

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang

Marketing politik atau biasa disebut dengan pemasaran politik adalah bentuk dari aktivitas yang terencana, terstruktur, strategis serta praktis. Marketing politik di buat untuk bisa menyebar luaskan makna politik kepada para pemilih untuk bisa mensukseskan kandidat dan artai politik dengan segala aktivitas di dunia politik yang dilakukan dengan beberapa metode serta pendekatan marketing dalam menghadapi sebuah persaingan yang ketat dan bisa memperebutkan pasar atau market melalui saluran komunikasi tertentu dengan tujuan agar bisa merubah wawasan, pengetahuan, sikap serta perilaku calon pemilih secara baik dan tepat. Penggunaan pendekatan marketing di dunia politik yang biasa dikenal dengan sebutan marketing politik (political marketing) bisa memberikan inspirasi bagaimana cara calon kandidat untuk bisa membuat produk yang berisi isu dan program kerja yang berdasarkan permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat di daerah pilihannya.

Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Langsung atau biasa disebut dengan Pilkada Langsung adalah sebuah kondisi yang memungkinkan proses pembelajaran politik kepada masyarakat yang bisa terwujud, sehingga daya kritis masyarakat di dalam berpolitik bisa meningkat. Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah langsung pada khakikatnya merupakan sebuah mekanisme demokratis dalam rangka mencari pemimpin di daerah, dimana rakyat diberikan hak dan kebebasan sepenuhnya untuk menentukan calon kepala daerah yang mereka anggap mampu untuk menyuarakan aspirasinya. Pilkada ini didasarkan pada landasan hukum tentang Pemerintahan Daerah dan petunjuk pelaksanaannya tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah sudah tercatat di Undang-Undang No. 32 Tahun 2004.¹

¹ UU nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Sebuah pelaksanaan Pilkada bisa membawa harapan besar dan harapan baru masyarakat untuk pengembangan demokrasi pada tingkat lokal. Pertama, Pilkada langsung memiliki sebuah nilai yang strategis berguna untuk mengurangi kelemahan yang menjadi ciri khas perpolitikan lokal pada saat ini. Seperti contohnya adalah Arogansi lembaga legislatif yang menganggap dirinya adalah satu-satunya representasi rakyat, legitimasi akuntabilitas publik yang tidak lagi ditentukan oleh DPRD, tetapi oleh rakyat yang memilihnya dan legitimasi kepala daerah semakin kuat. Lalu kedua, Pilkada juga bisa dijadikan sebagai ruang pengelolaan kedaulatan rakyat di samping sebagai sebuah instrumen untuk mendorong mekanisme demokrasi bisa bekerja di tingkat lokal. Sekarang tidak mudah lagi untuk pemerintah pusat bisa terlibat di dalam penentuan kepala daerah karena rakyat sendiri yang akan menentukan pilihannya siapa pemimpin yang paling tepat menurutnya dengan secara langsung. Dengan diadakannya Pilkada secara langsung, permainan di arena politik lokal lebih banyak dihiasi warna dari masing-masing stakeholder yang ada memiliki pilihan yang sama yang lebih kompetitif dan dinamis.

Hal ini kemudian bisa menjadi penyebab aktor politik bisa melakukan permainan yang bisa semakin dekat dengan masyarakat yang akan memilih. Poin ketiga adalah Pilkada juga bisa dijadikan alat untuk memperkuat institusi politik lokal. Pada saat ini Kepala Daerah ataupun DPRD bisa memiliki basis politik yang sangat kuat, karena mereka bisa memperoleh legitimasi yang langsung dari masyarakat. Dan yang terakhir keempat, Pilkada bisa dijadikan untuk langkah pertama yang bisa membentuk wadah integritas bersama agar bisa membangun sebuah daerah. Pilkada sendiri bisa dijadikan sebagai alat konsensus bersama antara calon kepala daerah dan masyarakat agar bisa memperbaiki ketimpangan dan masalah-masalah yang bisa menghambat kemajuan daerah itu sendiri.

Kemenangan dari kandidat dalam sebuah Pemilihan Kepala Daerah, terlihat jelas memang bukanlah hal yang mudah, mengingat begitu banyaknya ciri-ciri calon pemilih yang akan memakai hak suaranya untuk memilih calon Kepala Daerah yang berlaga untuk mendapatkan suara rakyat terbanyak.

Banyak kandidat-kandidat memakai sebuah pendekatan strategi pemasaran politik atau Marketing politik yang berlaku, sekaligus cermat serta tepat untuk diperlukan. Pendekatan pemasaran memang tidak calon kepala daerah bisa mendapatkan suara terbanyak dari rakyat, tetapi strategi pemasaran bisa memberikan konsep untuk memudahkan bagaimana partai bermain, kandidat dan program politik juga bisa ditawarkan seperti menawarkan produk yang memiliki harga yang tinggi.

Dengan Tindakan tersebut, maka partai politik dan calon peserta pemilihan umum secara resmi berhak untuk bisa menyusun strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku untuk bisa memenangkan pemilihan umum yang secara benar.

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2018 lalu untuk menentukan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah untuk periode 2018–2023. Yang merupakan pemilihan kepala daerah ketiga untuk Jawa Tengah yang dilakukan dengan cara langsung menggunakan sistem pencoblosan.

Pada tahun 2018 lalu ada 2 pasangan calon dan wakil gubernur Jawa Tengah yaitu ada Sudirman Said yang menggandeng Ida Fauziyah sebagai wakil gubernurnya dan Ganjar Pranowo berpasangan dengan Taj Yasin Maimoen. H. Ganjar Pranowo, S.H., M.I.P. atau biasa disebut dengan sebutan Ganjar Pranowo adalah pria kelahiran 28 Oktober 1968 silam yang menjabat Gubernur Jawa Tengah dua periode dari sejak 23 Agustus 2013 lalu.²

Ganjar Pranowo adalah anggota Dewan Perwakilan Rakyat dari Fraksi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau yang lebih dikenal dengan sebutan PDI-P yang berdiri sejak tanggal 10 Januari 1973 silam. Ganjar Pranowo juga menjabat sebagai Ketua Umum Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada atau (Kagama) selama dua periode, yaitu dari tahun 2014

² https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Gubernur_Jawa_Tengah_2018

sampai dengan 2019 dan 2019 sampai dengan 2024, Ganjar Pranowo sekaligus Ketua Umum Persatuan Radio TV Publik Daerah Seluruh Indonesia Persada.id. Sedangkan pasangan dari Ganjar Pranowo dalam Pilkada tahun 2018 lalu adalah Taj Yasin Maimoen yang memiliki panggilan Gus Yasin ia lahir di Rembang, pada tanggal 2 Juli 1983 silam.

Taj Yasin Maimoen besar dari keluarga PPP yaitu partai Persatuan Pembangunan Taj Yasin juga menjadi seorang politikus muda yang memiliki nama besar ayahnya di dalam panggung politik. Ayah Tak Yasin merupakan seorang ulama kharismatik dari Jawa Tengah yaitu KH. Maimoen Zubair, ia juga dikenal sebagai ketua Majelis Syari'ah Partai Persatuan Pembangunan atau PPP. Taj Yasin mengawali perjalanan politiknya ia menjabat menjadi Wakil ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW PPP) di Jawa Tengah itu. Ia menjadi wakil pada usianya yang masih muda yaitu pada usia 31 tahun, ia terpilih sebagai anggota DPRD Jawa Tengah periode 2014-2019 itu.³Persaingan pada saat itu sangat terlihat bagaimana para kandidat bermain untuk mengambil hati para pemilih agar memilih mereka dan banyak strategi yang dilakukan seperti yang dilakukan oleh pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Ganjar Pranowo bersama pasangannya Taj Yasin Maimoen yang memainkan marketing politik untuk bisa mendapatkan hal suara yang banyak.

Dengan demikian, penulis ingin meneliti bagaimana Marketing Politik Ganjar Pranowo dan pasangannya Taj Yasin Maimoen Pada Pemilihan Kepala Daerah Jawa Tengah pada tahun 2018 lalu dan bagaimana pendekatan Marketing Politik yang dimainkan oleh kedua pasangan tersebut sehingga bisa menang dalam pemilihan gubernur itu.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

³ www.profil.merdeka.com.

1. Bagaimana Sistem dan Strategi Marketing Politik yang dipakai oleh Ganjar Pranowo – H.Taj Yasin Maimoen pada Pilkada Jawa Tengah pada Tahun 2018 sehingga Ganjar Pranowo dan H. Taj Yasin memperoleh suara tinggi?
2. Bagaimana Peranan Kekuatan Partai politik PDIP dan Kekuatan Tokoh Politik pada kemenangan pasangan Ganjar Pranowo – H. Taj Yasin Maimoen pada Pilkada Jawa Tengah tahun 2018?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat “Marketing Politik Ganjar Pranowo-Taj Yasin Maimoen Pada Pilkada Jawa Tengah (Studi Kasus Pilkada Jawa Tengah Tahun 2018:Pasangan Ganjar Pranowo – H. Taj Yasin Maimoen) perlu dibatasi variabelnya. Oleh karena itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan bagaimana Strategi dan sistem Marketing Politik yang dimainkan oleh Ganjar Pranowo-Taj Yasin Maimoen untuk memperoleh suara banyak serta Bagaimana Peranan Kekuatan Partai politik PDIP dan Kekuatan Tokoh Politik pada kemenangan pasangan Ganjar Pranowo – H. Taj Yasin Maimoen pada Pilkada Jawa Tengah tahun 2018.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi Marketing Politik yang dimainkan oleh calon dan wakil Gubernur Ganjar Pranowo-Taj Yasin Maimoen pada pilkada 2018 lalu di Jawa Tengah?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana sistem dan strategi Marketing Politik yang dilakukan oleh calon dan wakil Gubernur Ganjar Pranowo-Taj Yasin Maimoen pada pilkada 2018 lalu di Jawa Tengah sehingga kandidat itu menerima banyak suara dalam Pilkada itu.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah sebagai

berikut:

1. Manfaat Teoritis

A. Penelitian ini diharapkan bisa untuk menambah dan bisa untuk mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, serta ilmu pengetahuan untuk pihak lain yang berkepentingan.

B. Sebagai acuan dan pertimbangan untuk penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Untuk penulis dan para pembaca diharapkan bisa menerapkan ilmu yang sudah diperoleh oleh penulis dan bisa berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan kedepannya.