1996 dalam "The Origin and development political parties"

bertujuan untuk menguasai pemerintahan dan menjalankan kebijakan umum yang mereka buat.

Sedangkan ciri-ciri partai politik adalah :

- a. Berakar dalam masyarakat lokal
- b. Melakukan kegiatan terus menerus
- c. Berusaha memperoleh dan mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan
- d. Ikut serta dalam pemilihan umum.

Fungsi utama partai politik adalah mencari dan mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan program-program yang disusun berdasarkan ideologi tertentu dengan cara ikut pemilihan umum. Partai politik juga melakukan kegiatan meliputi seleksi calon-calon, kampanye dan melaksanakan fungsi pemerintahan (legislatif dan eksekutif).¹⁰

Diantara fungsi yang lain yaitu melakukan sosialisasi politik, pembentukan sikap dan orientasi politik para anggota masyarakat, Rekrutmen politik yaitu seleksi dan pemilihan atau pengangkatan seseorang atau sekelompok orang untuk melaksanakan sejumlah peranan dalam sistem politik. Partisipasi politik, kegiatan warga negara biasa dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan umum dan ikut menentukan pemimpin pemerintahan. Pemandu Kepentingan, mengatur lalulintas kepentingan yang seringkali bertentangan dan

¹⁰ Ramlan Surbakti dalam “Memahami Ilmu Politik”, Grasindo, 1992 hal. 116-117

memiliki orientasi keuntungan sebanyak-banyaknya. Komunikasi politik, partai politik melakukan proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah. Pengendalian konflik, partai politik melakukan pengendalian konflik mulai dari perbedaan pendapat sampai pada pertikaian fisik antar individu atau kelompok. Kontrol politik, partai politik melakukan kegiatan untuk menunjukkan kesalahan, kelemahan dan penyimpangan dalam isi kebijakan atau pelaksanaan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah

Koirudin menyebutkan bahwa partai politik pada umumnya didefinisikan sebagai organisasi artikulatif yang terdiri atas pelaku-pelaku politik yang aktif dalam masyarakat, yaitu mereka yang memusatkan perhatiannya pada persoalan kekuasaan pemerintah dan bersaing guna memperoleh dukungan rakyat untuk menempati kantung-kantung kekuasaan politik.¹¹ Dalam pengertian ini, partai politik merupakan kekuatan pesaing kekuasaan pemerintah yang bertindak sebagai perantara utama yang menghubungkan kekuasaan dan ideologi yang beredar di tengah masyarakat, dan berusaha mempertemukan kepentingan-kepentingan masyarakat luas dengan lembaga-lembaga yang melaksanakan kebijaksanaan publik. Sebagai kekuatan pesaing, partai politik akan berusaha merebut kedudukan atau kekuasaan melalui kelompok yang terorganisir. Hal ini seperti pendapat Budiardjo yang menyatakan bahwa “partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir

¹¹ Koirudin, 2004. *Partai Politik dan Agenda Transisi Demokrasi, Menakar Kinerja Partai Politik Era Transisi di Indonesia*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, hal. 109.

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”.¹² Pendapat Budiardjo ini juga senada dengan Soltau yang dikutip oleh Haryanto, yang mengatakan bahwa 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.¹³

Dari beberapa pendapat tersebut di atas, diketahui bahwa pada dasarnya partai politik berusaha untuk mengendalikan jalannya roda pemerintahan, dan pada pelaksanaan program-program atau kebijaksanaan-kebijaksanaan umum dari partai politik tersebut. Sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan, bahwa partai politik pada hakekatnya merupakan suatu organisasi yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai cita-cita, tujuan-tujuan, dan orientasi-orientasi yang sama, di mana organisasi tersebut berusaha untuk memperoleh dukungan dari rakyat dalam rangka usahanya memperoleh kekuasaan dan kemudian mengendalikan/mengontrol jalannya roda pemerintahan, yang kesemuanya itu pada gilirannya sebagai

¹² Budiardjo, Miriam, 2001. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, hal. 87

¹³ Haryanto, 1984. *Partai Politik, Suatu Tinjauan Umum*, Yogyakarta: Penerbit Liberty, hal. 52

pangkal tolak organisasi tersebut dalam usahanya merealisasikan atau melaksanakan program-programnya yang telah ditetapkan.

Di negara yang menganut sistem demokrasi, fungsi partai politik antara lain :

1. Partai sebagai sarana komunikasi politik
Suatu tugas dari partai politik adalah menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa sehingga kesimpangsiuran pendapat dalam masyarakat berkurang.
2. Partai sebagai sarana sosialisasi politik
Sosialisasi politik yang dimaksud adalah proses melalui mana seseorang memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik, yang umumnya berlaku dalam masyarakat di mana ia berada. Biasanya proses sosialisasi berjalan secara berangsur-angsur dari masa kanak-kanak sampai dewasa. Di samping itu, sosialisasi politik juga mencakup proses melalui mana masyarakat menyampaikan norma-norma dan nilai-nilai dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dalam hubungan ini partai politik berfungsi sebagai salah satu sarana sosialisasi politik.
3. Partai politik sebagai sarana rekrutmen politik
Partai politik berfungsi mencari dan mengajak orang yang berbakat untuk turut aktif dalam kegiatan politik sebagai anggota partai (*political recruitment*). Dengan demikian partai politik turut memperluas partisipasi politik. Caranya ialah melalui kontak pribadi, persuasi dan lain-lain. Juga diusahakan untuk menarik golongan muda untuk diidik menjadi kader yang di masa mendatang akan mengganti pimpinan lama.
4. Partai politik sebagai sarana pengatur konflik
Dalam suasana demokrasi, persaingan dan perbedaan pendapat dalam masyarakat merupakan soal yang wajar. Jika sampai terjadi konflik, partai politik berusaha untuk mengatasinya.¹⁴

¹⁴ Budiardjo, Miriam, 2001. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, hal. 101-103

Dalam perkembangannya ada banyak tipe atau jenis partai politik yang dapat menentukan sistem rekrutmen. Menurut Ramlan Surbakti, berdasarkan pada asas dan orientasinya ada tiga tipe partai politik yaitu partai politik pragmatis yang mempunyai program dan kegiatan yang tak terikat kaku pada suatu doktrin dan ideologi tertentu, partai doktriner yang memiliki sejumlah program dan kegiatan kongkret sebagai penjabaran ideologi, dan partai politik kepentingan yang dibentuk dan dikelola atas dasar kepentingan tertentu, seperti petani, buruh, etnis, agama, atau lingkungan hidup yang secara langsung ingin berpartisipasi dalam pemerintahan.¹⁵

Almond lebih jauh menyebutkan bahwa penggolongan partai bisa berdasarkan pada basis sosial dan tujuannya, dimana partai dibagi menjadi empat tipe, yaitu:¹⁶

- a. Partai politik yang beranggotakan lapisan-lapisan sosial dalam masyarakat, seperti kelas atas, menengah dan kelas bawah;
- b. Partai politik yang anggotanya berasal dari kalangan kelompok kepentingan tertentu, seperti petani, buruh dan pengusaha;
- c. Partai politik yang anggota-anggotanya berasal dari pemeluk agama tertentu, seperti Islam, Katolik, Protestan, dan Hindu;

¹⁵ Surbakti, Ramlan, 1992, *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, hal. 87

¹⁶ Almond, Gabriel A dan Sidney Verba, *Budaya Politik*, terjemahan S. Simamora, Bina Aksara, Jakarta, 1984, hal. 79

d. Partai politik yang anggota-anggotanya berasal dari kelompok budaya tertentu, seperti suku bangsa, bahasa dan daerah tertentu.

Tipologi partai politik menurut Duverger yang dikutip oleh Denny membagi partai politik menjadi partai “kaukus” atau partai kader dan partai “cabang” atau partai massa. Denny mengkritik adanya pembagian partai ini karena tidak sesuai dengan kondisi di Indonesia dan negara-negara dunia ketiga dimana kondisi sangat berbeda. Di Indonesia sendiri, partai politik pada era orde baru dapat dibagi menjadi dua yaitu partai hegemonik yang dicirikan dengan Golkar dan partai satelit yaitu PPP dan PDI yang meskipun diperbolehkan hidup tetapi tidak diberikan kesempatan untuk menang dalam pemilihan umum dan tidak mungkin dapat menyaingi partai hegemonik dalam meraih suara mayoritas.¹⁷

6. Pemilihan Umum

Pemilihan umum merupakan salah satu metode politik atau cara warga negara memilih wakil rakyat dan wakil daerah serta membentuk pemerintahan (eksekutif) yang demokratis dan memilih wakil rakyat dalam lembaga perwakilan rakyat (legislatif) yang dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Meskipun pemilu bukanlah satu-satunya arena berdemokrasi, namun pelaksanaan pemilu memiliki arti yang sangat strategis bagi proses

¹⁷ Demokrasi Indonesia, Visi dan Praktek Opini : Harian Kompas, Pustaka Sinar Harapan, 2006

demokrasi sebuah negara karena pemilu menjadi sangat penting antara lain:

1. Melalui pemilu warga negara dapat menunjukkan bahwa kedaulatan ada ditangan rakyat, dimana rakyat berdaulat untuk memilih wakil-wakilnya yang diharapkan akan memperjuangkan aspirasi dan kepentingannya.
2. Melalui pemilu warga negara dapat mengekspresikan hak-hak dasar mereka secara bebas, termasuk didalamnya hak-hak untuk menyatakan pendapat, berkumpul dan berserikat, sehingga terbentuk pemerintahan yang mempunyai legitimasi (pengakuan dari rakyat) dan pergantian kekuasaan dapat dilakukan secara teratur, damai. Dengan pemilu juga dapat dilakukan rekrutmen politik secara terbuka, dimana setiap warga negara mendapatkan kesempatan yang sama untuk mengisi jabatan publik.
3. Melalui pemilu, konflik kepentingan yang ada di tengah masyarakat dipindahkan ke lembaga perwakilan rakyat, sehingga konflik bisa diselesaikan secara kelembagaan tanpa kekerasan. Hal ini merupakan pendidikan politik kepada semua warga negara, karena dalam pemilu warga negara dididik untuk memahami hak-hak dasarnya, sekaligus tanggung jawab sosial terhadap keutuhan negara.

Dalam pemilihan kepala pemerintahan didunia sekarang ini, ada tiga jenis praktek penyelenggaraan pemilu. *Pertama*; pemilu yang hanya memilih anggota perwakilan rakyat (DPR/DPRD). *Kedua*; pemilu yang

memilih anggota lembaga perwakilan rakyat (DPR/DPRD) dan anggota lembaga perwakilan daerah (DPD), dan *ketiga*; pemilu yang memilih lembaga perwakilan rakyat (DPR/DPRD), lembaga perwakilan daerah (DPD) dan kepala pemerintahan (presiden).

Pemilihan umum yang berkualitas dibutuhkan oleh semua pihak baik itu pemerintah, lembaga perwakilan rakyat, maupun warga negara. Bagi pemerintah, pemilu akan menghasilkan pemerintahan yang efektif dan dipercaya oleh seluruh warga negara sehingga keabsahan kekuasaan dari mereka yang menang dapat diterima, dihormati, dan ditaati oleh masyarakat, dan selanjutnya keabsahan kekuasaan akan mengakibatkan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat berjalan secara efektif.

Sedangkan bagi lembaga perwakilan rakyat, pemilu yang berkualitas akan menjamin kepercayaan dan pengakuan warga negara terhadap wakil-wakilnya, sehingga warga negara mau untuk menyalurkan kepentingan dan aspirasinya pada wakilnya yang duduk dilembaga legislatif. Bagi warga negara, pemilu yang dilaksanakan dengan baik akan menjamin adanya ruang bagi ekspresi hak dasar kedaulatan rakyat, keikutsertaan untuk terlibat dalam mempengaruhi proses pembuatan kebijakan, terbentuknya wakil rakyat dan pemerintah yang dapat dipertanggung jawabkan serta dipercaya oleh seluruh warga negara.

Sampai saat ini pemilihan umum sering dipahami sebagai acara rutin pemerintah yang diselenggarakan untuk kepentingan pemerintah,

padahal pemilu juga bisa dipahami sebagai peluang warga negara untuk membentuk pemerintahan yang baik dengan mengedepankan kepentingan dan partisipasi warga negara sehingga menyangkut pemilu adalah persoalan pemilihan pejabat publik yang akan menentukan baik buruknya nasib warga negara.

Oleh karena itu dalam menentukan pilihannya hendaknya tidak dilakukan berdasarkan ikut-ikutan atau adanya perintah dari orang lain akan tetapi betul-betul dengan hati nurani artinya sebelum menggunakan dan menentukan hak pilihnya harus dipertimbangkan beberapa hal dengan disertai pemahaman bahwa kedaulatan adalah milik warga negara, bukan milik negara atau pejabat publik.

B. Definisi Konseptual

1. Strategi adalah pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang dikembangkan dalam kampanye untuk memperoleh kemenangan dalam pemilihan umum
2. Pemilu adalah proses rekrutmen politik yang demokratis dengan tujuan memilih wakil rakyat dan wakil daerah serta membentuk pemerintahan yang demokratis, yang dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.
3. Kampanye pemilu adalah proses penyampaian pesan pada pemilihan umum yang bertujuan untuk mengubah sikap pendapat dan tingkah laku pemilih, perubahan ini ingin dicapai melalui himbauan, ajakan, dan janji

sehingga membuat warga atau kelompok masyarakat tertarik untuk menjatuhkan pilihan politiknya pada partai politik tertentu termasuk juga unsur birokrasi.

4. Partai Politik adalah organisasi yang terdiri atas pelaku-pelaku politik yang aktif dalam masyarakat dan bersaing guna memperoleh dukungan rakyat untuk menempati kekuasaan politik.
5. Strategi Kampanye adalah segala strategi yang dijalankan dalam kampanye pemilu agar partai memperoleh dukungan suara dari masyarakat melalui pemilu.

C. Definisi Operasional

Untuk melaksanakan penelitian mengenai strategi kampanye Partai Hanura, maka diperoleh sejumlah indikator untuk mengidentifikasi variabel. Adapun indikator tersebut merupakan indikator penting diantaranya adalah ;

- a. Program-program yang ditawarkan dalam kampanye yang meliputi peningkatan kesejahteraan, pemerataan pendidikan, pemberantasan KKN, pemerataan kesempatan kerja, peningkatan taraf hidup rakyat, pemberantasan kemiskinan.
- b. Bentuk kampanye untuk mempengaruhi massa pemilih baik secara pasif (melalui poster, spanduk, stiker) maupun secara aktif yaitu kampanye dalam bentuk rapat umum di lapangan terbuka, kampanye dengan pawai kendaraan, kampanye dialogis di ruangan tertutup atau di dalam gedung,

kampanye di media massa dan elektronik (TV, radio, dan surat kabar), dan model kampanye lainnya.

- c. Partisipasi dalam kampanye yang menunjukkan tingkat kehadiran seseorang dalam kampanye pemilihan umum dan hal yang menarik dalam kampanye pemilihan umum.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data diskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dari individu tersebut secara holistik (utuh). Tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Bahwa dalam penelitian ini penulis mencoba melihat dan mengamati bagaimana Partai Hati Nurani Rakyat DPC Kabupaten Natuan (HANURA) membaca peluang dan menerapkan suatu strategi kampanye yang dimainkan, dalam mendulang suara pada pemilu legislatif 2009 yang pada akhirnya mampu mengantarkan calon Legislatif menduduki Kursi Legislatif di DPRD Kabupaten Natuna. Dengan hasil deskriptif (kata-kata/penjelasan) yang penulis coba babas melalui data-data yang diperoleh dari data primer : wawancara, dan data skunder : literature, basil penelitian ilmiah, artikel-artikel, Koran dan media cetak dan elektronik lainnya.

2. Unit Analisa Data

Unit analisa data dalam mengumpulkan data yang digunakan adalah di kantor Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA) Kabupaten Natuna, mengingat data-data dan informasi ini tersedia Di kantor DPC Partai HANURA Kabupaten Natuna

3. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data dan informasi yang didapat dari sebuah keterangan pihak-pihak yang terkait dan berkompeten terhadap masalah yang akan diteliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai buku-buku, artikel-artikel ilmiah, catatan-catatan, Koran dan dokumen lainnya yang punya keterkaitan dengan tema penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fakta dalam penulisan penelitian ini. Adapun dalam pengumpulan data penulisan ini kami lakukan berbagai cara yaitu

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai

(interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Surakhmad, 1994).¹⁸

Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Denzin dan Guba (2001),¹⁹ antara lain mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami massa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan ; memverifikasi sebagai yang telah diharapkan untuk dialami pada massa yang akan datang memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

Adapun pihak-pihak yang diwawancarai adalah :

- 1) Ketua DPC Hanura Kabupaten Natuna, Rodhial Huda
- 2) Wakil Ketua DPC Hanura Kabupaten Natuna, Dra. Novi Yolanda
- 3) Sekretaris DPC Hanura Kabupaten Natuna, Benny Subandi Anda
- 4) Ketua Bappilu DPC Hanura Kabupaten Natuna, Soekarya Soly
- 5) Caleg Partai Hanura Kabupaten Natuna, Wan Mukhtardi, Rodhial Huda, dan Sri Darmalia

- b. Dokumentasi adalah salah satu cara pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi mengenai hal-hal atau variabel. Data

¹⁸ Winarno Surakhmad, 1994, *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Alfabeta, hal. 92

¹⁹ Lihat Agus Salim (penyunting), (2001), *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial (dari Denzin Guba dan Penerapannya)*, Tiara Wacana, Yogyakarta, hal. 39

dokumentasi biasanya dipergunakan dalam penelitian sejarah, akan tetapi arti penting data dokumentasi sebagai sumber data yang diperlukan bagi setiap penelitian, maka dokumentasi tidak hanya dipergunakan bagi penelitian sejarah saja, tetapi juga dalam ilmu social (Surakhmad, 1994). Dalam penulisan penelitian ini melalui berbagai literatur, peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen, notulen rapat, catatan harian, termasuk pula anggaran dasar dan anggaran rumah tangga Partai Hanura, dan lain sebagainya.

5. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis pada terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah (Surakhmad, 1994). Hal ini bukan berarti bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara - cara berfikir formal dan argumentasi