

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Defenisi Demokrasi**

Berbicara demokrasi, tentu yang terlintas di pikiran kita mengenai bermacam-macam istilah demokrasi, ada yang dinamakan demokrasi konstitusional, demokrasi parlementer, demokrasi terpimpin, demokrasi Pancasila, Demokrasi Rakyat, demokrasi Soviet, demokrasi nasional dan sebagainya. Semua konsep demokrasi ini tentu memakai istilah yang menitik beratkan makna demokrasi.

##### **2.1.1 Konsep Demokrasi**

Makna demokrasi tersebut yaitu “*rakyat yang berkuasa*” atau *government by the people* (kata Yunani demos berarti rakyat, kratos/karatein berarti kekuasaan/ berkuasa). Dalam awal sejarahnya demokrasi diterapkan, pada abad ke -3 sampai abad ke-6 S. M. Pertama kali diterapkan oleh kebudayaan Yunani kuno yang sistemnya terdapat dinegara-kota (*city-state*), penerapannya secara langsung (*direct democracy*) yaitu suatu bentuk pemerintahan dimana hak untuk membuat keputusan-keputusan politik dijalankan secara langsung oleh seluruh warga negara yang bertindak berdasarkan prosedur mayoritas (Budiardjo 2015, 105), Menurut Sumarsono (2001, 19) “Definisi demokrasi adalah sebuah bentuk kekuasaan (*kratein*) dari/oleh/untuk rakyat (*demos*)”, Menurut konsep demokrasi, kekuasaan

menyiratkan arti politik dan pemerintahan, sedangkan rakyat beserta warga masyarakat didefinisikan sebagai warga negar

Sejalan dari pemikiran itu maka menurut, Munir Fuady (2010,2) “dalam Konsep Negara Demokrasi, sebenarnya yang dimaksud demokrasi adalah suatu sistem pemerintahan dalam suatu negara dimana warga negara secara memiliki hak, kewajiban, kedudukan, dan kekuasaan yang baik dalam menjalankan kehidupannya maupun dalam berpartisipasi terhadap kekuasaan negara, dimana rakyat berhak untuk ikut serta dalam menjalankan negara atau mengawasi jalannya kekuasaan baik secara langsung misalnya melalui ruang ruang publik (*public sphere*), maupun melalui wakil-wakilnya yang telah dipilih secara adil dan jujur dengan pemerintahan yang dijalankan semata-mata untuk kepentingan rakyat, sehingga sistem pemerintahan dalam negara tersebut berasal dari rakyat, dijalankan oleh rakyat, untuk kepentingan rakyat (*from the people, by the people, to the people*).

Untuk memperkuat pemahaman mengenai demokrasi maka berikut Pengertian demokrasi secara istilah menurut para ahli, adalah sebagai berikut:

1. Joseph A. Schumpeter (2012), “demokrasi merupakan suatu perencanaan institusional untuk mencapai keputusan politik dimana individu-individu memperoleh kekuasaan untuk memutuskan cara perjuangan kompetitif atas suara rakyat. Schumpeter juga menyatakan pengertian demokrasi secara sempit yaitu demokrasi merupakan mekanisme politik untuk memilih pimpinan politik”.

2. Sidney Hook (1975), “demokrasi adalah bentuk pemerintahan dimana keputusan-keputusan pemerintahan yang penting secara langsung atau tidak langsung didasarkan pada kesepakatan mayoritas yang diberikan secara bebas dari rakyat dewasa”.
3. Henry B. Mayo (1960), “demokrasi adalah sistem politik yang menunjukkan bahwa kebijakan umum ditentukan atas dasar mayoritas oleh wakil-wakil secara efektif oleh rakyat dalam pemilihan-pemilihan berkala yang didasarkan atas prinsip kesamaan politik dan diselenggarakan dalam suasana terjaminnya kebebasan politik”.

Berdasarkan prinsip keadilan maka dari hal ini menurut Jimly Asshiddiqie (2015:15) tentang beberapa prinsip demokrasi yang penting, yaitu:

1. Keterlibatan warga Negara dalam pembuatan keputusan politik.
2. Tingkat persamaan tertentu di antara warga Negara.
3. Suatu sistem perwakilan.
4. Suatu sistem pemilihan – kekuasaan mayoritas.
5. Pemilu yang bebas, jujur, dan adil (agar mendapat wakil rakyat yang sesuai aspirasi rakyat).

Pendapat di atas menjelaskan mengenai demokrasi dalam peran, serta hak dari rakyat, hal ini juga dikokohkan Dalam Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, pasal 1 ayat (2) tentang gagasan kedaulatan rakyat. “Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”. Pelaksanaan kedaulatan rakyat adalah rakyat itu sendiri yang dilakukukan sesuai dengan ketentuan UUD.

Dengan demikian, antara kedaulatan rakyat dan hukum ditempatkan sejajar dan berdampingan sehingga menegaskan dianutnya prinsip “*constitutional democracy*” yang pada pokoknya tidak lain adalah “negara demokrasi yang berdasar atas hukum atau negara hukum yang demokratis”.

Pemerintahan untuk rakyat mengandung arti bahwa kekuasaan yang diberikan dari dan oleh rakyat kepada pemerintah harus dijalankan untuk kepentingan rakyat. Oleh karena itu, perlu adanya kepekaan pemerintah terhadap kebutuhan rakyat dan terhadap aspirasi rakyat yang perlu diakomodir yang kemudian *follow-up* melalui pengeluaran kebijakan maupun melalui pelaksanaan program kerja pemerintah.

Salah satu pilar demokrasi adalah prinsip trias politika yang membagi ketiga kekuasaan politik negara (*eksekutif, yudikatif dan legislatif*) untuk diwujudkan dalam tiga jenis lembaga negara yang saling lepas (*independen*) dan berada dalam peringkat yang sejajar satu sama lain. Independensi dan kesejajaran dari ketiga jenis lembaga negara ini diperlukan agar ketiga lembaga negara ini bisa saling mengawasi dan saling mengontrol berdasarkan prinsip *checks and balances*.

## 2.2 Konsep Pemilihan Umum

Pemilihan umum adalah ajang kontestasi dan perebutan kekuasaan yang sah dan sesuai prosedur pemerintahan biasanya pemilihan umum diselenggarakan dalam suasana keterbukaan dengan kebebasan berpendapat dan kebebasan berserikat, hal ini dianggap mencerminkan partisipasi serta aspirasi masyarakat. Menurut Nashr (2004, 29) “Pemilihan umum adalah memilih penguasa, pejabat atau lainnya dengan jalan menuliskan nama yang dipilih dalam secarik kertas atau dengan memberikan suaranya dalam pemilihan”.

Sedangkan, menurut UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, 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.

Menurut Budiarto, (2000,243) “Pemilu dianggap sebagai lambang, sekaligus tolak ukur, dari demokrasi”. Dalam Pemilu, rakyat yang telah memenuhi persyaratan untuk memilih, secara bebas dan rahasia, menjatuhkan pilihannya pada figur dan dinilai sesuai dengan aspirasinya. Dalam rangka pembagian kekuasaan negara serta membentuk proses demokratisasi yang semakin solid dan berkembang maka dibentuk daerah-daerah yang bersifat

otonom dengan bentuk dan susunan pemerintahan yang diatur dalam undang-undang. Pemilih dalam pemilu disebut juga sebagai konstituen, di mana para peserta Pemilu menawarkan janji-janji dan program-programnya pada masa kampanye. Kampanye dilakukan selama diwaktu yang telah ditentukan menjelang hari pemungutan suara. Setelah pemungutan suara dilakukan, proses penghitungan dimulai. Pemenangan pemilu ditentukan oleh aturan main atau sistem penentuan pemenang yang sebelumnya telah ditetapkan dan disetujui oleh para peserta, dan disosialisasikan kepada pemilih. Proses pemilihan umum merupakan bagian dari demokrasi.

Walaupun setiap warga negara Indonesia mempunyai hak untuk memilih, namun Undang-Undang Pemilu mengadakan pembatasan umur untuk dapat ikut serta di dalam pemilihan umum. Batas waktu untuk menetapkan batas umum ialah waktu pendaftaran pemilih untuk pemilihan umum, yaitu: Sudah genap berumur 17 tahun dan terdaftar secara sistematis diperintahan, artinya warga yang berumur 17-keatas wajib terdata oleh pemerintahan.

Data ini bertujuan untuk mengoptimalkan sistem demokrasi dan pemenuhan sebagai hak warga negara. Adapun ketetapan batas umur 17 tahun yaitu berdasarkan perkembangan kehidupan politik di Indonesia, bahwa warga negara Republik Indonesia yang telah mencapai umur 17 tahun, ternyata sudah mempunyai pertanggungjawaban politik terhadap negara dan masyarakat, sehingga sewajarnya diberikan hak untuk memilih wakil-wakilnya dalam pemilihan anggota badan-badan perwakilan rakyat. Dalam pelaksanaan pemilihan umum asas - asas yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

1. Langsung.

Lansung, berarti masyarakat sebagai pemilih memiliki hak untuk memilih secara langsung dalam pemilihan umum sesuai dengan keinginan diri sendiri tanpa ada perantara.

2. Umum

Umum, berarti pemilihan umum berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membeda-bedakan agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, pekerjaan, kedaerahan, dan status sosial yang lain.

3. Bebas

Bebas, berarti seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan sebagai pemilih pada pemilihan umum, bebas menentukan siapa saja yang akan dicoblos untuk membawa aspirasinya tanpa ada tekanan dan paksaan dari siapa pun.

4. Rahasia

Rahasia, berarti dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya. Pemilih memberikan suaranya pada surats suara dengan tidak dapat diketahui oleh orang lain kepada siapa pun suaranya diberikan.

5. Jujur

Jujur, berarti semua pihak yang terkait dengan pemilu harus bertindak dan juga bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## 6. Adil

Adil, berarti dalam pelaksanaan pemilu, setiap pemilih dan peserta pemilihan umum mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun. Dalam menyelenggarakan Pemilu, penyelenggara Pemilu harus melaksanakan Pemilu berdasarkan pada asas dan penyelenggaraannya harus memenuhi prinsip: Mandiri, Jujur, Adil, Berkepastian hukum, Tertib, Terbuka, Proporsional, Professional, Akuntabel, dan Efektif, dan Efisien.

Pemilihan umum merupakan salah satu instrumen terpenting dalam sistem politik demokratik modern. Pemilu bahkan telah menjadi salah satu parameter utama oleh masyarakat internasional untuk melihat demokratis tidaknya suatu negara. Pemilu juga adalah proses memilih seseorang untuk mengisi jabatan politik tertentu. Jabatan tersebut beraneka ragam, mulai dari jabatan eksekutif, legislatif di berbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa.

Pemilu merupakan salah satu usaha untuk memengaruhi rakyat secara persuasif (*tidak memaksa*) dengan melakukan kegiatan retorika, hubungan publik, komunikasi massa, lobi dan lain-lain. Dengan adanya pemilu rakyat dapat memilih secara langsung wakil-wakilnya yang akan duduk di DPR/MPR, bahkan rakyat dapat memilih secara langsung Kepala Daerah, Bupati, Walikota dan Presiden.

Pemilihan Umum Menurut Prihatmoko (2003, 19) pemilu dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan yakni:

1. Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum (*public policy*).
2. Pemilu sebagai pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan perwakilan rakyat melalui wakil wakil yang terpilih atau partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjamin.

3. Pemilu sebagai sarana memobilisasi, menggerakkan atau menggalang dukungan rakyat terhadap Negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik.

Menurut Kansil dan Christine (1997, 66) mengenai Fungsi Pemilihan Umum sebagai alat demokrasi yang digunakan untuk:

1. Mempertahankan dan mengembangkan sendi-sendi demokrasi di Indonesia.
2. Mencapai suatu masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila (Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia).
3. Menjamin suksesnya perjuangan orde baru, yaitu tetap tegaknya Pancasila dan dipertahankannya UUD 1945.

Sebagai sebuah aktivitas politik, pemilihan umum pastinya memiliki fungsi-fungsi yang saling berkaitan atau interdependensi. Menurut Satjipto Rahardjo, (2009, 80) Adapun fungsi-fungsi dari pemilihan umum itu sendiri adalah:

1. Sebagai Sarana Legitimasi Politik.

Fungsi legitimasi ini terutama menjadi kebutuhan pemerintah dan sistem politik. Melalui pemilihan umum, keabsahan pemerintahan yang berkuasa dapat ditegakkan, begitu pula program dan kebijakan yang dihasilkannya. Dengan begitu, pemerintah berdasarkan hukum yang disepakati bersama tak hanya memiliki otoritas untuk berkuasa, melainkan juga memberikan sanksi berupa hukuman dan ganjaran bagi siapapun yang melanggarnya. "fungsi legitimasi politik ini merupakan konsekuensi logis dari pemilihan umum".

Paling tidak ada tiga alasan kenapa pemilihan umum dapat menjadi suatu legitimasi politik bagi pemerintahan yang berkuasa. *Pertama*, melalui

pemilihan umum, pemerintah sebenarnya bisa meyakinkan atau setidaknya memperbaharui kesepakatan-kesepakatan politik dengan rakyat.

*Kedua*, melalui pemilihan umum pemerintahan dapat pula mempengaruhi perilaku rakyat atau warga negara. Dan *ketiga*, dalam dunia modern para penguasa dituntut untuk mengadakan kesepakatan dari rakyat ketimbang pemaksaan (coercion) untuk mempertahankan legitimasinya. Kesepakatan (Consent) yang diperoleh melalui hegemoni oleh penguasa ternyata lebih efektif dan bertahan lama sebagai sarana kontrol dan pelestarian legitimasi dari otoritasnya ketimbang penggunaan kekerasan dan dominasi.

## 2. Fungsi Perwakilan Politik.

Fungsi ini terutama menjadi kebutuhan rakyat, baik untuk mengevaluasi maupun mengontrol perilaku pemerintahan dan program serta kebijakan yang dihasilkannya. Pemilihan umum dalam kaitan ini merupakan mekanisme demokratis bagi rakyat untuk menentukan wakil-wakil yang dapat dipercaya yang akan duduk dalam pemerintahan.

## 3. Pemilihan Umum Sebagai Mekanisme Bagi Pergantian atau Sirkulasi Elit Penguasa.

Keterkaitan pemilihan umum dengan sirkulasi elit didasarkan pada asumsi bahwa elit berasal dari dan bertugas mewakili masyarakat luas atau rakyat. Secara teoritis, hubungan pemilihan umum dengan sirkulasi elit dapat dijelaskan dengan melihat proses mobilitas kaum elit atau non-elit yang menggunakan jalur. "institusi politik, dan organisasi kemasyarakatan

untuk menjadi anggota elit tingkat nasional, yakni sebagai anggota kabinet dan jabatan yang setara. Dalam kaitan itu, pemilihan umum merupakan saran dan jalur langsung untuk mencapai posisi elit penguasa. Dengan begitu maka melalui pemilihan umum diharapkan bisa berlangsung pergantian atau sirkulasi elit penguasa secara kompetitif dan demokratis.

#### 4. Sebagai Sarana Pendidikan Politik Bagi Rakyat.

Pemilihan umum merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat yang bersifat langsung, terbuka dan massal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang demokrasi". Dari penjelasan konsep ini, memberikan pemahaman secara garis umum mengenai sistem yang ideal, berdasarkan landasan hukum serta mementingkan kesetaraan dan keadilan berpolitik.

##### **2.2.1 Sistem Pemilih**

Pemilu dilaksanakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilu diselenggarakan untuk memilih. Selain Komisi Pemilihan Umum (KPU) lembaga yang bertanggung jawab akan berlangsungnya pemilihan umum adalah Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) adalah lembaga yang mempunyai tugas untuk mengawasi Pemilu termasuk Pemilihan Bupati agar berjalan dengan benar. Selain KPU dan Bawaslu, ada pula lembaga yang dikenal dengan nama Dewan Kerhomatan Penyelenggara Pemilu (DKPP). DKPP mempunyai tugas untuk memeriksa gugatan

atau laporan atas tuduhan pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh anggota KPU atau Bawaslu.

### 2.2.2 Marketing Politik

Marketing seringkali berkaitan dengan pemasaran dan konsep penjual sedangkan politik berkaitan dengan negara, kekuasaan, pengambilan keputusan, kebijakan umum (*publicity, policy, beleid*), pembagian (*distribution*) atau alokasi. Benang merah dari marketing dan politik terletak pada nilai dan filosofi serta cara mempertahankan konsumen dari persaingan politik.

Berikut penjelasan menurut para ahli:

Menurut Haroen (2014, 48) “marketing politik adalah penerapan Konsep dan metode marketing ke dalam dunia politik”. Marketing diperlukan untuk menghadapi persaingan dalam memperebutkan pasar (market), yang dalam hal ini adalah para pemilih.

O’Shaughnessy (dalam Firmanzah2012,190), mengemukakan bahwa marketing politik bukanlah konsep untuk “menjual” partai politik (parpol) atau kandidat, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah parpol atau seorang kandidat dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual.

Niffenegger dalam bukunya Firmanzah (2012, 200-208) mengelompokkan Empat tahapan Marketing politik yaitu:

Produk (*product*) yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, di mana pemilih akan menikmatinya Setelah sebuah partai atau seorang kandidat terpilih. Niffenegger (1989, 45-51) membagikan produk politik dalam tiga kategori; 1. *Party platform* (platform partai). 2. *Past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan dimasa lampau). 3. *Personal characteristic* (ciri pribadi).

Produk utama sebuah instruksi politik adalah platform partai yang berisikan konsep, identitas ideologi, dan program kerja sebuah institusi. Selain itu, apa yang telah dilakukan partai politik di masa lalu berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Akhirnya, karakteristik atau ciri seorang pemimpin atau kandidat memberikan citra, simbol dan kredibilitas sebuah produk politik (*political product*).

Menurut Butler dan Collins (dalam Firmanzah, 2012, 201) menyatakan bahwa ada tiga dimensi penting yang harus dipahami dari sebuah produk politik yaitu: 1. pribadi/partai/ideologi, 2. kesetiaan, 3. bisa berubah-berubah. Seorang kandidat, partai politik dan ideologi partai adalah identitas sebuah instruksi politik yang ditawarkan ke pemilih. Para pemilih akan mempertimbangkan mana yang mewakili mereka atau tidak.

Dapat ditarik benang merah dari kedua teori ini, produk politik harus dikembangkan dari permasalahan yang berkecamuk di masyarakat dan bukan hanya didasarkan pada tujuan atau kepentingan kandidat pasangan calon bupati dan partai politik, hal ini sejalan dengan masyarakat sebagai titik tolak bagi pengembangan produk politik. Hal yang paling penting yang harus dimiliki oleh partai politik adalah kemampuan dalam menilai dan mengevaluasi siapa konsumen mereka, masyarakat akan memilih partai atau kandidat yang paling memiliki kedekatan ideologi dan kebijakan. Dalam hal ini partai politik menampung aspirasi masyarakat sebagai konsumen “keresahan,

masalah, keinginan, harapan, impian dan kekecewaan yang dirasakan masyarakat” dan menerjemahkan dalam bentuk program kerja atau *platform* partai terdapat didalamnya adalah konsep, identitas, idioelogi dan program kerja institusi politik. Partai politik atau kandidat semakin dituntut untuk menghasilkan produk politik yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing politik.

Salah satu indikator partai politik berkuasa penuh di parlemen adalah terletak pada jabatan yang diduduki kader, dalam hal ini kader memberikan loyalis pemilih adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh sebuah institusi politik, hubungan antara institusi politik dengan pemilih adalah kontrak sosial. Untuk menjaga loyaltitas, institusi politik harus menjaga kepercayaan publik atas kontrak sosial ini (*Bohned et al.2001*). Untuk menjaga suara pemilih, partai politik harus mengoptimalkan sistem partai politik yaitu pada proses rekrutmen kader, pada proses inilah kunci yang menentukan kedepanya partai berkuasa kontribusi berupa dana yang menumpang partai politik.

Promosi (*promotion*) sebagian besar literatur marketing politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan; promosi ide platform partai ideologi selama kampanye pemilu.

Dalam marketing politik harus menggunakan promosi sebagai alat untuk “menjual” produk politik yaitu pasangan calon/kandidat Bupati. Promosi yang baik bukanlah keberuntungan, promosi yang baik harus menempatkan dengan tepat dimana penjualan akan berlangsung, bagaimana jalannya promosi dan untuk siapa promosi itu

dilakukan. Dalam hal ini, bagaimana kampanye pasangan calon/kandidat harus mampu bekerja sama dengan tim sukses pada masa kampanye, dan pemilihan jargon kampanye yang mudah diingat oleh masyarakat, pengemasan promosi melalui media massa dan menentukan artis pendukung yang dapat mempengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap produk, juga sangat mempengaruhi keberhasilan promosi pada saat kampanye.

Tidak jarang institusi politik bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan (wring, 1996; Elebash, 1984). Rothschild (1978, 58-71) “menunjukkan pilihan media merupakan salah satu faktor penting di dalam penetrasi pesan politik ke publik”. Mengetahui adanya perbedaan tingkat penetrasi media (TV, Radio, media cetak seperti koran dan majalah) dalam suatu wilayah penting dilakukan untuk menjamin efektivitas pesan politik yang akan disampaikan. Dalam hal ini pemilihan konsultan praktisi politik sangat mempengaruhi komunikasi yang ingin dibangun oleh suatu partai atau kandidat, agar dapat tersampaikan ke konsumen masyarakat. Penentuan kalimat jargon-jargon kampanye yang menarik dan berbeda untuk dikenal masyarakat sebagai identitas partai atau kandidat.

Selain mencakup kriteria promosi di atas, proses promosi juga bisa dilakukan melalui debat di TV (Niffenegger, 1989; Schrott, 1990). “Keaktifan kader dalam komunikasi politik juga harus

berlanjut pasca pemilihan dan ketika terpilih, hal ini dilakukan untuk menjaga loyalitas pemilih dan memperkuat representasi hak pemilih”. Aktivitas promosi harus dilakukan terus menerus dan permanen dan tidak terbatas pada priode kampanye saja (Butler & Collins, 2001).

Harga (*Price*) harga dalam marketing politik mencakup banyak hal, mulai 1. *Ekonomi*, 2. *Psikologis*, sampai ke 3. *Citra nasional* (Niffenegger, 1989). Harga Ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye.

Harga ekonomi adalah banyaknya dana kampanye yang dikeluarkan selama priode kampanye sebagai berikut; biaya iklan publikasi, biaya rapat Akbar, sampai ke biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilih mereka merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan, dan lain-lain. Harga image/citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut bisa memberikan citra positif suatu bangsa negara dan bisa menjadi kebanggaan nasional atau tidak.

Tempat (*place*) berkaitan erat dengan 1. *cara hadir*. 2. *distribusi sebuah institusi politik dan kampanyenya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau Calon pemilih* (Niffenegger, 1989). Sebuah institusi politik harus bisa mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat. Pemetaan ini bisa dilakukan secara geografis maupun demografis. Sistem distribusi diartikan sebagai suatu jaringan yang berisi orang dan institusi yang terkait dengan dengan produk politik kepada masyarakat secara luas O’shaughnessy (dalam Firmanzah 2012, 208).

Place atau tempat berkaitan erat dengan bagaimana pasangan calon/kandidat bupati dapat memaksimalkan semua pemilih secara efektif. Kampanye politik pasangan kandidat bupati harus mampu

menjangkau semua lapisan masyarakat dengan melakukannya terjun langsung, blusukan ke penduduk masyarakat sehingga hal ini menjadi *rollmodel*, melalui pendekatan seperti ini maka akan sangat mudah untuk mengidentifikasi masyarakat dengan mengamati konsentrasi penduduk disuatu wilayah, penyebaran dan kondisi fisik geografisnya serta dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, kelas sosial, pemahaman tentang keyakinan politik, agama dan etnis, dan juga perlu didasarkan pada keberpihakan pemilih, jumlah pendukung kandidat bupati serta pendukung parpol pengusung.

Dari penjelasan ini sudah jelas bahwa komponen pendukung dari sebuah marketing politik harus bisa diterapkan sesuai *check and balance* dalam mempertahankan konsumen, maka dari hari ini demi menyukseskan partai politik sebagai organisasi yang keseluruhan ikut terlibat di dalam proses marketing politik. Partai politik harus bisa menjadi agen sosial, pelayanan publik, agen pembaharuan dan sebagai harapan sosial.

Pada bidang politik masyarakat melihat dari peran dan kontribusi politik baik partai politik maupun kandidat politik sangatlah pragmatis, masyarakat cenderung melihat kontribusi berdasarkan perubahan standar kualitas kehidupan yang hadir dan dapat dirasakan secara nyata oleh masyarakat, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik dan

kandidat individu sehingga mau berpartisipasi dalam menentukan pilihan mereka saat pemilu berlangsung.

Dalam kontestasi politik terdapat persaingan antar partai politik maupun kandidat individu menjadi ciri khas yang mewarnai dunia politik. Masing-masing pihak memiliki peluang dan kesempatan yang sama untuk memenangkan pemilihan hati masyarakat.

### **2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan**

Salah satu cara untuk memperkuat referensi yang relevan perlu adanya tinjauan observasi terhadap skripsi terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan skripsi dan desain penelitian penulis. Adapun kajian skripsi terdahulu membahas soal strategi marketing politik, skripsi itu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Patar Viktor Simagunsong dengan judul “Strategi Politik Muda Mahendrawan Dan Sujiwo Pada Pemilukada Kabupaten Kuburaya Tahun 2018 Di Kecamatan Sungai Raya”

Skripsi ini mengangkat mengenai strategi pasangan muda mahendrawan dan sujiwo dalam pemilukada memperebutkan kedudukan Bupati Kabupaten Kubu Raya di Kecamatan Sungai Raya. Perbedaan terdapat lokasinya berbeda dan informanya berbeda. Persamaan terletak pada teori yang digunakan yaitu teori Firmanzah. Alasan peneliti melihat skripsi dari Viktor ini adalah untuk lebih memperdalam mengenai sudut pandang dengan orientasi pada faktor kemenangan dan serta faktor dominan yang mempengaruhinya.

Dari pandangan skripsi ini, mengenai studi dan persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah metode penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif dimana peneliti memaparkan secara rinci Salah satu fenomena yang diteliti.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Ayu Soleha dengan judul “Marketing Politik Partai Demokrat Dalam Pemilu Legislatif 2014 di Kota Magelang” skripsi mengangkat mengenai bagaimana marketing politik oleh partai Demokrat dalam pemilihan legislatif di kota Magelang pada pemilihan calon legislatif tahun 2014. Penelitian ini menggunakan Teori Marketing Politik dengan metode Deskriptif Kualitatif memiliki kesamaan dengan metode yang digunakan oleh peneliti.
3. Penelitian yang berikutnya dilakukan oleh Damianus yang berjudul mengenai “strategi PDIP Perjuangan dalam memenangkan pemilihan bupati dan wakil bupati di Kabupaten Landak tahun 2017”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Damianus yaitu, kajian marketing politik dan indikator pendorong keberhasilan yaitu partai politik. Perbedaan yaitu terletak difokus masalah, meneliti mengangkat soal strategi yang dilakukan oleh caleg sedangkan skripsi Damianus menitikberatkan pada strategi partai politik. Perbedaan kedua antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damianus adalah dari informan, lokasi dan objek penelitian. Peneliti ingin melihat faktor dominan dukungan dari partai agar nantinya, ketika turun lapangan dan melakukan wawancara akan lebih

terarah dan paham bagaimana peran dari partai politik, khususnya dalam penelitian ini adalah partai Demokrat.

4. Penelitian tentang Marketing politik Iman Lewi Khornelis Bureni dalam pemilihan Legislatif di Kecamatan Sadaniang Kabupaten Mempawah Tahun 2019, yang di teliti oleh Grogeus Geo Sugondo. Pada penelitian ini cenderung membahas tentang proses marketing dari kandidat baik secara individual maupun dukungan dari parpol pengusung pada saat mencalonkan diri sebagai anggota legeslatif tahun 2019, hal ini di angkat dari adanya penomena kekalahan petahana dalam partai politik, kader inkamben kalah terhadap kader pendatang pada dasarnya mereka bersaing pada platfrom partai politik yang sama pada saat pemilihan legislatif Kabupaten Mempawah tahun 2019, jadi penelitian yg dilakukan oleh Grogeus Geo Sugon cenderung pada persaingan antar kader dalam satu naungan partai politik yaitu partai Demokrat sedangkan penulis meneliti kandidat paslon bupati dan wakil bupati yang di usung oleh parpol Nasdem pada pemilukada di Kabupaten Sekadau tahun 2020. penelitian ini dengan yang penulis teliti adalah beda tempat studikasuk kandidat pemilu yaitu penulis meneliti tentang marketing politik kemenangan paslon Bupati dan Wakil Bupati di kecamatan sekadau hilir yang meraup suara kemenang terbanyak dibandingkan dengan kandidat calon petahana.

#### **2.4 Kerangka Fikir Penelitian**

Penelitian berangkat dari penomena kekalahan paslon petahana oleh paslon pendatang pada Pemilukada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di

Kabupaten Sekadau Tahun 2020, maka peneliti mengangkat judul penelitian "Marketing Politik Aron-Subandrio dalam Pemilukada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020".

Hal ini tentunya sangat menarik untuk dibahas pada penelitian ini dengan identifikasi masalah; adanya ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja pasangan petahana ketika menjabat sebagai Bupati di Kabupaten Sekadau Tahun 2020 dan kekalahannya petahana terhadap pasangan baru. Persaingan tidak hanya terjadi diantara kandidat paslon dalam memperebutkan konsumen mereka, melainkan juga lobi diparlemen yang mana mereka harus mengantongi dukungan penuh dari parlemen, yaitu jumlah kursi yang menduduki parlemen dari partai pendukung.

Pendekatan dan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kandidat untuk dapat memenangkan pemilu dan mereka perlu mengidentifikasi besaran dukungan, masa mengambang dan pendukung kandidat pesaing lainnya. Kemampuan kandidat dalam memecahkan persoalan masyarakat menjadi titik perhatian pada kelompok masyarakat, karena yang diperlukan oleh masyarakat ialah apa yang ditawarkan oleh kandidat paslon dapat menjadi solusi dari masalah yang mereka hadapi, sehingga masyarakat dapat menentukan pilihan kepada kandidat paslon tepat sesuai dengan harapan mereka.

Dalam kontasi persaingan politik paslon yang tidak terpilih atau tidak mendapatkan legitimasi dari masyarakat pada saat pemilu berlangsung harus dapat menerima kekalahannya menjadi oposisi, begitu pula untuk paslon yang mendapatkan legitimasi dari masyarakat harus dengan benar menjalankan

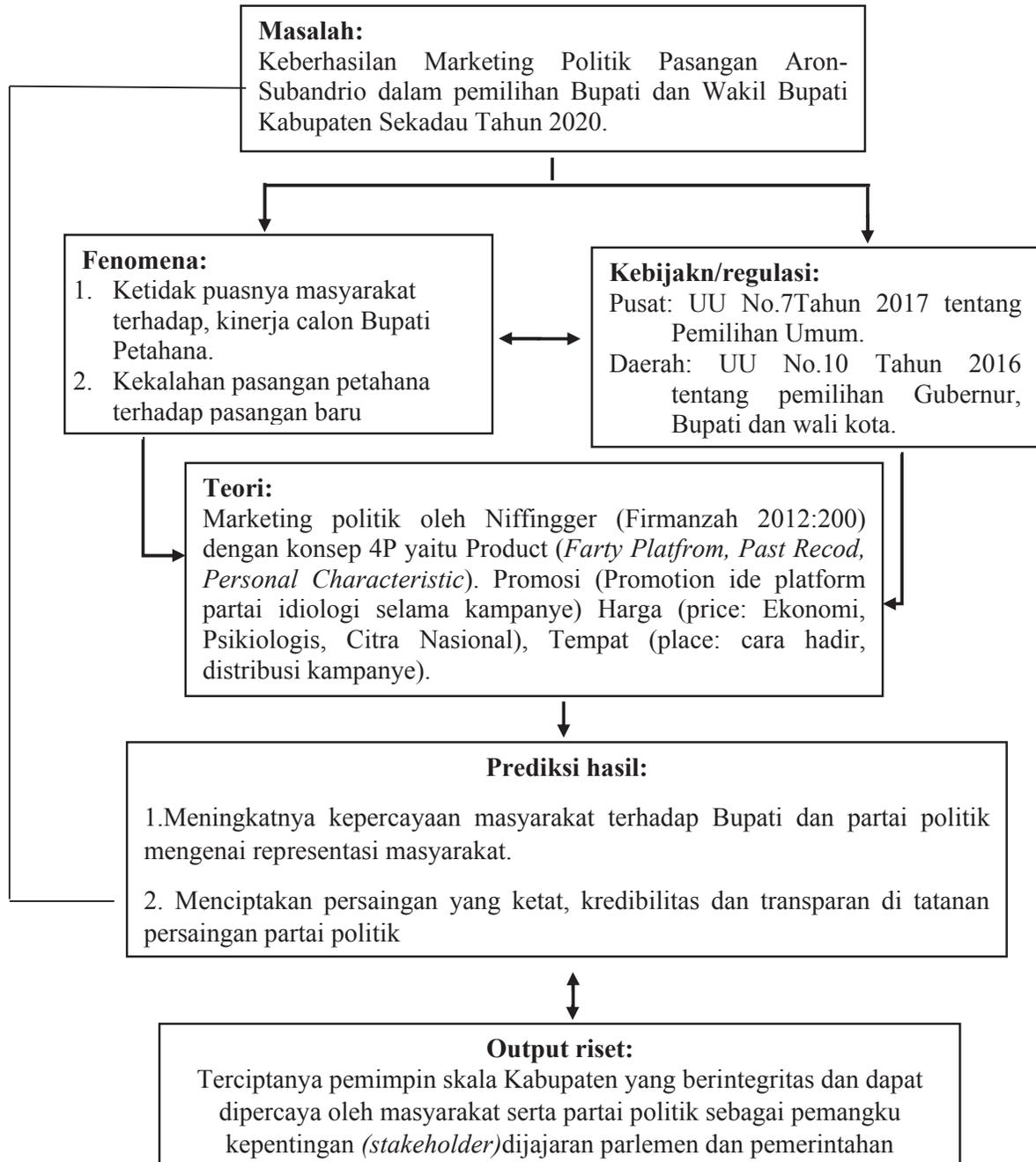
kewajibannya dan tanggungjawab sebagai pemimpin yang diharapkan oleh masyarakat untuk mengatur jalannya pemerintahan daerah atau kabupaten yang dipimpinya.

Dengan adanya identifikasi tersebut maka untuk menganalisis proses Marketing Politik Paslon Aron-Subandrio dalam pemilukada Pemilihan Bupati Kabupaten Sekadau tahun 2020, peneliti menggunakan teori Firmanzah (2012) Marketing Politik (4Ps) yaitu: Product/Produk, Promotion/Promosi, Price/Harga, dan Place/Tempat. Dan penelitian ini di perkuat juga oleh Kebijakan/regulasi Pusat: UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.Daerah: UU No.10 Tahun 2016 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan wali kota.

Dari penelitian ini peneliti mengharapkan ada prediksi hasil, yang pertama; meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Bupati dan Partai politik mengenai representasi masyarakat. Dan yang kedua; menciptakan persaingan yang ketat, kredibilitas dan transparan di tatanan persaingan politik. Serta peneliti berharap adanya output dari penelitian ini ialah terciptanya pemimpin skala Kabupaten yang berintegritas dan dapat dipercaya oleh masyarakat serta partai politik sebagai pemangku kepemimpinan (stakeholder) di jajaran parlemen dan pemerintahan.

## Bagan 2.1

### Alur Pikir Penelitian



Sumber: peneliti 2021

## 2.5 Pertanyaan Penelitian

Dari permasalahan serta tujuan peneliti yang telah dipaparkan dalam kerangka pikir penelitian, maka peneliti dapat membuat pertanyaan penelitian mengenai masalah yang menyebabkan kurangnya perolehan suara pasangan Bupati petahana dan unggulnya pasangan Bupati baru.

1. Bagaimana bentuk *produk* yang ditawarkan partai politik kepada masyarakat?
2. Bagaimana skema *promosi* yang digunakan oleh partai politik untuk mendukung Paslon Aron-Subandrio?
3. Bagaimana *harga* atau biaya yang dikeluarkan oleh partai politik untuk mendukung Paslon Aron-Subandrio?
4. Bagaimana *tempat/ lokasi* kampanye yang dipilih oleh kandidat Partai Politik dalam menyukseskan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati tahun 2020?