

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut sistem demokrasi dimana kedaulatan berada di tangan rakyat. Salah satu ciri sebuah negara dikatakan sebagai negara demokrasi adalah dengan diadakannya pemilihan umum sebagai sarana penyaluran kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Pemilihan umum dapat diartikan sebagai kesempatan bagi masyarakat yang telah memiliki hak pilih untuk memilih perwakilan dari masyarakat untuk menduduki suatu jabatan politik di dalam pemerintahan, baik itu memilih Presiden, kepala daerah tingkat provinsi, DPR RI, DPD RI, DPRD, dan DPD tingkat Kabupaten/kota.

Dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1999 pasal 1 butir (1) tentang Pemilihan Umum, pemilihan umum diartikan sebagai:

“Sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.”

Pileg (pileg) pada umumnya sering diartikan sebagai suatu proses memilih perwakilan dari masyarakat dalam pemerintahan yang diselenggarakan setiap 5 tahun sekali. Pileg ini diadakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945.

Dalam undang-undang telah dijelaskan bahwasanya fungsi dari pemilu yaitu sebagai sarana untuk memilih anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Selama lebih dari 74 tahun negara Indonesia terbentuk Indonesia telah melaksanakan pemilihan umum sebanyak 12 kali, yaitu pada tahun 1955 sampai dengan 2019. Jika dilihat dari jumlah partai yang ikut berkompetisi pada pemilihan umum, Indonesia termasuk sebagai negara yang memiliki banyak partai atau biasa disebut sebagai sistem multi partai. Oleh karena itu tingginya persaingan antar partai politik di dalam pemilihan umum adalah hal yang tidak dapat di pungkiri.

Di dalam sebuah pertandingan atau kompetisi tingginya persaingan antara pesaing yang mengikuti kompetisi adalah hal yang lumrah terjadi. Tingginya persaingan ini dapat memberikan dampak positif dan juga negatif terhadap para pesaing di dalam sebuah kompetisi. Dampak positif yang diberikan adalah meningkatnya semangat kompetisi di antara para pesaing di dalam kompetisi. Sementara, dampak negatifnya adalah tidak jarang para pesaing melakukan cara yang tidak baik dalam memenangkan kompetisi. Hal tersebut juga berlaku di dalam pemilihan umum, terkhusus pemilihan umum yang sering disebut sebagai ajang kompetisi politik, tingginya persaingan antar partai politik di dalam sebuah pemilihan umum bisa berdampak positif dan juga negatif terhadap penggunaan strategi pemenangan partai politik. Dampak positif yang ditimbulkan dari tingginya tingkat persaingan partai politik di dalam pemilihan umum adalah setiap partai politik yang mengikuti pileg akan berlomba-lomba untuk membuat strategi pemenangan yang paling jitu dan dapat memengaruhi suara masyarakat sebesar

mungkin. Namun, selain dampak positif tersebut dampak negatif yang sering kali mengikuti adalah partai politik rela menggunakan strategi pemenangan yang negatif seperti menggunakan kampanye hitam, propaganda, serangan fajar dan lain-lain untuk dapat memenangkan suara rakyat. Oleh karena itu *marketing* politik hadir sebagai strategi pemenangan positif yang dapat menjadi strategi jitu dalam memenangkan suara masyarakat dan tetap menjaga keadilan dan kejujuran di dalam pemilihan umum termasuk pileg.

Marketing politik atau pemasaran politik merupakan metode pemenangan pemilihan umum yang menggabungkan antara konsep *marketing* atau pemasaran dengan politik. *Marketing* politik dapat dikatakan sebagai aktifitas terencana, strategi jangka panjang maupun pendek partai politik dalam memasarkan ideologi serta program kerja dari partai maupun calon legislatif kepada masyarakat luas agar mendapat perolehan suara terbanyak dalam pemilihan umum.

Marketing politik memang tidak dapat menjamin kemenangan seorang kontestan politik, namun melalui *marketing* politik kontestan dan partai politik dapat membangun kedekatan yang lebih intens. Karena dengan *marketing* politik partai diarahkan untuk memandang masyarakat sebagai subjek yang perlu dipahami dan diberikan solusi dari permasalahannya, bukan sebagai objek yang bisa di manipulasi dan di eksploitasi.

Melalui *marketing* politik, partai politik akan menentukan pemasaran politik seperti apa yang akan diterima oleh masyarakat. Pertama, dimulai dari menentukan calon legislatif seperti apa yang dapat diterima oleh masyarakat baik dari segi citra kandidat, pendidikan serta kinerja calon legislatif. Kedua, promosi

serta bentuk komunikasi politik dalam memasarkan calon legislatif. Ketiga, dana yang dibutuhkan dalam menjalankan rencana pemasaran calon legislatif. Keempat, memahami karakteristik masyarakat yang menjadi daerah pilih dari calon legislatif.

Sebagai contoh *marketing* politik salah satu partai petahana yang juga ikut berpartisipasi di dalam pemilihan umum 2019 Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menggunakan *marketing politik* berupa *micro-targeting* untuk memenangkan Pemilu dan Pilpres 2019 strategi itu untuk memenangkan pasangan calon nomor urut 01 Jokowi-Ma'ruf sekaligus partai dalam pemilihan legislatif. Hal ini direalisasikan dengan melakukan kampanye secara *door to door* kepada masyarakat. (tempo.com, 2018).

Berbeda dengan partai PDIP yang menggunakan strategi *micro-targeting* dan juga program kerja yang bermasyarakat, partai lain yaitu Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang identik dengan ideologi keislaman partainya menggunakan *marketing politik* dengan komunikasi politik berupa merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan dan membangun konsesus. (Lailatul Faiza, 2019: 146-149)

Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) merupakan partai politik yang didirikan dan diketuai oleh Prabowo Subianto pada tanggal 6 Februari 2008 dengan ideologi Pancasila konservatisme nasionalisme anti-komunisme populisme sayap kanan. Pada tahun 2009, partai Gerindra berhasil meloloskan kandidatnya untuk duduk di Senayan, dan menjadi prestasi tersendiri karena partai ini berhasil menjadi partai yang mendapat kursi terbanyak di DPR dari berbagai partai baru

yang ikut pemilu pada saat itu. Pada pemilihan umum yang dilaksanakan 9 April 2014 yang lalu partai Gerindra berhasil mendapatkan perolehan suara sebesar 14.760.371, jika dipersentasekan partai ini mendapat sekitar 11,81 persen perolehan suara sah secara nasional, perolehan suara ini meningkat sangat tajam dibandingkan dengan perolehan suara Gerindra pada priode sebelumnya. (halimur rosyid, 2019: 61)

Kabupaten Deli Serdang adalah suatu wilayah yang berada di provinsi Sumatera Utara dengan Lubuk Pakam sebagai ibu kota kabupaten. Wilayah ini termasuk kedalam 3 besar wilayah kabupaten yang memiliki penduduk terbanyak di provinsi Sumatera Utara.

Pada tanggal 19 April 2019 masyarakat di Indonesia secara serentak melaksanakan pemilihan umum presiden dan pileg di setiap provinsi dan kabupaten di indonesia, begitu juga dengan Kabupaten Deli Serdang di Provinsi Sumatera Utara. Pileg tersebut diikuti oleh 16 partai. dimana partai tersebut terdiri dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Golongan Karya (Golkar), Nasdem, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Berkarya, Partai Gerakan Perubahan Indonesia, Partai Persatuan Indonesia, Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Bulan Bintang (PBB), dan Partai Demokrat. Berdasarkan hasil rekapitulasi yang di umumkan oleh KPUD Deli Serdang pada tanggal 13 Agustus 2019 partai GERINDRA keluar sebagai pemenang dengan perolehan suara sebanyak 123.955 dengan 8 kursi dengan persentase 0,16 persen

dari 50 orang bakal calon yang mencalonkan diri pada pileg kabupaten Deli Serdang tahun 2019, posisi kedua partai PDIP dengan perolehan suara sebanyak 96.914 dengan 7 kursi dengan persentase 0,14 persen, dan posisi ketiga partai GOLKAR dengan perolehan suara sebanyak 84.597 dengan 7 kursi dengan persentase 0,14 persen. (kpud.deliserdangkab.go.id). Perolehan suara partai Gerindra meningkat tajam dari sebelumnya pada pileg 2014 dengan 94.112 suara menjadi 123.955 suara pada pileg 2019.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan didapatkan data bahwasanya *marketing* politik dan strategi pemenangan partai-partai yang mengikuti pileg 2019 jika dilihat dari segi produk, berapa partai seperti Partai PKB dan Partai PPP memilih merekrut caleg dari berbagai profesi seperti ustadz, pengusaha, mantan birokrat, pengacara dan akademisi. Selain merekrut caleg dari berbagai profesi partai lain seperti Partai PDIP dan Partai Gerindra memilih mengajukan kembali beberapa caleg lama dan membuat program kerja yang didapatkan dari aspirasi masyarakat melalui kunjungan langsung ke dapil mereka. Jika dilihat dari segi promosi caleg melalui kampanye langsung dengan menjumpai masyarakat di dapil mereka. Teknik marketing politik ini dilakukan oleh semua partai baik partai pemenang seperti Partai Gerindra, Partai PDIP, dan Partai Golkar dan juga caleg partai lain seperti Partai PPP, Partai PKB, Partai NASDEM, Partai Perindo, Partai Hanura, Partai Demokrat, Partai PSI, Partai Hanura, Partai Berkarya, Partai Gerakan Perubahan Indonesia, Partai Persatuan Indonesia, dan Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Jika dilihat dari segi tempat, semua partai politik yang ikut serta dalam pileg 2019 melakukan upaya

pendekatan maksimal dengan mengunjungi langsung masyarakat di daerah pilihnya agar dapat memahami karakter dan kelompok-kelompok masyarakat yang ada di daerah pilihnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil penelitian bahwa pada pileg tahun 2019 di Kabupaten Deli Serdang, dimana partai Gerindra dan calegnya telah memenuhi setiap faktor di dalam *mix marketing* politik baik dari segi produk/*product*, promosi/*promotion*, harga/*price*, tempat/*place*, segmentasi dan *positioning*. Hanya saja ada beberapa faktor yang kurang maksimal dalam prakteknya seperti dari segi promosi dimana caleg partai Gerindra hanya mengupayakan metode kampanye secara langsung saja atau *door to door* dan menggunakan media cetak berupa koran sebagai media kampanye.

Berdasarkan pemaparan di atas sebagai partai pemenang didalam pileg di Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2019 partai Gerindra juga memiliki *marketing* politik pemenangan tersendiri di pileg tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Marketing Politik Pemenangan Calon Legislatif Partai Gerindra Pada Tahun 2019 Di Kabupaten Deli Serdang”**.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan di dalam sebuah penelitian dengan tujuan agar penelitian terarah dan tidak meluas sekaligus mencegah berkembangnya masalah lain dalam sebuah penelitian. Berdasarkan penjabaran tersebut penulis membatasi

permasalahan yang akan diteliti yaitu: “*Marketing* Politik Pemenangan Calon Legislatif Partai Gerindra Pada Tahun 2019 di Kabupaten Deli Serdang.”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas selanjutnya penulis membuat rumusan masalah. Rumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian yang akan dicari jawabannya melalui penelitian yang dilakukan.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah *Marketing* Politik Pemenangan Calon Legislatif Partai Gerindra Pada Tahun 2019 Di Kabupaten Deli Serdang?”

1.4 Tujuan Penelitian

Sugiono (2017: 290-291) menyatakan bahwa secara keseluruhan hasil akhir yang ingin dicapai dari penelitian adalah untuk menemukan, menciptakan dan membuktikan kebenaran suatu teori.

Dalam hal ini yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Marketing* Politik Pemenangan Calon Legislatif Partai Gerindra Pada Tahun 2019 Di Kabupaten Deli Serdang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan sebuah penelitian. Dalam penelitian ini manfaat yang akan didapat yaitu:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis penulis berharap bahwa penelitian ini dapat membantu mengembangkan pengetahuan peneliti serta mahasiswa PPKn dalam bidang demokrasi khususnya mengenai pemilihan umum, pileg dan juga *marketing* politik.

b. Secara Praktis

Secara praktis peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk membuka wawasan serta menjadi referensi pengetahuan bagi masyarakat dan juga pihak-pihak yang terkait pada proses pemilu mengenai pemilihan umum khususnya pileg dan juga *marketing* politik.