

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah Negara Republik yang demokratis dimana sistem pemerintahannya tidak terlepas dari pengawasan rakyatnya. Demokrasi sendiri adalah bentuk pemerintahan yang terjadi karena kemauan rakyat dan bertujuan untuk memenuhi kepentingan rakyat itu sendiri. Demokrasi merupakan sebuah proses perjalanan yang mana republik itu tidak akan berhenti di satu bentuk pemerintahan selama rakyat tersebut memiliki kemauan yang terus berubah.

Juan Linz mendefinisikan demokrasi secara empirik bahwa pemahaman dalam konteks ini seperti mengizinkan kita untuk mengamati apakah dalam suatu sistem politik pemerintahan memberikan ruang gerak yang cukup bagi warga Negeranya untuk melakukan partisipasi guna memformulasikan preferensi politik mereka melalui organisasi politik yang ada.¹

Pengertian demokrasi normatif tentang demokrasi adalah pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Asumsi yang mendasari demokrasi (partisipasi) adalah orang yang paling tahu tentang apa yang baik bagi dirinya sendiri adalah dirinya sendiri. Karena keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan mempengaruhi kehidupan masyarakat, maka masyarakat sebagai warga Negara berhak ikut serta

¹ Gaffar Afan, *Politik Indonesia; Transisi Menuju Demokrasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal.3.

menentukan isi keputusan yang mempengaruhi hidupnya dalam pembuatan dan pelaksanaan politik.

Partisipasi politik masyarakat berkaitan erat dengan demokrasi suatu Negara. Dalam Negara demokratis, kedaulatan tertinggi berada di tangan rakyat, yang melaksanakan melalui kegiatan bersama untuk menetapkan tujuan-tujuan, serta masa depan dan untuk menentukan orang-orang yang akan memegang tampuk kepemimpinan. Anggota masyarakat secara langsung memilih wakil-wakil yang akan duduk di lembaga pemerintahan. Dengan kata lain, partisipasi langsung dari masyarakat yang seperti ini merupakan perwujudan dan penyelenggaraan kekuasaan politik di daerah. Dimana penyelenggaraan kekuasaan politik yang absah dilakukan oleh rakyat dan untuk rakyat. Keikutsertaan masyarakat dalam partisipasi politik ini merupakan bentuk otonomi telah berjalan ke daerah, dan ini sangatlah penting karena teori demokrasi menyebutkan bahwa masyarakat tersebut sangatlah mengetahui apa yang mereka kehendaki, hak-hak sipil dan kebebasan dihormati serta dijunjung tinggi. Tidak akan ada demokrasi tanpa partisipasi politik dari masyarakat, karena partisipasi merupakan esensi dari demokrasi. Partisipasi atau keterlibatan masyarakat dalam berpolitik merupakan ukuran dari demokrasi di daerah dan juga negara.

Untuk memperluas partisipasi masyarakat dalam pemerintahan maka diperlukan otonomi daerah. Otonomi daerah merupakan usaha untuk mewujudkan kesejahteraan yang bersanding dengan prinsip sistem pembagian kekuasaan menurut dasar Negara berdasarkan atas hukum. Karena otonomi

daerah berkaitan dengan demokrasi maka penyelenggaraan pemerintahan harus dijalankan secara demokratis yang meliputi tata cara pemilihan kepala daerah, penentuan kebijakan, pertanggung jawaban, pengawasan dan lain-lainnya, mekanisme pemerintahan harus dilakukan dengan tata cara yang demokratis pula.²

Partisipasi politik, menurut Herbert Mc Closky yang dikutip oleh Damsar di dalam “Pengantar Sosiologi Politik” dapat diartikan sebagai kegiatan sukarela dari warga masyarakat melalui pemilihan pemimpin baik secara langsung atau tidak langsung dalam proses pembentukan kebijakan umum.³

Menurut Max Weber sebagaimana dikutip Miriam Budiardjo menyebutkan bahwa masyarakat melakukan aktivitas politik karena: *Pertama*, alasan rasional nilai, yaitu alasan yang didasarkan atas penerimaan secara rasional akan nilai-nilai suatu kelompok. *Kedua*, alasan emosional afektif, yaitu alasan didasarkan atas kebencian atau sukarela terhadap suatu ide, organisasi, partai atau individu. *Ketiga*, alasan tradisional, yaitu alasan yang didasarkan atas penerimaan norma tingkah laku individu atau tradisi tertentu dari suatu kelompok sosial. *Keempat*, alasan rasional instrumental, yaitu alasan yang didasarkan atas kalkulasi untung rugi secara ekonomi.⁴

Salah satu tujuan reformasi adalah untuk mewujudkan suatu Indonesia baru, yaitu Indonesia yang lebih demokratis. Hal ini bisa dicapai dengan

² Ni'matul Huda, *Otonomi Daerah; Filosofi Sejarah Perjuangan dan Problematika* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 190.

³ Herbert Mc. Closky, *International Encyclopaedia of the Social Sciences*, dalam Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 180.

⁴ Miriam Budiardjo, *Partisipasi dan Partai Politik* (Jakarta: PT. Gramedia, 1998), hal. 12.

mengembalikan kedaulatan ke tangan rakyat.⁵ Dalam mekanisme sistem pemerintahan berasaskan demokrasi yang lekat dengan makna kebebasan maka tatanan atau struktur pemerintahan yang kita pakai di Indonesia ini dipilih dengan cara pemilihan umum (pemilu) yang hakikatnya dilakukan secara jujur, adil, bebas, rahasia dan terbuka untuk seluruh warga negara Indonesia yang diatur dalam UUD tanpa pembedaan ras, agama, suku, ataupun gender.

Pemilu di Indonesia pada awalnya ditujukan untuk memilih anggota lembaga perwakilan, yaitu DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota. Setelah amandemen keempat UUD 1945 pada tahun 2002, pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres) yang semula dilakukan oleh MPR, disepakati untuk dilakukan langsung oleh rakyat sehingga pemilihan presiden dan wakil presiden pun dimasukkan ke dalam rezim pemilu. Pemilihan presiden dan wakil presiden sebagai bagian dari pemilu diadakan pertama kali pada Pemilu tahun 2004. Dan pada tahun 2007, berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007, pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (Pemilukada) juga dimasukkan sebagai bagian dari rezim pemilu.

Sejak tahun 2005, bangsa Indonesia telah memasuki babak baru dalam pemilu yakni dengan diberlakukannya sistem yang berbeda pada pelaksanaan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung oleh masyarakat Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa adanya kebebasan bagi masyarakat agar dapat menentukan pilihan untuk kepala daerah serta wakil

⁵ Rozali Abdullah, *Pelaksanaan Otonomi Luas; Dengan Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 51.

kepala daerahnya sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Dalam UU No. 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah menyebutkan bahwa “Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat dengan asas langsung, umum, jujur, rahasia dan adil”.⁶ Berdasarkan kutipan UU No. 32 tahun 2004 itu jelas dinyatakan bahwa pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dilakukan dengan pemilihan secara langsung oleh masyarakat Indonesia melalui pemilihan umum yang telah diatur dalam UU tanpa ada paksaan dari pihak manapun termasuk dari calon atau kandidat yang mengikuti pemilukada.

Selanjutnya dalam UU No. 32 tahun 2004 Bab 1 pasal 1 ayat 20 disebutkan bahwa “Pasangan calon kepala daerah dan calon wakil kepala daerah yang selanjutnya disebut pasangan calon adalah bakal pasangan pasangan calon yang telah memenuhi persyaratan untuk dipilih sebagai kepala daerah dan wakil kepala daerah”.⁷ Maka dapat dikatakan pemilihan kepala daerah secara langsung sebagaimana diamanatkan dalam UU No. 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, merupakan suatu kemajuan dan pembaruan, pemilihan kepala daerah secara langsung akan menjadi babak penting dalam sejarah perpolitikan di Indonesia, dimana rakyat terlibat secara langsung dalam pemilihan pemimpinnya.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (Pemilukada) merupakan suatu perwujudan mekanisme demokratisasi di negara kita telah

⁶ UU No. 32 Tahun 2004, Bab I Pasal 56 ayat 1.

⁷ *Ibid.*

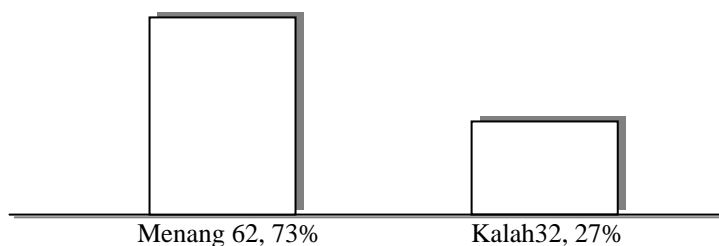
mencapai kedaerah-daerah dengan diselenggarakannya pemilihan kepala daerah secara langsung. Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (Pemilukada) secara langsung adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah propinsi dan kabupaten atau kota. Rakyat memiliki hak untuk menentukan dan memilih secara langsung kepala daerah dan wakil kepala daerahnya masing-masing, artinya pada wilayah kabupaten, masyarakat dapat memilih calon bupati dan wakil bupati, pada wilayah kota, masyarakat dapat memilih calon walikota dan wakil walikota, dan dalam wilayah propinsi, masyarakat dapat memilih gubernur dan wakil gubernur. Pemilihan secara langsung tersebut tidak lepas dari kebijakan otonomi daerah yang diberikan oleh pusat kepada daerah.

Menurut fakta dari fenomena yang terjadi dalam pemilu, kepala daerah yang tengah memerintah (*incumbent*) masih mempunyai peluang lebih besar dalam memenangkan Pemilukada. Dari pelaksanaan Pemilukada hingga Desember 2006, sebanyak 62.2% kepala daerah *incumbent* yang maju dalam Pemilukada berhasil menang. Hampir semua provinsi ditandai dengan majunya kembali kepala daerah *incumbent*. Hanya di provinsi Papua, Maluku dan Nanggroe Aceh Darussalam banyak kepala daerah *incumbent* yang tidak ikut maju dalam Pemilukada. Posisi *incumbent*, menguntungkan bagi kandidat. Besarnya peluang kepala daerah terpilih kembali ini tidak bisa dilepaskan dari keuntungan yang didapat oleh kepala daerah, baik keuntungan langsung maupun tidak langsung. Keuntungan langsung yang didapat oleh kepala daerah yang tengah menjabat adalah dalam bentuk popularitas. Kepala daerah

kemungkinan adalah orang yang paling dikenal oleh pemilih. Sementara keuntungan tidak langsung didapat oleh kepala daerah *incumbent* dari aktivitasnya sebagai kepala daerah. Kunjungan ke daerah, mengunjungi rumah masyarakat hingga meresmikan sebuah proyek pembangunan dapat dibungkus sebagai kampanye untuk untuk mengenalkan diri kepada masyarakat.

Dalam sebuah jurnal yang diterbitkan oleh Lingkaran Survei Indonesia (LSI) mencatat, bahwa: kepala daerah *incumbent* yang maju kembali sebagai calon kepala daerah dalam Pemilukada (230 orang). Mereka yang menang dan terpilih kembali 143 orang (62,17%), sedangkan *incumbent* yang lunglai atau kalah hanya 87 orang (37,83%). Keunggulan *incumbent* yang terlihat mencolok pada pemilukada Kabupaten/Kota, yakni menang 62,73% dan yang kalah 32,27%. Sedangkan pada pemilukada provinsi hasilnya berimbang yakni yang menang 50% dan kalah 50%.

Gambar Grafik 1.1
Persentase Keberhasilan Kepala Daerah *Incumbent* yang Maju Sebagai Calon Kepala Daerah Dalam Pilkada Kabupaten/Kota



Keterangan : Data didasarkan dari 230 kepala daerah *incumbent* yang ikut maju dalam Pemilukada (Juni 2005-Desember 2006). Sumber : *Diolah dari database Pilkada Lingkaran Survei Indonesia.*

Sementara itu pesta demokrasi pemilihan kepala daerah langsung di Kabupaten Kampar yang dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah Kabupaten Kampar pada tanggal 10 Oktober 2011 yang lalu, menyediakan tiga

nama bakal calon yang telah lolos menjadi calon Bupati dan Wakil Bupati yang diusung oleh partai-partai politik untuk dapat bersaing memenangkan pemilu kepala daerah dan wakil kepala daerah di Kabupaten Kampar ini, dimana satu dari ketiga nama pasangan calon merupakan *incumbent*. Ketiga nama calon bupati dan wakil bupati Kabupaten kampar adalah:

1. Nasrun Efendi – Tengku Nizar.
2. Burhanuddin Husin – Zulher, MS. (Pasangan *incumbent*)
3. Jefry Noer – Ibrahim Ali.

Pada pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang secara langsung tersebut mengharuskan para kandidat atau calon kepala daerah dan wakil kepala daerah menyiasati strategi-strategi yang tepat agar dapat mempengaruhi perilaku politik masyarakat Kabupaten Kampar sehingga mendapatkan dukungan dan keluar sebagai pemenang dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah di Kabupaten Kampar.

Apabila berbicara mengenai pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah (Pemilukada) maka hal ini tentu tidak lepas dari adanya persaingan antara masing-masing kandidat dalam berupaya meraih dukungan dari pemilih yang dalam hal ini adalah masyarakat. Banyak faktor yang akan mempengaruhi menang atau kalahnya pasangan calon pada suatu pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah, baik itu faktor *internal* yang dalam hal ini adalah partai serta kandidat yang diusung, maupun faktor *eksternal* yaitu masyarakat selaku pemilih. Dalam hal ini perilaku pemilih merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh masing-masing kandidat

karena hal ini akan saling berkaitan dengan bagaimana strategi *political marketing* (pemasaran politik) yang akan dilakukan oleh masing-masing kandidat dengan tujuan tentunya agar dapat memperoleh suara sebanyak mungkin dari pemilih. Sehubungan dengan sebutan serambi mekkahnya Riau untuk Kabupaten Kampar maka calon kandidat berupaya merebut hati masyarakat Kabupaten Kampar melalui pencitraan ke-islamian yang disampaikan pada kampanye-kampanye politik diharapkan dapat mewakili aspirasi masyarakat.

Faktor *internal* merupakan faktor yang cukup mempengaruhi menang atau kalahnya kandidat dalam suatu pemilihan adalah bagaimana partai serta kandidat yang diusung tersebut mampu menarik simpati masyarakat yaitu dengan melakukan pemasaran politik yang ideal. Dewasa ini politik di Indonesia jauh lebih terbuka dan transparan, masyarakat pun semakin kritis dalam melihat permasalahan politik yang terjadi. Masyarakat yang saat ini sudah semakin kritis terhadap dunia politik di Indonesia menuntut para kandidat untuk melakukan pendekatan yang lebih persuasif dalam melakukan pemasaran politik yang tentunya dilakukan dengan cara yang lebih tepat dan relevan agar dapat tertanam dibenak masyarakat. Tidak dapat dipungkiri, peran penentu dalam pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung tergantung pada pemilih yang mana dalam hal ini adalah masyarakat. Karena pada akhirnya siapapun pemenang dalam Pemilukada nanti merupakan kemenangan rakyat. Rakyat akan berharap banyak agar

kepala daerah mereka dapat mewakili aspirasi masyarakat Kabupaten Kampar.

Sehingga hal ini akan membuat persaingan yang semakin tinggi diantara para kandidat, termasuk dalam melakukan pemasaran politik (*political marketing*) yang menjadi semakin kuat dan berkala dilakukan oleh para pasangan calon. Maka pemasaran politik memiliki peran yang cukup penting bagi masing-masing kandidat dalam menyampaikan citra positif masing-masing pasangan calon kandidat kepada masyarakat. Dimana dengan adanya pemasaran politik dalam pengertian yang sesungguhnya yaitu pemasaran politik yang dilakukan secara ideal maka partai politik ataupun kandidat pasangan calon dapat menyusun strategi-strategi apa saja yang nantinya akan dilakukan termasuk menyusun produk politik yang akan ditawarkan kepada masyarakat termasuk program kerja apa yang akan dijalankan apabila terpilih. Dengan melakukan pemasaran politik yang ideal maka akan memberikan manfaat bagi partai politik ataupun kandidat dalam membangun hubungan dengan pemilih, tentu saja para kandidat berharap akan mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam bentuk suara pada pemilu yang akan dilaksanakan.

Maka dari itu pemasaran politik merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam suatu pemilihan karena dapat membantu efektifitas penyusunan produk politik, serta dapat menyampaikan produk politik tersebut secara luas kepada masyarakat. Pemasaran politik akan membawa manfaat baik itu bagi partai politik ataupun kandidat pasangan calon karena dengan

adanya pemasaran politik hubungan mereka dengan pemilih akan terbangun dan secara tidak langsung dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang merupakan konsumen politik. Selain itu, dengan adanya pemasaran politik yang dilakukan, masyarakat sebagai pemilih akan dapat lebih mengetahui produk politik serta program kerja apa yang akan dijalankan oleh para kandidat apabila terpilih.

Faktor *eksternal* juga merupakan hal yang tidak kalah penting untuk diperhatikan oleh suatu partai politik maupun kandidat dalam menyampaikan produk politik kepada masyarakat, mengingat masyarakat saat ini semakin cerdas dan kritis maka perlu adanya kesiapan yang matang dalam menyampaikan program politik pasangan calon agar apa yang disampaikan tersebut dapat membuat masyarakat tertarik dan kemudian memilih kandidat yang bersangkutan. Tidak dapat dipungkri bahwa menang atau kalahnya calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dalam pemilihan umum kepala daerah tergantung pada perilaku pemilih dalam menentukan pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang bagaimana yang nantinya akan dijadikan pilihan oleh masyarakat Kabupaten Kampar. Dalam pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah Kabupaten Kampar ini jelas setiap calon atau kandidat menginginkan pencapaian yakni sebagai pemenang dan menjadi orang nomor satu di Kabupaten Kampar, akan tetapi pada akhirnya keputusan tetaplah berada di tangan masyarakat Kabupaten Kampar itu sendiri dalam memilih dan menentukan kepala daerah dan wakil kepala daerahnya.

Sebelum digelarnya Pemilukada Kabupaten Kampar, kota Pekanbaru yang berbatasan langsung wilayahnya dengan Kabupaten Kampar terlebih dahulu menyelenggarakan Pemilukada walikota. Pemilukada walikota Pekanbaru ini diselenggarakan dua kali, Pemilukada pertama digelar pada tanggal 18 Mei 2011 dengan kemenangan Firdaus dan Ayat Cahyadi, akan tetapi dibatalkan oleh MK melalui pembacaan amar putusan pembatalan hasil rekapitulasi perolehan suara di gedung MK oleh Moh. Mahfud karena dinilai terdapat kecurangan sistemik yang dilaporkan oleh pasangan terakhir atau yang kedua yakni Septina Primawati Rusli Zainal dan Erizal Muluk selaku *incumbent* walikota Pekanbaru.⁸ Dan setelah digelarnya Pemilukada Kota Pekanbaru yang kedua pada tanggal 21 Desember 2011 pasangan Firdaus dan Ayat Cahyadi yang diusung oleh Partai Demokrat, PKS, dan PDIP, PDK, Partai HANURA, dan PBB ini kembali menang.

Pemilukada Kabupaten Kampar digelar pada tanggal 10 Oktober 2011, dan hasil rekapitulasi perolehan suara pada Pemilukada Kabupaten Kampar tahun 2011 ini akhirnya dimenangkan oleh pasangan dengan nomor urut 3 yaitu Jefry Noer-Ibrahim Ali. Berikut adalah hasil rekapitulasi perolehan suara Pilkada Kabupaten Kampar 2011:

⁸ “MK kabulkan gugatan Septina-Erizal Pilkada Pekanbaru Diulang”, http://www.mediasmscenter.com/index.php?option=com_content&view=article&id=353:mk-kabulkan-gugatan-septina-erizal-pilkada-pekanbaru-diulang&catid=1:info-pilkada&Itemid=66 (5 Maret 2013).

Tabel 1.1
Perolehan Suara Untuk Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati
Kabupaten Kampar Tahun 2011

NO	NAMA PASANGAN CALON	PARTAI PENDUKUNG	PERSENTASE SUARA PARTAI	PERSENTASE SUARA CALON
1.	NASRUN EFENDI dan TENGGU NIZAR	PDK, PDP, PDS, PPRN	17,77%	13,58%
2.	BURHANUDDIN HUSIN dan ZULHER, MS	Golkar PPP, Gerindra, Hanura, PBR, PPNUI	33,33%	40,56%
3.	JEFRY NOER dan IBRAHIM ALI	Demokrat PKS PAN	48,89%	45,85%

Sumber: KPUD Kabupaten Kampar.

Dari tabel 1.1 di atas dengan jelas telah diketahui bahwa pasangan Jefry Noer dan Ibrahim Ali mendapatkan suara terbanyak dan terpilih sebagai pasangan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Kampar untuk periode 2011-2016 dalam proses demokrasi politik pemilihan kepala daerah yang dilaksanakan di Kabupaten Kampar. Bupati terpilih ini sendiri merupakan mantan Bupati Kampar pada periode 2001 – 2006 yang dikalahkan oleh Burhanuddin Husin pada pemilukada Kabupaten Kampar tahun 2006.

Dengan penjelasan data yang diterbitkan LSI di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, betapa kuatnya *power* yang dimiliki pasangan kandidat dari *incumbent* yang maju dalam pemilukada langsung. Dalam hal ini menjadi fenomena yang sangat menarik bagi penulis dimana *power* yang dimiliki oleh

kandidat *incumbent* ternyata tidak berarti dalam pemilukada Kabupaten Kampar tahun 2011. Sehingga penulis mencoba melihat bagaimana pasangan calon bupati Jefry Noer-Ibrahim Ali dan timnya dapat memenangkan Pemilukada dengan mengalahkan pasangan calon *incumbent* Burhanuddin Husin yang notabenehnya adalah sebagai Bupati Kabupaten Kampar yang kembali maju dalam pemilukada kali ini. Bagaimana upaya pemanfaatan semua potensi dan sumber daya politik yang mereka miliki dalam merebut kembali kursi nomor satu di Kabupaten Kampar setelah satu periode kepemimpinan Burhanuddin Husin.

Dilihat dari data hasil pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah Kabupaten Kampar yang telah berlangsung pada tanggal 10 Oktober 2011 pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali mendapatkan suara terbanyak dengan perolehan 125.231 suara dari 273.118 suara sah. Dengan persentase suara partai 48,89 % atau suara calon 41,37%. Hal ini tentu saja tidak lepas dari adanya strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali.

Maka dari itu pada penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kemenangan pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali pada pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Kampar tahun 2011.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi pemasaran politik yang dilakukan pasangan Jefry Noer dan Ibrahim Ali dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah Kabupaten Kampar tahun 2011 ?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi kemenangan pasangan Jefry Noer dan Ibrahim Ali terhadap pasangan lainnya pada pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah Kabupaten Kampar tahun 2011 ?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kemenangan pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali terhadap pasangan calon lainnya dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah Kabupaten Kampar tahun 2011.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah khazanah pustaka yang memfokuskan penelitian di bidang Pemilihan Langsung Kepala Daerah dengan dinamika yang muncul di dalamnya.

2. Manfaat Praktis

Dari sisi praktis penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kualitas bagi peneliti sendiri, ataupun sebagai bahan kajian bagi pihak-pihak terkait yang ingin terjun ke panggung politik dalam pemilihan Kepala Daerah. Juga sebagai saran ataupun masukan dalam meningkatkan kualitas pemahaman mengenai strategi pemasaran politik yang ideal.

E. Kerangka Dasar Teori

Budiarjo mendefinisikan bahwa Teori adalah generalisasi yang abstrak tentang berbagai fenomena, dalam menyusun generalisasi tersebut teori yang digunakan yaitu berdasarkan konsep-konsep dan konsep tersebut berasal dari pikiran manusia dan arena tersebut bersifat abstrak sekalipun fakta-fakta dapat digunakan sebagai batu loncatan.⁹

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa teori merupakan suatu konsep, gagasan atau ide yang dapat digunakan dalam menganalisis suatu fenomena yang terjadi di tengah masyarakat dan teori juga dapat digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan cara merumuskan hubungan antar konsep, gagasan, atau ide tersebut.

Adapun teori-teori yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi

Bryson secara sederhana mendefinisikan strategi sebagai “*a plan to achieve mission and meet the mandates*” atau suatu rencana untuk meraih misi dan melaksanakan mandat. Strategi merupakan suatu pola tujuan, kebijakan, dan program kegiatan. Keputusan maupun pengalokasian sumber daya yang menentukan apa organisasi itu, apa yang dikerjakan, dan mengapa ia melakukan itu. Dengan demikian strategi merupakan pengembangan dari misi organisasi yang menghubungkan organisasi itu dengan lingkungannya,

⁹ Miriam Budhiarjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1993), hal. 30.

sehingga strategi merupakan *outline* respon organisasi terhadap tantangan-tantangan mendasar yang dihadapi.

Lebih lanjut strategi merupakan suatu rencana untuk mencapai tujuan tertentu yang disusun sedemikian rupa oleh suatu organisasi sesuai dengan misi yang hendak diraihinya, sekaligus untuk melaksanakan mandat atau tugas-tugas yang diembannya dengan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan eksternal maupun internal.

Sebagai sebuah rencana, maka strategi tidak dengan sendirinya akan mampu meraih apa yang diharapkan begitu selesai disusun. Faktor implementasi dari strategi itulah yang mempengaruhi keberhasilan strategi tersebut. Sebaik apapun suatu strategi tidak akan berhasil apabila jelek dalam menjalankan atau mengimplementasikannya. Sebaliknya, apabila biasa-biasa saja suatu strategi disusun, namun bagus dalam melaksanakannya, niscaya akan berhasil strategi tersebut. Hal ini diilustrasikan oleh Bryson¹⁰ sebagai berikut: *General strategy will if specific steps to implement them are absent. Further are prone to failure if there is no consistency between what an organization says, what it pays for, and what it does.*

Dari pertanyaan tersebut, disimpulkan bahwa keberhasilan suatu strategi diperlukan konsistensi antara strategi dan implementasi. Strategi bukan merupakan pedoman kaku (*rigid*) bagi implementasi, karena filosofi penyusunan strategi adalah sebagai jembatan organisasi dengan

¹⁰ H. M, Bryson, *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hal. 130.

lingkungannya, sehingga tetap dimungkinkan adanya suatu fleksibilitas yang adaptif namun tetap relevan.

Dengan definisi strategi tersebut di atas, maka pada dasarnya setiap organisasi memiliki strategi dalam mewujudkan tujuan organisasi. Strategi dalam organisasi berpengaruh terhadap tujuan, kebijakan, program, kegiatan, keputusan-keputusan dan pengalokasian sumber daya organisasi.

Suatu strategi yang afektif harus memenuhi beberapa kriteria seperti yang dinyatakan oleh Bryson¹¹:

1. Strategi secara teknis harus dapat dikerjakan.
2. Strategi secara politis dapat diterima oleh para *key stakeholders*.
3. Strategi harus sesuai dengan filosofi dan nilai-nilai organisasi.
4. Strategi bersifat etis, moral, legal dan merupakan keinginan organisasi untuk menjadi baik.
5. Strategi harus sesuai dengan isu strategi yang hendak dipecahkan.

Seperti dikemukakan sebelumnya, bahwa strategi bagi suatu organisasi terdiri dari sub-sub sistem, yang tentunya masing-masing memerlukan strategi pencapaiannya.

2. Pemilukada

Pemilihan Umum, selanjutnya disebut Pemilu, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia,

¹¹ *Ibid.*

jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pemerintah Negara dibentuk melalui pemilu itu adalah yang berasal dari rakyat, dijalankan sesuai kehendak rakyat.¹²

Pemilu atau pemilihan umum terbagi menjadi tiga yaitu :

1. Pemilu Parlemen (DPR, DPD, DPRD),
2. Pemilu Presiden dan Wapres,
3. Pemilu Kepala Daerah.

Indonesia yang menganut asas Demokrasi dalam menjalankan sistem pemerintahannya yaitu harus adanya kebebasan bersama dalam hidup berbangsa dan bernegara dimana masyarakat mempunyai hak untuk menyampaikan aspirasinya. Demokrasi itu sendiri dapat meliputi beberapa aspek antara lain:

1. Ada pengakuan terhadap hak pilih universal, tidak adanya diskriminatif yang meliputi beberapa aspek seperti agama, suku, gender, dll.
2. Ada keleluasaan membentuk organisasi politik bagi pluralitas aspirasi masyarakat pemilih sehingga pemilih memiliki alternative pilihan.
3. Ada kebebasan bagi pemilih untuk mendiskusikan dan menentukan pilihan.
4. Ada komite atau panitia pemilihan yang bebas atau independent.

¹² Haryanto, *Partai Politik Suatu Tinjauan Umum* (Yogyakarta: Liberty, 1984), hal. 61.

5. Ada keleluasaan bagi kontestan atau kandidat untuk dapat berkompetisi secara sehat.
6. Perhitungan suara yang jujur dan transparan.
7. Netralitas birokrasi.

Sistem pemilihan umum diartikan sebagai satu kumpulan metode atau cara warga masyarakat memilih para wakilnya. Sebuah lembaga perwakilan rakyat baik itu DPR maupun DPRD dipilih, maka sistem mentransfer sejumlah suara kedalam jumlah kursi. Sementara itu pemilihan presiden, gubernur, bupati, yang merupakan representasi tunggal dalam sistem pemilihan, jumlah suara yang diperoleh menentukan siapa yang menang dan siapa yang kalah.¹³

Menurut Afan Gaffar, untuk menentukan sistem pemilu yang tepat bagi sebuah negara atau masyarakat, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan:

1. *Electoral formula* (sistem pemilu). *Electoral formula* ini akan menentukan alokasi kursi yang diberikan pada masing-masing partai yang bersaing. Dalam Ilmu Politik secara umum dikenal dua jenis sistem pemilihan, yaitu:
 - Sistem Distrik/Sistem Pluralistik (*single-member constituency*), Sistem ini merupakan sistem yang paling tua dan didasarkan atas kesatuan geografis yang lazim disebut distrik. Setiap distrik mempunyai satu wakil dalam Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

¹³ M. Rusli Karim, *Pemilu Demokratis Kompetitif* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1991), hal. 255.

- Sistem Representasi Proportional (*multi-member constituency*), gagasan pokok dalam sistem ini adalah bahwa jumlah kursi yang diperoleh oleh suatu partai sesuai dengan jumlah suara yang diperoleh.
- 2. *Distric magnitude* (besaran kursi dalam distrik). *Distric magnitude* menentukan jumlah wakil rakyat yang dipilih disetiap distrik. Besaran distrik bisa berbeda-beda tergantung pada kepadatan penduduknya. Semakin besar magnitude sebuah distrik maka semakin besar partai-partai kecil terlindungi.
- 3. *Electoral threshold*, yaitu jumlah dukungan minimal yang harus diperoleh partai untuk mendapatkan kursi dilembaga perwakilan.

Tahap pelaksanaan sebagaimana yang dimaksud dalam peraturan perundang-undangan tentang pemilu yaitu:

1. Penetapan daftar pemilih.
2. Pendaftaran dan penetapan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah.
3. Kampanye.
4. Pemungutan suara.
5. Perhitungan suara.
6. Penetapan pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah terpilih, pengesahan dan pelantikan.¹⁴

¹⁴ Samsul Wahidin, *Hukum Pemerintahan Daerah; Mengawasi Pemilihan Umum Kepala Daerah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 18.

Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 dan PP No.6 tahun 2005 Pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang selanjutnya disebut pemilukada adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat diwilayah provinsi dan atau kabupaten/kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah. Penyelenggaraan pemerintahan daerah sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, pemerintahan daerah, yang mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan, diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pemilukada langsung berarti mengembalikan hak-hak dasar masyarakat di daerah untuk memberikan kewenangan yang utuh dalam rangka rekrutmen lokal secara demokratis.¹⁵

Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2004 pasal 56 ayat 1 menyebutkan bahwa “Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil”.

¹⁵ Joko J Prihatmoko, *Pemilihan Kepala Daerah Langsung* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).

1. Langsung

Rakyat yang berkedudukan di daerah sebagai pemilih mempunyai hak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai dengan kehendak hati nuraninya tanpa perantara.

2. Umum

Seluruh warga Negara berhak menggunakan hak memilihnya apabila memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dalam UU No. 32 Tahun 2004 maupun PP No. 6 tahun 2005. Bersifat umum adalah mengandung makna bahwa menjamin kesempatan seluas-luasnya bagi warga Negara tanpa memandang perbedaan.

3. Bebas

Setiap warga Negara yang ditetapkan sebagai pemilih berhak memberikan suara atau menentukan pilihannya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

4. Rahasia

Dalam menentukan pilihannya pemilih dijamin tidak akan diketahui pilihannya oleh siapapun.

5. Jujur

Dalam menyelenggarakan pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, pasangan calon, aparat pemerintah, partai politik, pengawas pemilihan, pelaksana pemilihan dan pihak-pihak lainnya yang terlibat haruslah bersikap jujur.

6. Adil

Penyelenggara pemilihan dan pihak-pihak yang terkait haruslah bersikap adil terhadap pemilih dan pasangan calon.

Adapun syarat calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala daerah adalah:

1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
2. Setia kepada Pancasila sebagai Dasar Negara, Undang-Undang dasar Republik Indonesia Tahun 1945 dan kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia serta Pemerintah.
3. Berpendidikan sekurang-kurangnya sekolah lanjutan tingkat atas atau sederajat.
4. Berusia sekurang-kurangnya 30 tahun.
5. Sehat Jasmani dan Rohani berdasarkan hasil pemeriksaan kesehatan menyeluruh dari tim dokter.
6. Tidak pernah dijatuhi tindakan pidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap karena melakukan tindakan pidana yang diancam dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau lebih.
7. Tidak dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap.
8. Mengenal daerahnya dan dikenal oleh masyarakat di daerahnya.
9. Menyerahkan daftar kekayaan pribadi dan bersedia untuk diumumkan.

10. Tidak memiliki hutang secara perseorangan atau secara badan hukum yang menjadi tanggung jawabnya yang merugikan keuangan Negara.
11. Tidak dinyatakan sedang pailit berdasarkan putusan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap.
12. Tidak pernah melakukan perbuatan tercela.
13. Memiliki NPWP (nomor pokok wajib pajak) atau bagi yang belum memiliki NPWP wajib mempunyai bukti pembayaran pajak.
14. Menyerahkan daftar riwayat hidup lengkap yang memuat antara lain riwayat pendidikan dan pekerjaan serta keluarga kandung, suami atau istri.
15. Belum pernah menjabat sebagai kepala daerah atau wakil kepala daerah selama dua kali masa jabatan dalam jabatan yang sama.
16. Tidak dalam status sebagai pejabat kepala daerah.¹⁶

Sementara syarat dalam mengajukan pasangan calon kepada Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) adalah dimana partai politik atau gabungan partai politik dapat mendaftarkan pasangan calon atau kandidat apabila memenuhi persyaratan perolehan sekurang-kurangnya 15% dari jumlah kursi DPRD atau 15% dari akumulasi perolehan suara sah dalam Pemilihan Umum anggota DPRD di daerah yang bersangkutan tersebut.

¹⁶ UU No. 32 tahun 2004 Pasal 58.

3. Perilaku Pemilih

Perilaku pemilih menurut Surbakti adalah “aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih dan tidak memilih (*to vote or not to vote*) di dalam suatu pemilu maka *voters* akan memilih atau mendukung kandidat tertentu”.¹⁷ Sikap atau *attitude* juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara bereaksi terhadap suatu rangsangan yang timbul dari seseorang atau dari situasi. Terdapat tiga komponen mengenai perilaku atau sikap yaitu:

1. Kognitif yaitu proses pengamatan terhadap sesuatu (orang, barang, tempat dan sebagainya) sehingga kita dapat mengenalnya.
2. Afektif yaitu yang menyangkut mencari alasan mengapa seseorang menganggap sesuatu itu baik atau buruk, senang atau tidak senang dan sebagainya.
3. Perilaku yaitu berkaitan dengan interaksi seseorang dengan orang lain atau sesuatu yang lain.

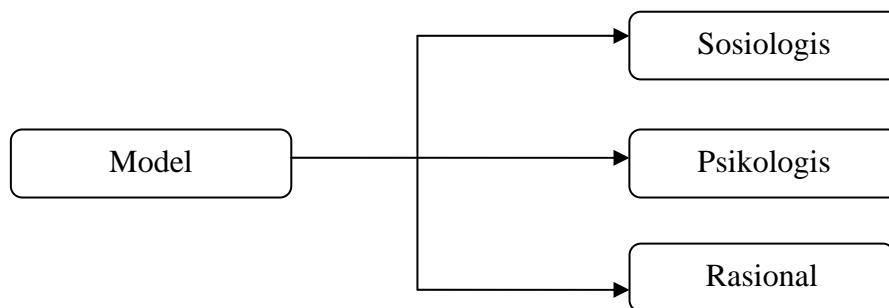
Dalam suatu proses komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan yang lainnya, maka proses komunikasi tersebut akan menimbulkan suatu “persepsi”. Persepsi itu sendiri adalah proses kognitif atau proses psikologis. Persepsi merupakan gambaran-gambaran arti atau interpretasi yang bersifat subjektif, artinya persepsi sangat tergantung pada kemampuan dan keadaan diri yang bersangkutan.

¹⁷ Efriza, *Political Explore; Sebuah Kajian Ilmu Politik* (Bandung: Alfabeta 2012), hal. 480.

Sementara pemilih diartikan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan utama para kontestan untuk mereka pengaruhi dan yakinkan agar mendukung dan kemudian memberikan suaranya kepada kontestan yang bersangkutan.¹⁸ Dalam peraturan KPU nomor 19 Tahun 2008 Tentang pedoman pelaksanaan kampanye pemilihan umum anggota DPR, DPD dan DPRD menyebutkan bahwa “Pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang pada saat hari pemungutan suara telah genap berusia 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin dan atau sedang tidak dicabut hak pilihnya”.¹⁹

Terdapat tiga model mengenai Perilaku politik pemilih (*electoral behavior*).²⁰

**Gambar Bagan 1.2
Model Perilaku Pemilih**



3.1. Pendekatan Sosiologi

Pendekatan sosiologi merupakan tindakan sosial dan akses kepentingan pemilih baik secara kolektif maupun secara individual.

Ditunjukkan terhadap pokok-pokok tertentu seperti tingkah laku

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Peraturan KPU No. 19 Tahun 2008. Pasal 1 ayat 12, Dalam buku: *Profil Partai Politik Peserta Pemilu 2009* (Yogyakarta: Pustaka Timur, 2008), hal. 68.

²⁰ Muhammad Asfat, *Pemilih dan Perilaku Memilih 1995 – 2004* (Pustaka Eureka. 2006).

organisasi, elit politik, pendapat umum, ideologi politik dan sifat-sifat sosial serta partai politik. Dan pada pendekatan ini juga menekankan pentingnya beberapa hal yang berkaitan dengan instrumen kemasyarakatan seseorang seperti persamaan status sosioekonomi, pendidikan, jenis pekerjaan, kelas sosial, agama atau etnik yang sama cukup mempengaruhi perilaku pemilih dalam menentukan pilihan.

3.2. Pendekatan Psikologis

Pendekatan psikologis merupakan hasil sosialisasi politik yang kompleks dari individu dalam masyarakat, unsur keterkaitan pada tokoh-tokoh politik yang terkait dalam konteks ini citra tentang personalitas tokoh dimata pemilih berpengaruh pada perilaku pemilih. Penilaian pribadi terhadap kandidat atau tema-tema yang diangkat sangat berpengaruh terhadap pilihan pemilih pada saat memberikan suara dalam pemilu.

Dan pada pendekatan ini juga perilaku pemilih sangat bergantung pada sosialisasi politik lingkungan yang menyelimuti diri pemilih. Identifikasi kepartaian (*party identification*) adalah wujud dari sosialisasi politik tersebut, yang bisa dibina orang tua, organisasi sosial kemasyarakatan, dan lainnya. Sosialisasi ini berkenaan dengan nilai dan norma yang diturunkan orang tua, organisasi sosial kemasyarakatan, dan lainnya sebagai bentuk penurunan dan penanaman kepada generasi baru. Oleh karena itu, pilihan seorang anak yang telah melalui tahap sosialisasi

politik ini juga tidak jarang memilih partai yang sama dengan pilihan orang tuanya.

Pada pendekatan ini, pemilih menentukan pilihannya karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sebagai produk dari proses sosialisasi. Baik itu sosialisasi yang dilakukan oleh pihak internal dalam hal ini adalah keluarga maupun sosialisasi yang dilakukan oleh pihak eksternal yaitu partai politik atau kandidat bersangkutan yang mengikuti Pemilu. Melalui proses sosialisasi kemudian berkembang ikatan psikologis yang kuat antara seseorang dengan organisasi kemasyarakatan atau partai politik.

3.3. *Rational Choice*

Rational Choice merupakan perspektif dimana seorang pemilih berperilaku secara rasional dan egois. Pemilih pada dasarnya bertindak secara rasional ketika membuat pilihan tanpa melihat agama, jenis kelamin, kelas, latar belakang orang tua dan macam sebagainya.

Penggunaan pendekatan rasional dalam menjelaskan perilaku pemilih oleh ilmuwan politik sebenarnya diadaptasi dari ilmu ekonomi. Mereka melihat adanya analogi antar pasar (ekonomi) dan perilaku pemilih (politik). Apabila secara ekonomi masyarakat dapat bertindak secara rasional, yaitu menekan ongkos sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, maka dalam perilaku politikpun masyarakat akan dapat bertindak secara rasional, yakni

dengan memberikan suara kepada yang dianggap mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan menekan kerugian.

Dalam konteks rasional, ketika pemilih merasa tidak mendapatkan faedah dengan memilih partai atau calon kandidat yang tengah berkompetisi, pemilih tidak akan melakukan pilihan, Hal ini dilandaskan pada kalkulasi ekonomi, dimana perhitungan biaya yang dikeluarkan lebih besar dengan apa yang akan didapatnya nantinya. Pemilih akan cenderung memilih partai atau Kepala daerah yang berkuasa dipemerintahan apabila calon kepala Daerah tersebut mampu membuat keadaan ekonomi lokal pada masa pemilu lebih baik dari pada tahun sebelumnya. Sebaliknya ia akan menolak dengan tidak memilih apabila keadaan ekonomi lokal tidak lebih baik dari sebelumnya.

Pada pendekatan ini, secara langsung ataupun tidak maka akan membuat para calon kandidat dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah berupaya dan berusaha untuk mengemukakan berbagai program untuk menarik simpati dengan melakukan apa yang menjadi keinginan masyarakat selaku pemilih. Namun sebaliknya apabila partai ataupun calon kandidat kepala daerah tersebut gagal mempromosikan programnya pada pemilih, maka pilihan untuk tidak memilih adalah rasional bagi pemilih.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku politik pemilih merupakan aktifitas atau tindakan yang dilakukan oleh individu atau

kelompok terhadap suatu objek tertentu. Perilaku politik diartikan sebagai fungsi dari kondisi sosial, kondisi ekonomi, serta fungsi kepentingan masyarakat selaku pemilih dalam menentukan Kepala Daerahnya. Perilaku pemilih merupakan tanggapan, persepsi, sikap dan keyakinan serta sebagai suatu pendekatan perilaku politik dalam Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

4. Pemasaran Politik

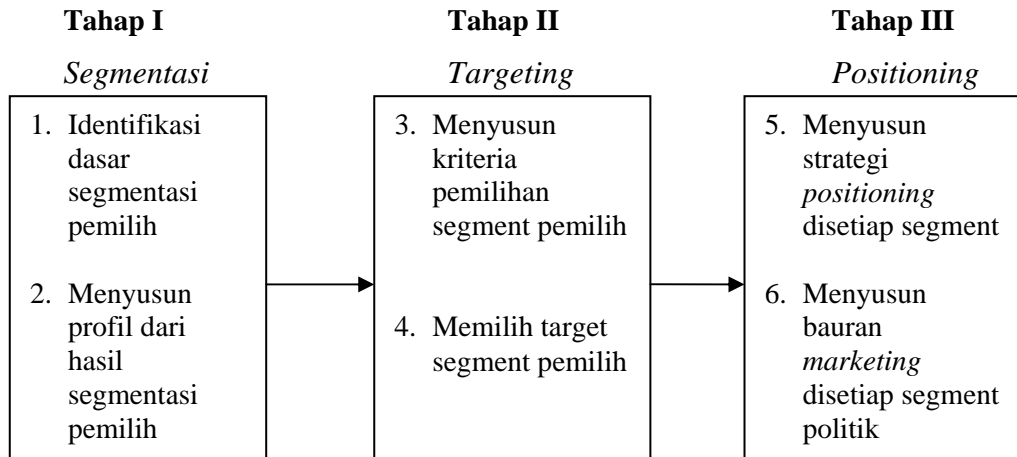
4.1. Strategi Pemasaran Politik

Kata Strategi sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Yunani yang diambil dari kata “*Strategos*” (Stratus: Militer dan Pemimpin) yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang, jadi istilah strategi pada awalnya dikenal pada dunia militer.

Sedangkan Pemasaran Politik merupakan suatu strategi kampanye politik dalam menyampaikan produk politik kepada para pemilih dengan tujuan untuk membentuk serangkaian politis atau maksud tertentu didalam pikiran para pemilih yang dalam hal ini adalah masyarakat. Adapun strategi pemasaran politik terdiri dari tahap-tahap yaitu *segmentating*, *targeting*, dan *positioning*.²¹

²¹ Firmansyah, *Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas (rev.ed.)*; Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hal. 212.

Tabel Bagan 1.2
Strategic Political Marketing



Sumber: *Smith & Hirst (2001, hlm 1061)*.

4.1.1. *Segmentating*

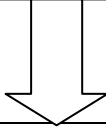
Segmentating adalah upaya untuk mengenali karakteristik tipe kelompok pasar, meskipun nantinya tidak semua kelompok pasar yang diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai kelompok yang dijadikan target sasaran. Segmen pasar dapat dilihat berdasarkan agama, usia, gender dan secara geografis.

Tahap segmentasi sangat diperlukan untuk menyusun program kerja suatu partai, terutama untuk mengetahui bagaimana cara yang digunakan dalam berkomunikasi dan membangun interaksi yang baik dengan masyarakat.

Tanpa melakukan segmentasi maka akan membuat partai politik kesulitan dalam proses penyusunan pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi dan produk politik yang akan disampaikan kepada para pemilih.

Tabel Bagan 1.3

Metode Segmentasi Pemilih



Dasar Segmentasi	Penjelasan
Geografi	Masyarakat dapat disegmentasi berdasarkan geografis dan kepadatan (<i>density</i>) populasi.
Demografi	Konsumen politik dapat dibedakan berdasarkan Umur, jenis kelamin, agama, pendidikan, pekerjaan dan kelas sosial. Masing-masing kategori memiliki karakteristik yang berbeda tentang isu politik satu dengan lainnya.
Psychografi	Memberikan tambahan metode segmentasi berdasarkan geografi. Dalam metode ini segmentasi dilakukan berdasarkan kebiasaan, <i>life style</i> dan perilaku yang mungkin terkait dalam isu-isu politik.
Perilaku (<i>Behaviour</i>)	Masyarakat dapat dikelompokkan dan dibedakan berdasarkan proses pengambilan keputusan, intensitas keterkaitan dan keterlibatan dengan isu politik, loyalitas dan perhatian terhadap permasalahan politik.

Sosial Budaya	Klasifikasi ini meliputi budaya, suku, etnik dan ritual spesifik yang membedakan intensitas, kepentingan dan perilaku terhadap isu-isu politik. ²²
---------------	---

4.1.2. Targeting

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

4.1.3. Positioning

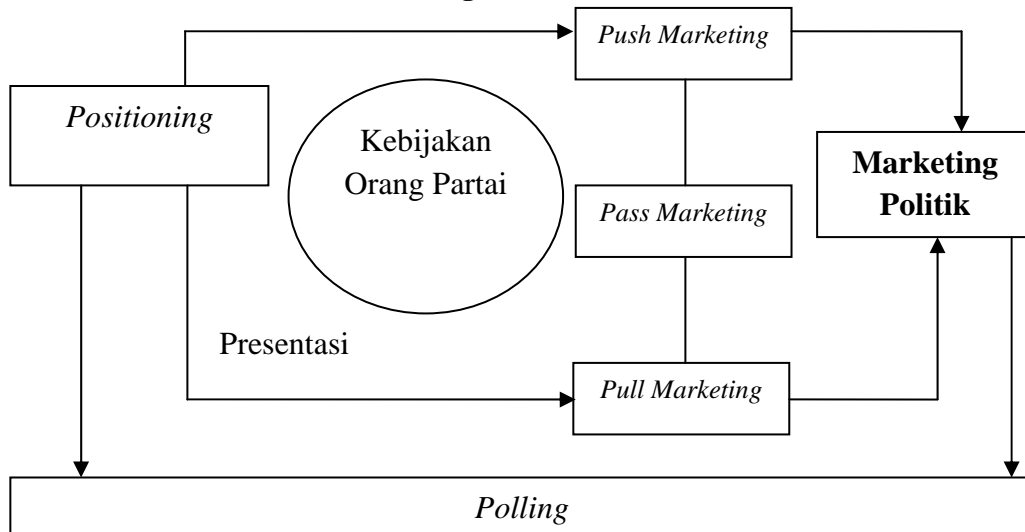
Positioning adalah dimana partai atau kandidat harus mampu menempatkan produk politiknya dan mampu membuat *image* politik dibenak pemilih sehingga partai atau kandidat tersebut dianggap berbeda dengan yang lainnya.

Menurut Nursal Pemasaran Politik adalah serangkaian aktifitas yang telah terencana, strategis dan taktis, berdimensi dalam jangka panjang dan jangka pendek untuk menyampaikan makna politik kepada pemilih.²³ Berikut Strategi *Marketing* Menurut Nursal:

²²*Ibid.*, hal. 186.

²³*Ibid.*, hal.218.

Gambar Bagan 1.3
Strategi Pemasaran Politik



Sumber: Nursal (2004).

Dari strategi pemasaran yang digambarkan pada bagan Nursal tersebut maka terbentuklah alur dari penyampaian produk politik itu kepada masyarakat.

4.2. *Political Marketing Mix*

4.2.1. *Policy*

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

4.2.2. *Person*

Person adalah kandidat eksekutif atau legislatif yang akan dipilih dalam Pemilihan umum (Pemilu). Kualitas dari kandidat tersebut dapat dilihat melalui tiga dimensi yaitu kualitas

instrumental, dimensi simbolis, dan fenotipe eptis. Akan menghasilkan person yang berkualitas apabila ketiga dimensi tersebut dapat dikelola dengan baik.

4.2.3. *Party*

Party adalah dimana suatu partai politik sebagai substansi produk politik yang meliputi unsur identitas utama, identitas astesis, dan aset reputasi.

4.2.4. *Presentation*

Presentation atau presentasi adalah bagaimana ketiga substansi produk politik di atas (*Policy, Person, dan Party*) dapat disajikan atau dipresentasikan dengan baik yang mana nantinya melalui presentasi ini maka masyarakat akan dapat menentukan apakah partai atau kandidat tersebut merukan pilihan pemilih atau tidak.

4.3. *Polling*

Polling atau jajak pendapat adalah suatu upaya yang dilakukan untuk mengetahui opini publik, dengan mengetahui opini publik tersebut maka apakah nantinya suatu partai politik lebih memperjuangkan ideologi partai atau mengikuti keinginan masyarakat.

4.4. Penyampaian Produk Politik

4.4.1. Push Marketing

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

4.4.2. Pass Marketing

Pass marketing merupakan penyampaian produk politik dengan menggunakan individu maupun kelompok (*influencer groups*). Dalam strategi ini partai politik atau kandidat menggunakan individu atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi opini publik, hal semacam ini sudah sering terjadi misalnya suatu partai menggunakan tokoh-tokoh terkemuka seperti tokoh pemuda, tokoh adat, dll untuk mempengaruhi opini publik yang tentunya mengharapkan bahwa pemilih akan menjatuhkan pilihan kepada partai atau kandidat yang bersangkutan.

4.4.3. Pull Marketing

Pull Marketing, dalam strategi ini penyampaian produk politik dilakukan dengan memanfaatkan media massa baik itu media cetak maupun elektronik. Media massa saat ini menjadi

semakin penting digunakan dalam menyampaikan produk politik bagi partai politik ataupun kandidat mengingat saat ini kemajuan teknologi yang semakin pesat dan sikap masyarakatpun yang lebih terbuka maka media ini banyak digunakan dalam menyampaikan suatu produk politik.

Menurut Norris, kampanye politik adalah suatu proses komunikasi politik di mana partai politik atau konstantan individu berusaha mengkomunikasikan ideologi ataupun program kerja yang mereka tawarkan. Kampanye politik adalah kegiatan individual atau kelompok dalam mempengaruhi individu atau kelompok lain agar mau memberikan dukungan dalam bentuk suara kepada mereka dalam suatu pemilihan. Kampanye berusaha membentuk tingkah laku kolektif agar masyarakat lebih mudah digerakkan untuk mencapai satu tujuan.

Kampanye politik merupakan suatu ajang manuver politik untuk menarik sebanyak mungkin pemilih dalam pemilu sehingga dapat menduduki kekuasaan, Dari pandangan tersebut, kampanye politik merupakan bagian marketing politik yang dianggap penting bagi suatu partai politik menjelang Pemilu. Kampanye politik dipandang sebagai suatu proses interaksi intensif dari partai politik kepada publik dalam kurun waktu tertentu menjelang pemilihan umum (Pemilu).

Pada PP No. 6 tahun 2006 tentang pemilihan, pengesahan, pengangkatan, dan pemberhentian Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah yang menyebutkan bahwa “Kampanye merupakan bagian dari penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah”. Melalui kampanye secara langsung ataupun tidak kampanye dapat dijadikan sebagai sarana sosialisasi bagi pasangan calon atau kandidat terhadap pemilih dalam hal ini adalah masyarakat. Kampanye politik yang dilakukan oleh semua kontestan untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara pada waktu pencoblosan. Dan melalui kampanye pula para kandidat dapat menyampaikan visi dan misi mereka apabila terpilih sebagai kepala daerah dan wakil kepala daerah serta menyampaikan program-program apa yang nantinya akan dijalankan.

Pada PP No. 6 Tahun 2005 Pasal 56, kampanye dapat dilakukan melalui:

1. Pertemuan terbatas.
2. Tatap muka dialog.
3. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik.
4. Penyiaran melalui radio dan TV.
5. Pemasangan alat peraga di tempat umum.
6. Rapat umum.

7. Debat publik atau debat terbuka antar calon dan atau kegiatan yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan.

Adapun hal-hal yang dilarang dalam pelaksanaan kampanye adalah:

1. Mempersoalkan dasar Negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Negara Republik Indonesia tahun 1945.
2. Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon pasangan atau kandidat lain, dan partai politik.
3. Menghasut atau mengadu domba partai politik, perseorangan dan kelompok masyarakat.
4. Menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat, dan partai politik.
5. Mengganggu keamanan, ketentraman dan ketertiban umum.
6. Mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah.
7. Merusak dan menghilangkan alat peraga kampanye dari pasangan calon atau kandidat lainnya.
8. Menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan.

9. Melakukan pawai atau arak-arakan yang dilakukan dengan berjalan kaki dan kendaraan di jalan raya.

Adapun teknik – teknik kampanye adalah:

1. *Door to door campaign*

Kampanye dengan teknik ini dilakukan dengan cara mendatangi para pemilih secara langsung dimana terjadinya interaksi secara langsung antara kandidat dan pemilih yang dalam hal ini adalah masyarakat.

Pada kampanye ini juga kandidat memiliki kesempatan untuk menanyakan secara langsung persoalan-persoalan sosial apa saja yang dihadapi masyarakat sehingga kandidat dapat mengetahui keinginan masyarakat.

2. *Group Discussion*

Teknik kampanye ini dilakukan dengan membentuk kelompok diskusi kecil dan membicarakan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Dengan teknik ini masyarakat dapat secara langsung mendiskusikan permasalahan mereka yang kemudian didiskusikan pemecahannya secara bersama-sama.

3. *Direct mass campaign* (Kampanye massa langsung)

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan aktifitas yang dapat menarik perhatian massa seperti melakukan pertunjukan kesenian, pawai, dan sebagainya yang dapat menarik perhatian masyarakat.

4. *Indirect mass campaign* (kampanye massa tidak langsung)

Teknik ini seringkali kita jumpai, dimana pada teknik ini dilakukan dengan menyampaikan pidato diberbagai media baik media cetak maupun media elektronik.

Teknik kampanye ini banyak digunakan para kandidat mengingat teknologi yang semakin modern memudahkan para kandidat untuk melakukan kampanye yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat.

F. Definisi Konsepsional

Adapun definisi konsepsional:

1. Strategi adalah suatu rencana untuk meraih misi dan melaksanakan mandat. Strategi merupakan suatu pola tujuan, kebijakan, dan program kegiatan. Keputusan maupun pengalokasian sumber daya yang menentukan apa organisasi itu, apa yang dikerjakan, dan mengapa ia melakukan itu.

2. Pemilukada adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan di daerah secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Atau suatu upaya tindakan pengembalian hak-hak dasar masyarakat di daerah untuk memberikan kewenangan yang utuh dalam rangka rekrutmen lokal secara demokratis dalam memilih kepala daerah dan wakil kepala daerahnya.
3. Perilaku Pemilih adalah tanggapan, persepsi, sikap, dan keyakinan massa yang berusaha dibentuk oleh calon kandidat atau parpol melalui suatu pendekatan perilaku politik dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah.
4. Pemasaran Politik adalah gabungan ilmu yang tersusun dari ilmu politik dan ilmu pemasaran dimana pemasaran politik ini menawarkan partai politik atau kandidat agar dapat membuat program-program yang berhubungan dengan permasalahan yang ada secara faktual.

G. Definisi Operasional

1. Strategi Pemasaran Politik

1.1. Strategi Pemasaran Politik

- 1.1.1. *Segmentating*: Melakukan segmentasi pasar yang dalam hal ini meliputi usia, gender, agama, dan geografis.

1.1.2. *Target*: Menentukan segment yang sudah ada tersebut untuk dijadikan target.

1.1.3. *Positioning*: Menunjukkan perbedaan dengan partai atau kandidat yang lain.

1.2. *Political Marketing Mix*

1.2.1. *Policy*: Program yang ditawarkan oleh pasangan calon.

1.2.2. *Person*: Citra dan popularitas yang dihadirkan oleh kandidat dimata calon pemilih.

1.2.3. *Party*: Identitas utama partai politik serta reputasi-reputasi partai politik yang mendukung kandidat.

1.3. Penyampaian Produk Politik

1.3.1. *Push Marketing*: Langsung kepada pemilih.

1.3.2. *Pass Marketing*: *Influencer groups*.

1.3.3. *Pull Marketing*: Melalui Media massa seperti; Koran, Televisi, Internet, dll.

2. **Faktor-Faktor Penyebab Kemenangan**

2.1. Faktor *Internal*

2.2. Faktor *Eksternal*

2.3. Perilaku Pemilih:

- 2.3.1. Pendekatan Sosiologis: Partai atau kandidat ikut serta dan berperan aktif dalam perpolitikan yang dapat menyentuh masyarakat sebagai calon pemilih.
- 2.3.2. Pendekatan Psikologis: Citra person dari kandidat dalam membentuk opini pemilih.
- 2.3.3. Pendekatan Rasional: Program atau kebijakan yang pro rakyat dari segi ekonomi (meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan ekonomi lokal) dari calon kandidat.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu metode dalam penelitian suatu objek, suatu peristiwa pada masa sekarang. Sugiono menyebutkan bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut “Metode penelitian Naturalistik” karena penelitian yang dilakukan tersebut pada kondisi yang alamiah (Natural Setting). Menurut Moh. Nazir penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi serta suatu sistem pemikiran ataupun kilas peristiwa pada masa sekarang. Sementara Koentjoro mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan

mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.²⁴

Adapun tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk menggambarkan atau mendeskripsikan secara sistematis, faktual, serta akurat mengenai fakta-fakta, sifat, dan hubungan antara fenomena-fenomena dari objek sedang diteliti.

2. Jenis Data

Adapun data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

2.1. Data Primer

Data primer merupakan tuntutan utama dalam aturan dasar metode sejarah. Pada penelitian ini data primer merupakan data yang diperoleh dari para narasumber termasuk data serta informasi mengenai pasangan Jefry Noer dan Ibrahim Ali.

2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, makalah, media massa baik media cetak maupun media elektronik serta dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

²⁴ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hal. 9.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pohan mendefinisikan bahwa teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau fakta-fakta dilapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi.

3.4. Wawancara

Dengan menggunakan teknik wawancara yakni komunikasi verbal dengan informan berkaitan dengan substansi penelitian. Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang dipergunakan adalah wawancara yang mendalam (*indepth interview*), dimana informannya telah mengetahui maksud dan tujuan peneliti secara garis besar dan sifatnya tidak mengikat. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan secara bercakap-cakap dan bertatapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti.²⁵

Adapun wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan kepada:

1. Bupati Kabupaten Kampar Tahun 2011 (Jefry Noer).
2. Wakil Bupati Kabupaten Kampar Tahun 2011 (Ibrahim Ali).

²⁵ Mardlis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 67.

3. Ketua DPC Partai Demokrat Kabupaten Kampar (Eva Yuliana).
4. Pengurus DPC Partai Demokrat Kabupaten Kampar (Dwi Hadi Kasmoen).
5. Tim sukses pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali. (Khairul Azmi Zein).

3.5. Dokumentasi

melakukan studi dokumentasi terhadap laporan yang telah dipublikasikan ataupun dari buku-buku pustaka yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Dokumentasi juga merupakan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi dari latar belakang penelitian.²⁶ Teknik dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data yang valid yaitu dengan cara melihat data dari:

1. Data tentang pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali

Merupakan data tentang informasi-informasi mengenai pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali seperti profil pasangan kandidat, visi misi serta kebijakan ataupun program-program apa yang ditawarkan oleh pasangan kandidat bupati dan wakil bupati dalam menyampaikan produk politiknya kepada masyarakat Kabupaten Kampar.

²⁶ *Ibid.*

2. Data kegiatan kampanye pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali

Adalah data mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali pada setiap Kecamatan-Kecamatan yang ada di Kabupaten Kampar.

3. Gambar, video atau foto-foto terkait.

Merupakan gambar, video maupun foto pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali beserta tim sukses dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh Pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali. Foto dalam iklan misalnya yang menggunakan media cetak maupun elektronik.

4. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian tentang analisis faktor-faktor kemenangan pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali dalam pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah di Kabupaten Kampar Tahun 2011 ini, penulis menggunakan teknik analisa kualitatif, menurut Koentjaraningrat analisis dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu analisa kualitatif dan kuantitatif. Apabila data yang dikumpulkan hanya sedikit bersifat monografis atau terwujud kasus-kasus (sehingga dapat disusun dalam struktur klasifikasi) maka analisa data yang digunakan adalah analisa kualitatif. Tetapi apabila data yang dikumpulkan tersebut berjumlah

besar dan mudah diklasifikasikan kedalam kategori-kategori maka teknik yang digunakan adalah analisa kuantitatif.²⁷

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa kualitatif interpretatif yaitu dengan cara mengklasifikasikan data yang diperoleh kemudian menganalisa sesuai dengan segala dari obyek yang diteliti dan menginterpretasikan fenomena-fenomena yang ada. Sehingga dari interpretasi ini dapat memberikan suatu deskripsi dan gambaran secara holistik mengenai masalah yang diteliti. Pengklasifikasikan dalam teknik analisa data ini dimaksudkan untuk mempermudah penulis dalam menganalisa permasalahan secara sistematis.

5. Unit Analisa Data

Dalam hal ini lokasi atau obyek penelitian peneliti adalah kantor Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrat Kabupaten Kampar yang juga merupakan basis utama tim pemenangan pasangan Jefry Noer-Ibrahim Ali yang terletak di jalan Letnan Boyak Bangkinang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

²⁷ Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT. Gramedia, 2007), hal. 4.