STRATEGI KAMPANYE PEMILIHAN KOMUNITAS 81 DALAM MEMENANGKAN CALON LEGISLATIF DPR

(Studi Kasus mengenai Strategi Kampanye Pemilihan Komunitas 81 Dalam Memenangkan Calon Legislatif DPR Rian Firmansyah Dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di Daerah Pemilihan Jawa Barat II : Kabupaten Bandung - Kabupaten Bandung Barat)

ARTIKEL

Oleh,

RENRA HATA GALIH
NIM : 41810043

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

2014

ABSTRACT

ELECTION CAMPAIGN STRATEGY KOMUNITAS 81 *WINNING CANDIDATES IN THE HOUSE OF REPRESENTATIVES*

(Case Study on Election Campaign Strategy* Komunitas 81 *Winning Candidates in the House of Representatives* Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Rian Firmansyah *in Jawa Barat II Constituency :* Kabupaten Bandung - Kabupaten Bandung Barat*)

By,
RENRA HATA GALIH
NIM. 418010043

This thesis is under guidance :
Dr. H. Eddy Syarif M.Si.

This research is designed to understand how about election campaign strategy Komunitas 81 *winning candidates in the house of Respresentatives* Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Rian Firmansyah *in West Java II constituence. This research discusses the election campaign strategy seen from the election campaign planning, campaign implementation and campaign strategy.*

This study used a qualitative approach, while the research design used was a case study. The process of selecting purposive sampling technique using the informant. And furthermore, data collection techniques with in-depth interviews, observation of participation, documentation, and search data on the internet. Data analysis techniques used are model cycle Miles and Huberman to discuss about the problem of research.

The research result showed election campaign planning Komunitas 81 *viewed from several aspects, including: Analysis of the problem, formulation of objectives, target identification and segmentation, determination of messages, tactics, and the allocation of time and resources. While the conduct of the election campaign* Komunitas 81 *views of the implementation plan election campaign.*

conclusions, in the planning of the election campaign, created by Komunitas 81 *aspects that represent the necessities of the election campaign, the implementation of the election campaign carried out by implementing the campaign planning, campaign strategies are divided into two, namely strategy and media strategy to meet directly with voters.*

Suggestions, keep the ideas in determining campaign strategies, make campaigns more efficient and the last is this komunitas *still displays characteristic of,* Komunitas 81 *as a gathering place for young and educated people such as school and university students as well as keep away from those things that smell fragmatisme*

Key Words : Election Campaign Planning, Election Campaign Implementation, Election Campaign Strategy

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Strategi kampanye pada saat pemilihan umum menjadi bagian yang sangat penting karena dengan strategi tersebut masyarakat dibentuk opini dan persepsinya sehingga tertarik dan mau memilih seorang kandidat dalam pemilu. Strategi kampanye yang dilakukan cukup beragam, mulai dengan penggunaan promosi secara tidak langsung atau disebut *bellow the line* seperti *banner, flyer, pamflet, brosur, katalog, sticker,* simulasi surat suara, kalender serta *branding* kendaraan roda empat maupun roda dua, kemudian promosi secara langsung dengan bertemu kepada masyarakat dan tokoh-tokoh simpul massa dan menggunakan media iklan atau *above the line* seperti penggunaan televisi, radio, surat kabar, *internet* (sosial media) untuk kemudian dapat menarik perhatian atau *awareness* masyarakat yang akan memilih.

Berdasarkan hal tersebut dilakukanlah strategi–strategi kampanye dinilai sangat penting sekali baik dalam kampanye politik sebelum digelar kampanye terbuka maupun pada saat kampanye pemilihan yaitu pada saat kampanye terbuka yang dilakukan oleh setiap kandidat guna mengenalkan, menarik simpati, bahkan meningkatkan citra. strategi tersebut dinilai sama ketika kita sedang melakukan *build brand,* karena sebenarnya kandidat dan brand itu ada kesamaannya. Tapi yang harus kita lihat itu sebetulnya adalah strateginya, dalam *brand* yang kita bangun adalah *image,* sedangkan dalam tokoh atau kandidat yang di bangun adalah citra.

Strategi menjadi penting dalam sebuah kampanye. Menurut Firmanzah dalam bukunya, partai politik membutuhkan suatu strategi dalam melakukan hubungan dengan masyarakat. Hal tersebut menyangkut produk-produk politik yang akan dibawakan, image yang akan dimunculkan, program kampanye yang akan dilakukan, dan penggalangan massanya.(Firmanzah, 2008:80)

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya bila dilihat dalam konteks persaingan politik terdapat tiga sasaran kampanye politik. Pertama, membangkitkan kesetiaan alami para pengikut suatu partai agar tetap memilih sesuai dengan kesetian itu. Kedua, menggalang rakyat (pemilih) yang tidak terikat kepada partai tertentu, atau menciptakan pendukung baru dari kelompok independen. Ketiga, meyakinkan rakyat (pemilih) dari partai lain, bahwa keadaan akan lebih baik jika mereka menjatuhkan pilihan kepada kandidat dari partai lain.(Arifin, 2003:84).

Kontestasi para calon legislatif di daerah pemilihan jawa barat II menjadi sangat sengit karena dapil jabar II ini di huni para politisi senior, calon legislatif-legislatif baru maupun artis yang cukup baik popularitas dan elektabilitasnya, melihat hal itu bagi Rian Firmasyah yang tercatat sebagai calon legislatif DPR RI termuda yang berada di daerah pemilihan Jawa Barat II dalam menghadapi kontestasi tersebut, dengan minimnya pengalaman dan teori di bidang politik tidak hanya perlu memaksimalkan mesin partai yang bekerja dengan baik, dan mencari *swing vooters* atau pemilih mengambang yang belum menentukan pilihan dan belum masuk ataupun menjadi simpatisan suatu partai, namun Rian Firmasyah memerlukan strategi kampanye pemilihan yang baik agar mampu meciptakan citra politik sehingga mampu mendongkrak popularitas dan

elektabilitasnya, maka peneliti melihat apa yang dilakukan Rian Firmasyah dalam menggandeng kekuatan politik dalam melakukan kerja-kerja politik seperti menggandeng Komunitas 81 untuk memenangkan pertarungan dan kontestasi di Dapil Jabar II ini menjadi pertimbangan peneliti unutk meneliti komunitas 81 ini.

Dari hasil pra penelitian di dapatkan informasi bahwa Komunitas 81 adalah sekelompok orang yang awal mulanya di bentuk dan didirikan oleh inisiator para pemuda dan kumpulan para mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari Jawa Barat. Komunitas ini lebih banyak bergerak di bidang-bidang politik. Komunitas ini menyadari betul bahwa tingginya biaya politik yang di keluarkan merupakan cikal bakal munculnya koruptor-koruptor di negeri ini berdasarkan hal itulah maka komunitas ini menawarkan konsultasi politik tanpa biaya yang berarti untuk memenangkan seorang kandidat, dengan konsep TPTP (tanpa pamrih dan tanpa paksaan) dalam membangun relawan tim sukses komunitas ini mampu menyulap seorang kandidat yang awalnya biasa-biasa menjadi luar biasa, yang awalnya tidak dikenal menjadi dikenal atau populer dan mendapat elektabilitas yang tinggi untuk dipilih oleh masyarakat yang memilih, kehadiran komunitas ini sendiri di nilai unik karena komunitas ini baru berusia seumur jagung atau sekitar satu tahunan lebih namun walaupun umurnya terbilang pendek tapi eksistensi dan kemampuan komunitas ini sudah tidak dapat di ragukan lagi, bersama ICW *(Indonesia Coruption Watch)* komunitas ini di pemilukada Jawa Barat 2013 kemarin pernah memimpin dan mengakomodir relawan pendukung se Jawa Barat.

Keberhasilan komunitas ini dalam membuat konsep-konsep strategi kampanye dan taktik-taktik dalam mengenalkan, menarik simpati, bahkan meningkatkan citra pasangan Rieke Dyah Pitaloka dan Teten Masduki sehingga pasangan tersebut dapat meraih suara kedua terbanyak kedua dan hanya terpaut sedikit saja oleh pasangan Ahmad Heryawan dan Dedi Mizwar yang merupakan pasangan pemenang pemilihan Gubernur, membuat Rian Firmansyah melirik komunitas ini untuk membantunya memenangkan pertarungan di pemilu legislatif 2014 kali ini, peran komunitas ini sangat penting sekali karena komunitas ini berperan menjadi konseptor dalam menentukan strategi kampanye kandidat rian firmansyah selain itu komunitas ini juga berperan langsung menjadi pelaksana atau *eksekutor* dari konsep-konsep yang telah di buat sehingga komunitas ini sangat berperan dalam pemenangan kandidat Rian Firmansyah ini dari mulai perencanaan sampai pelaksaan kampanye.

1.2. Pertanyaan Mikro

Berikut rumusan masalah mikro yang telah dirumuskan oleh peneliti secara lebih spesifik :

1. Bagaimana perencanaan kampanye pemilihan komunitas 81 dalam memenangkan calon legislatif DPR Rian Firmansyah dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di daerah pemilihan Jawa Barat II?
2. Bagaimana pelaksanaan kampanye pemilihan komunitas calon legislatif DPR Rian Firmansyah dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di daerah pemilihan Jawa Barat II?

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Maleong, 2000:3), penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.Hal seperti ini juga dipertegas oleh Creswell (1998:14) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar tempat dan waktunya alamiah. Paradigma ini juga memungkinkan untuk dilakukan interpretasi secara kualitatif atas data-data penelitian yang telah diperoleh.

III. Pembahasan

1. Bagaimana Perencanaan Kampanye Pemilihan Komunitas 81 dalam memenangkan calon legislatif DPR Rian Firmansyah dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di daerah Pemilihan Jawa Barat II

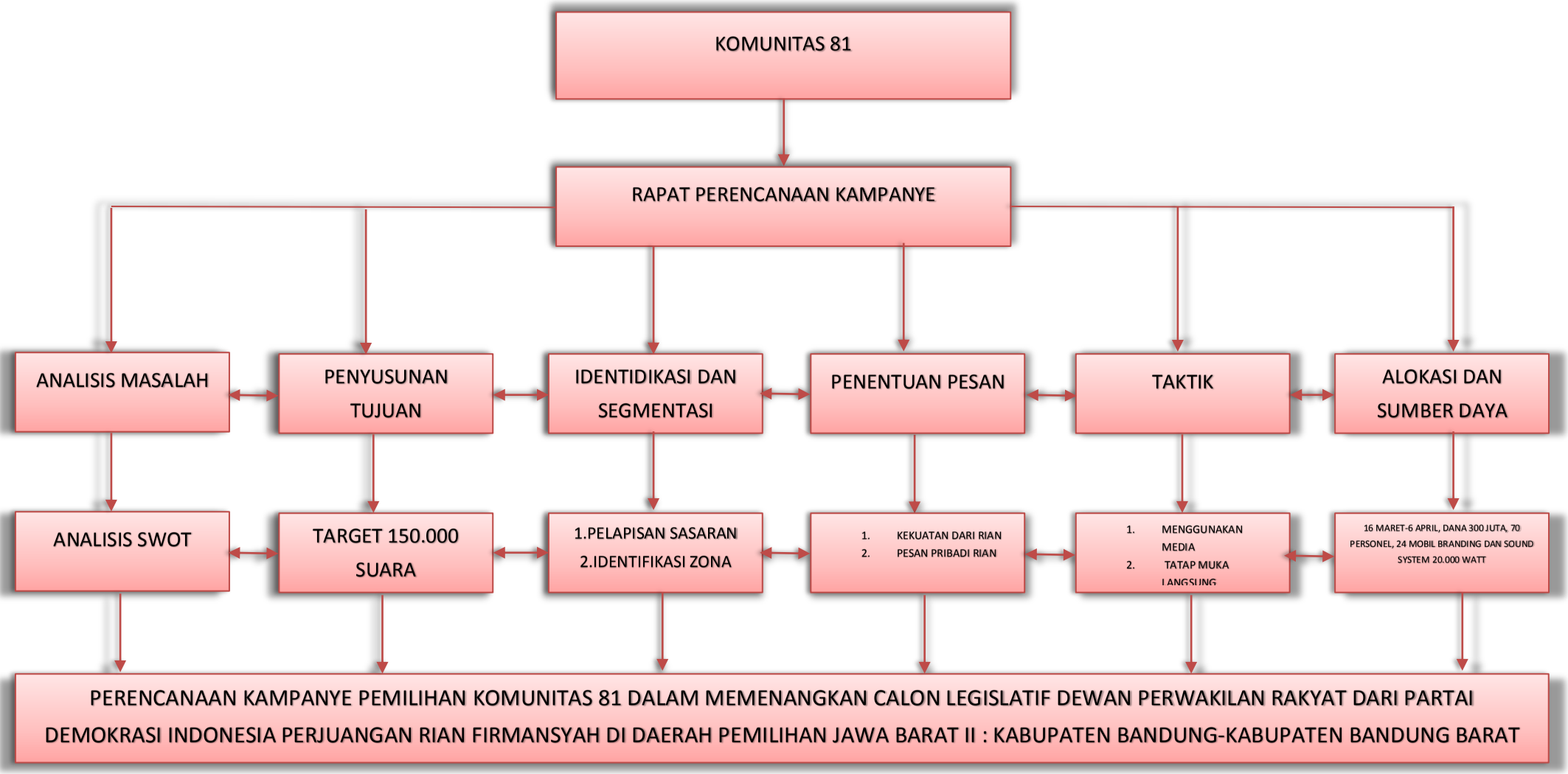
Poin-poin penting yang menjadi dasar perencanaan komunitas 81 ini menghadapi kampanye pemilihan, komunitas ini sebelum melakukan pelaksanaan kampanye pemilihan untuk memenangkan kandidat Rian Firmansyah adalah bahasan-bahasan tentang hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemilihan, bahasan-bahasan tersebut meliputi:

1) Analisis Masalah
2) Penyusunan Tujuan
3) Identifikasi dan Segmentasi Sasaran
4) Menentukan Pesan
5) Strategi dan Taktik
6) Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Ketujuh masalah tersebut di bahas secara bersama-sama oleh seluruh anggota komunitas dalam beberapa kali rapat di posko utama, secara garis besar komunitas ini membungkus rapi perencanaan-perencanaan kampanye mulai dari menganalisis masalah seperti mempertimbangkan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang dari kandidat Rian Firmansyah ini, penyusunan tujuan dengan memperhatikan faktor identifikasi geografis, demografis, penentuan pesan saat kampanye pemilihan, strategi dan taktik sampai ke masalah finansial, sumber daya manusia, alat kampanye dan hal lainnya, yang tujuan utamanya meningkatkan popularitas dan elektabilitas dari kandidat.

Gambar 4.6

Model Perencanaan Kampanye Pemilihan Komunitas 81

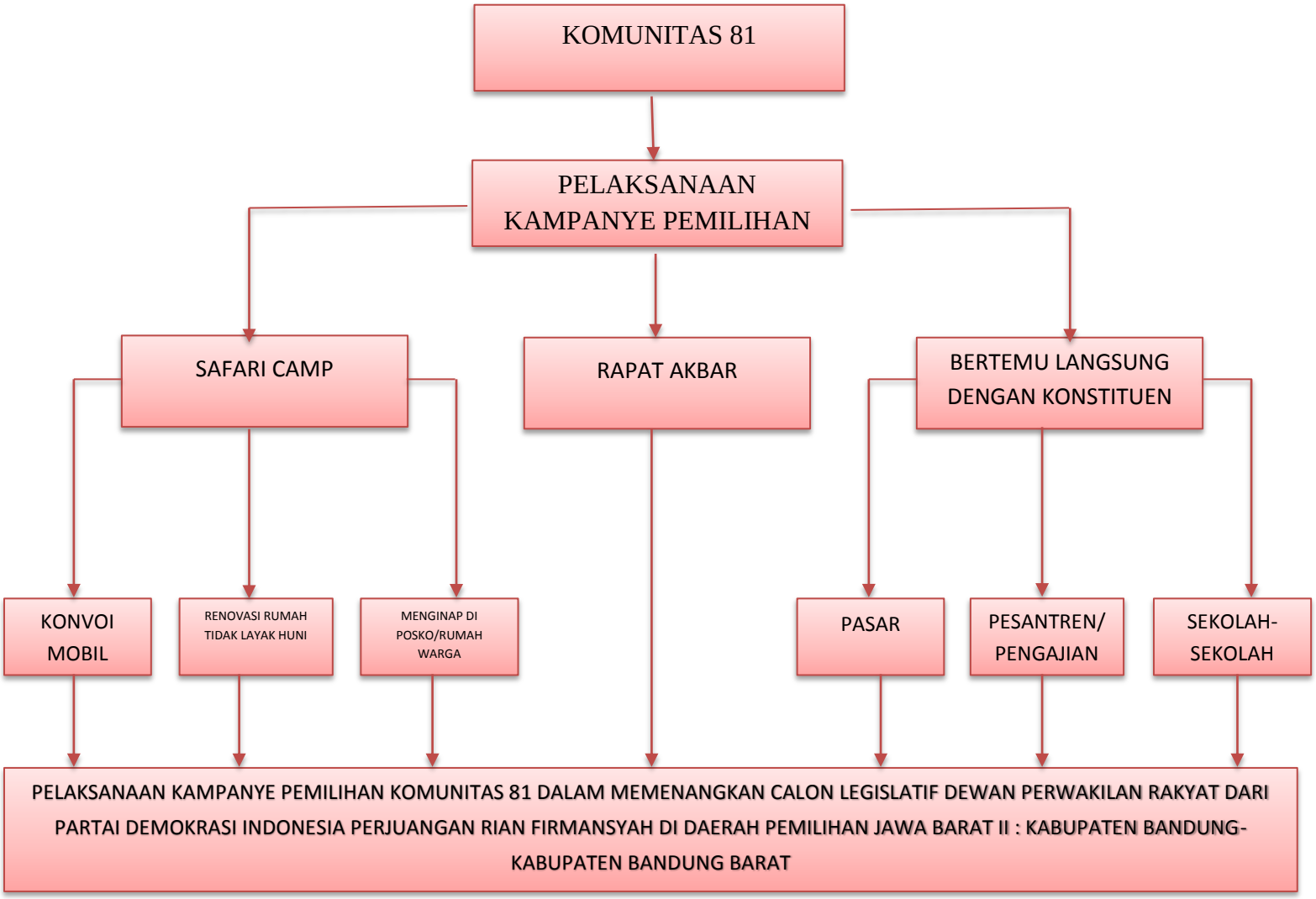


Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2014

2. **Bagaimana Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Komunitas 81 dalam memenangkan calon legislatif DPR Rian Firmansyah dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di daerah Pemilihan Jawa Barat II**

Pelaksanaan kampanye adalah "penerapan dari konstruksi rancangan program yang telah ditetapkan sebelumnya". Komunitas ini membagi beberapa hal yang harus dilakukan dalam tahap pelaksanaan meliputi :

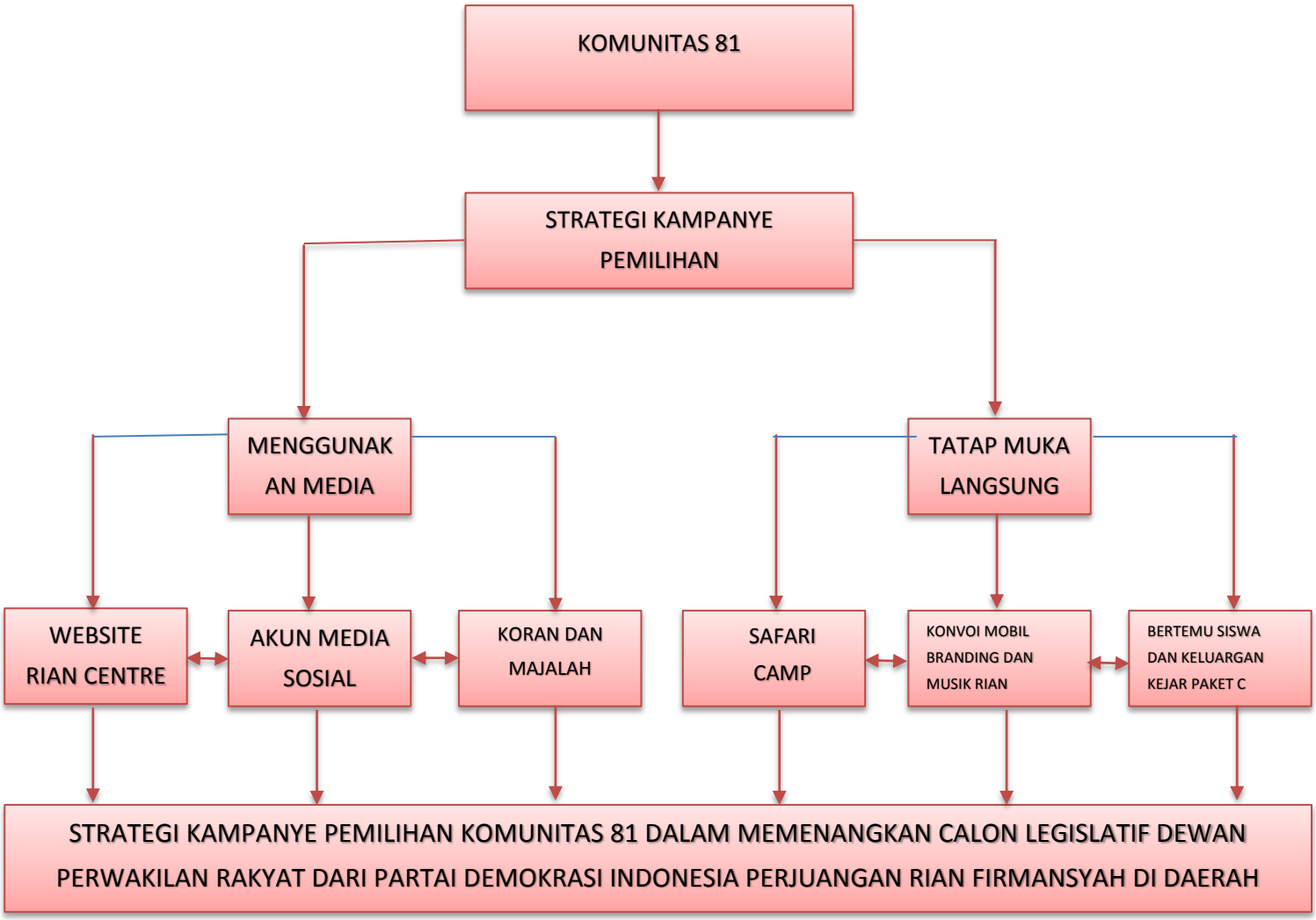
1. Realisasi unsur-unsur kampanye
2. Menguji coba rencana kampanye
3. Implementasi perencanaan kampanye
4. Pemantauan pelaksanaan, dan pembuatan laporan kemajuan.



3. Strategi Kampanye Pemilihan Komunitas 81 Dalam Memenangkan Calon Legislatif DPR Dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Rian Firmansyah Di Daerah Pemilihan Jawa Barat II

Komunitas 81 dalam memenangkan kandidat Rian Firmansyah melakukan strategi-strategi yang dinilai unik dan baru di lakukan dari kampanye-kampanye yang sudah ada sebelumnya, pemilihan komunitas menjadi alternatif lain dari tidak berjalannya mesin-mesin partai serta menurunnya kepercayaan publik terhadap partai itu sendiri. Komunitas 81 walaupun tidak formal seperti konsultan politik karena tidak mempunyai badan hukum yang resmi, namun apabila dilihat dari pola-pola kerja komunitas ini dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemilihan komunitas ini tidak berbeda jauh dengan halnya konsultan politik, mereka bekerja secara *profesional*, terkonsep, dan terencana dalam menentukan strategi-strategi kampanye pemilihan.

Strategi-strategi yang mereka tetapkan secara garis besar terbagi menjadi dua strategi pertama yaitu dengan cara melakukan kampanye pemilihan melalui media baik media cetak dan internet serta strategi yang kedua adalah dengan cara melakukan kampanye pemilihan tanpa menggunakan media yaitu dengan cara blusukan dan bertemu langsung dengan masyarakat yang berada di daerah pemilihan Jawa Barat II, memang apabila dilihat dari kedua hal tersebut tidak ada hal aneh yang dilakukan oleh Komunitas 81 ini, namun apabila kita lihat dari hal-hal yang dilakukan Komunitas 81 ini untuk merealisasikan tersebut bisa dibilang jempolan karena banyak hal-hal unik dan baru serta ide-ide brilian yang diterapkan oleh komunitas 81 ini seperti *safari camp* (perjalanan menginap), blusukan langsung ke pusat-pusat pemilih, konvoi dengan membagikan gantungan kunci, dan memutar musik yang isi lagunya adalah lagu-lagu yang sudah di buat sendiri untuk kandidat Rian Firmansyah untuk menarik perhatian khalayak banyak.



Sumber : Dokumen Peneliti, 2014

IV. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai strategi kampanye pemilihan komunitas 81 dalam memengankan calon legislatif DPR studi kasus dengan pendekatan kualitatif mengenai strategi Komunitas 81 dalam memenangkan calon legislatif dpr dari partai demokrasi Indonesia perjuangan Rian Firmansyah di daerah pemilihan Jawa Barat II : Kabupaten Bandung-Kabupaten Bandung Barat, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa temuan tentang perencanaan kampanye pemilihan Komunitas 81 dalam memenangkan kandidat Rian Firmansyah untuk menjadi anggota dewan perwakilan rakyat republik Indonesia, perencanaan kampanye pemilihan tersebut dilihat dari beberapa aspek, aspek-aspek tersebut meliputi: Analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi sasaran, penentukan pesan, strategi dan taktik, serta alokasi waktu dan sumber daya. Keenam aspek tersebut merupakan hal mendasar yang menjadi pertimbangan komunitas 81 ini dalam menentukan perencanaan kampanye pemilihan komunitas 81.

2. Peneliti menemukan hal yang Komunitas 81 rencanakan adalah melakukan pelaksanaan kampanye pemilihan Komunitas 81 dalam pelaksanaan kampanye tersebut ada hal yang di perhatikan yaitu merealisasikan unsur-unsur kampanye, menguji coba rencana kampanye dan melaksanakan serta memantau pelaksanaan kampanye.

3. Dalam penentuan strategi kampanye pemilihan komunitas 81 strategi-strategi yang mereka tetapkan secara garis besar terbagi menjadi dua strategi pertama yaitu dengan cara melakukan kampanye pemilihan melalui media baik media cetak dan internet serta strategi yang kedua adalah dengan cara melakukan kampanye pemilihan tanpa menggunakan media yaitu dengan cara blusukan dan bertemu langsung dengan masyarakat yang berada di daerah pemilihan Jawa Barat II, strategi yang menggunakan media adalah pembuatan website rian centre, akun-akun media sosial seperti facebook, twitter, instagram, patch dan akun media sosial lainnya, selain itu membuat iklan di media koran dan majalah juga menjadi media yang di gunakan komunitas ini, selain menggunakan media adalah penggunaan non media atau terjun langsung kepada masyarakat seperti *safari camp* atau perjalanan menginap, konvoi dengan mobil branding, bertemu dengan masyarakat di pusa-pusat berkumpulnya masyarakat seperti pasar, pesantren, sekolah dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

A.BUKU

1. Berger, Peter L., PikrianKembara: ModernisasidanKesadaranManusia, Yogyakarta: Kanisius, 1992
2. Budiardjo, Miriam, Dasar-dasar Ilmu Politik, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
3. Creswell, John W, Research Design (PendekatanKualitatif, Kuantitatif, dan Mixed), Yogyakarta: PustakaPelajar, 2010.
4. Denzin, Norman & Lincoln, Yvonna, *Handbook Of Qualititive Research*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
5. Firmanzah, Marketing Politik, Jakarta: YayasanPustakaObor Indonesia, 2008.
6. Ismanto, Ign, Pemilihan Presiden Secara Langsung 2004 (dokumentasi, analisis, dan kritik), Yogyakarta: Galang Press, 2004.
7. Cangara. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
8. Effendy, Onong.U. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta : Raja Grafindo Remaja.
9. Fajar, Marhaeni. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
10. Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodelogi Penelitian Komunikasi.* Bandung : Widya Padjadjaran.
11. Mulyana, Deddy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
12. Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
13. Moleong, Lexy J, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012.
14. Mulyana, Deddy, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
15. Paloma, Margaret, sosiologiKontemporer, Jakarta: Raja GrafindoPersada, 1994.
16. Rachmiatie, Atie 2007, Radio komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi Bandung: Simbiosa Rekatama Media
17. Riswandi, Ilmu Komunikasi, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
18. Saeful, Asep Muhtadi, Kampanye Politik, Bandung: Humanoria Utama, 2008.
19. Venus, Antar. 2004. Manajemen Kampanye. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
20. Nimmo, Dan. 2006. Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

B. PERUNDANG-UNDANGAN DAN PERATURAN-PERATURAN

1. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2003 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden
2. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 01 Tahun 2013 Tentang pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

C. SUMBER INTERNET

1. http://mediapublica.co/2013/02/11/strategi-komunikasi-dalam-kampanye-pemilihan-umum tanggal 1 maret 2014 16:00
2. http://komunikasidanpolitik.blogspot.com/p/materi-komunikasi-politik.html tanggal 2 maret 2014 20:00
3. http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-ekanugraha-24549&q=strategi%20kampanye tanggal 2 maret 201420:39
4. http://komunitaspr.wordpress.com/2010/06/10/perencanaan-strategis-kampanye-pr/ tanggal 06 maret 2014 22:01
5. http://kpu-bandungkab.go.id/en/2013-06-26-12-50-11/artikel/134-2-451-972-pemilih-tercantum-dalam-dpt-kabupaten-bandung tanggal 06 maret 2014 22:11
6. http://kpubandungbarat.info/tag/jumlah-pemilih-kbb/ tanggal 06 maret 2014 22:40
7. http://tri3nid4d.mywapblog.com/pembagian-kursi-dpr-ri-dan-dprd-daerah-p.xhtml tanggal 06 maret 2014 23.00

D. SUMBER KARYA ILMIAH

1. Eka Nugraha tahun 2011 yang berjudul "Strategi Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Jawa Barat (studi kasus kampanye wahana lingkungan hidup (walhi) Jawa Barat Mengenai Bahaya Asbes Pada Kalangan Dan Organisasi Buruh Di Jawa Barat)"
2. Budi Suprapto tahun 2013 yang berjudul "Marketing Politik Calon Walikota Bandung (Studi Kasus Marketing Politik Budi "Dalton" Setiawan Sebagai Calon Independen Walikota Bandung dalam Pemilihan umum kepala daerah 2013)"
3. Widyastuti Hutami Putri. Tahun 2013 yang berjudul :"Strategi Kampanye Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama Dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012". Studi Kasus "Strategi Kampanye Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama Dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2012"