

BAB III

FIGUR BUNG KARNO SEBAGAI KOMODITAS POLITIK DALAM PILPRES 2014

A. Analisis

“Tokoh-tokoh sejarah di ingat kerana pengaruhnya terhadap alam pemikiran dan tingkah laku manusia. Yang menjadi ukuran disini bukanlah baik atau buruknya karakter orang-orang itu, buan juga kekuasaan yang diembannya, yang menjadi ukuran adalah dampaknya terhadap kemanusiaan.”¹

Kutipan diatas sangat relevan untuk menggambarkan makna sosok Bung Karno bagi bangsa Indonesia. Berdasarkan peran-peran sejarahnya, dapat dikatakan bahwa Bung Karno adalah tokoh sejarah yang mempunyai kontribusi paling besar dalam konteks pemberdayaan manusia Indonesia. Meminjam kata-kata Mahbub Djunaidi, Bung Karno adalah potongan kayu bakar yang terbesar gelondongannya yang sudah membakar api nasionalisme Indonesia, membakar api persatuan Indonesia, dan membakar api revolusi nasional yang pada puncaknya memerdekakan negeri ini.²

Bung Karno adalah nation and character builder yang mencita-citakan sekaligus melakukan upaya-upaya riil dengan terbentuknya suatu bangsa yang berkepribadian kuat dan khas. Bung Karno merupakan symbol nasionalisme Indonesia. Ia berhasil menjembatani perbedaan-perbedaan yang tercipta diantara suku, golongan, dan agama yang ada di Indonesia dan menanamkan kepada mereka kesadaran tentang suatu bangsa, bangsa Indonesia. Dalam percaturan politik internasional, ia adalah

¹ Sarwono Kusumaatmadja, “Masa Depan Bangsa”, Sinar Harapan Jakarta , Hal 239.

² Mahbub Djunaidi, Sukarnoisme, Suatu Ujian Sejarah”, Sinar Haparan Jakarta 1981, Hal 254.

figur negarawan yang representatif pada masanya dan salah satu pemimpin yang berkharisma khusus dalam nasionalisme Asia dan Afrika. Berbagai kalangan tanpa terkecuali yang awalnya tidak begitu respek terhadap Bung Karno, akhirnya mengakui keberadaannya sebagai pemimpin terkemuka di Asia, serta salah satu tokoh politik dunia yang sangat diperhitungkan.

Namun kisah hidup Bung Karno adalah kisah hidup yang dialektik. Dalam realitas psiko-historis masyarakat Indonesia, bagaimanapun Bung Karno adalah sosok dramatic person sebuah gambaran pribadi yang kompleks, yang selain populer kharismatik dan berpengaruh besar, juga mengandung sejumlah kontradiksi. Bung Karno bukan hanya semarak oleh pujian dan penghargaan, namun juga cacik maki dan sumpah serapah. Ia disalahkan karena tidak bersedia membubarkan PKI setelah meletusnya G 30 S/PKI pada tahun 1965. Ia juga dikecam karena kegagalannya dalam membangun perekonomian bangsa, serta karena ia terlalu terlena oleh proyek-proyek mercusuar yang ia canangkan. Bung Karno juga banyak dituduh sebagai penguasa yang totaliter, selain itu Bung Karno juga dikecam karena kisah-kisah asmaranya menurut penilaian banyak pihak dinilai kurang mencerminkan moralitas seorang pemimpin.

B. Pembahasan

1. Bung Karno sebagai pribadi yang konsisten

“kamu bisa membat habis jasad hingga menjadi cacing, tapi paham dan ideologi tidak, sama sekali tidak !”³

Kutipan diatas mencerminkan salah satu karakter Bung Karno, yaitu konsisten, teguh, keras kepala, bahkan egois terhadap gagasan dan garis politiknya. Konsistensi ini terbukti menjadi sikap batin yang sangat khas dalam diri Bung Karno, yang ia pertahankan dalam segala kondisi dan kemungkinan resiko. Dalam kata-kata Mahbub Djunaidi,

“Paham pendirian adalah harga diri yang paling tinggi, dan dalam hal ini Bung Karno adalah pengecualian dari 100 juta orang Indonesia yang mempunyai pembawaan mecla-mencle sejak dari rahim”⁴

Namun, dibalik sikap konsisten Bung Karno ini terdapat paradoks. Bung Karno dianggap sebagai pemimpin yang kepala batu yang cenderung merasa paling benar, dan meremehkan pendapat orang-orang disekitarnya. Bung Karno juga dituduh sebagai pemimpin yang egois dan tidak mengenal kompromi dalam mengimplementasikan gagasan-gagasannya. Kegagalan-kegagalan Bung Karno di era Demokrasi terpimpin juga banyak di identifikasi sebagai buah dari sikap keras kepala Bung Karno untuk tidak segera menyesuaikan gaya dan substansi kepemimpinannya dengan perkembangan kondisi politik yang terjadi.

Seandainya Bung Karno bersedia memenuhi desakan dari berbagai arah untuk membubarkan PKI setelah kudeta PKI yang

³ Ibid Hal 259

⁴ Ibid Hal 259

gagal tahun 1965, mungkin Bung Karno akan tetap bertahan pada kedudukannya sebagai kepala negara. Akan tetapi, bagi Bung Karno membubarkan PKI sama artinya dengan meninggalkan sejarah, atau lebih tepatnya garis sejarah yang telah ia polakan hampir selama hidupnya. Bung Karno memilih untuk tidak meninggalkan sejarah, walaupun ia sadar betapa mahal harga yang harus ia bayar.

Konsistensi Bung Karno yang tak kalah fenomenal adalah soal Nasakom. Sejak awal kariernya sebagai politikus dan ideolog, Bung Karno telah meyakini bahwa Nasionalisme, Marxisme dan Islam mempunyai banyak keterkaitan dan dapat di sintesakan. Sungguh mencengangkan bahwa sintesa yang menurut banyak kalangan tidak mungkin dilakukan, bagi Bung Karno justru merupakan “keharusan Historis”. Ia terus berusaha mewujudkan ideologi Nasakom tanpa memperdulikan kritik dan koreksi dari berbagai arah. Ketegangan-ketegangan eksplosif yang kian lama kian menguat di era Demokrasi terpimpin, khususnya antara golongan komunis dan golongan anti-komunis, tidak menggoyahkan tekadnya untuk terus mewujudkan sintesa tiga ideologi itu.

2. Konsep Persatuan Bangsa Indonesia

Jika kita berbicara tentang persatuan tentunya akan sangat teringat kepada salah satu tulisan Bung Karno yang berjudul *Nasionalisme, Islamisme, Marxisme di Suluh Indonesia Muda* pada tahun 1926. Tulisan inilah yang kemudian memiliki “tonjokan”

besar bagi meleknya persatuan Indonesia era baru. Pada awalnya orang-orang banyak yang takut terhadap ketiga aliran ini. Dengan kata lain jika ia termasuk kepada salah satu aliran maka ia akan merasa dua aliran yang lainnya sebagai faham yang bertentangan dan beda tujuan.

“Tulisan Bung Karno tersebut secara ilmiah memang bisa dianggap sebagai tulisan yang kurang memenuhi kriteria secara keilmiahan, tetapi secara politis tulisan itu sangatlah memiliki arti yang besar dalam menandakan kembali benih pondasi pemikiran suatu bangsa.”⁵

Dalam Nasionalisme, Islamisme, dan Marxisme Bung Karno menyampaikan kepada para nasionalis untuk bekerja sama dengan golongan Islam dan Marxis. Di situ Bung Karno mengatakan,

“Nasionalis yang bukan chauvinis, nasionalis sejati, nasionalismenya bukan tiruan dari nasionalisme barat, timbul dari rasa cinta akan manusia dan kemanusiaan, Adakah keberatan untuk kaum nasionalis yang sejati buat bekerja bersama-sama dengan kaum Islam, oleh karena Islam itu melebihi kebangsaan dan melebihi batas-negeri ialah super-nasional super-teritorial? Adalah internasionaliteit Islam suatu rintangan buat geraknya nasionalisme, buat geraknya kebangsaan?”

Bung Karno mengingatkan kepada para nasionalis bahwa di berbagai negara Asia para pejuang penentang penjajahan yakni para kelompok Islam yang sama asalnya yaitu berjuang melawan kapitalisme dan imperialisme barat, sehingga Bung Karno menegaskan bahwa kelompok Islam adalah bukan lawan tetapi kawan.⁶

Masih dalam tulisan yang sama Bung Karno mengatakan,

⁵ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

⁶ Ir. Soekarno, *Di Bawah Bendera Revolusi*, Jakarta, 1964, hal. 5.

*"Bukankah, sebagai yang sudah kita terangkan, Islam yang sejati mewajibkan pada pemeluknya mencintai dan bekerja untuk negeri yang ia diami, mencintai dan bekerja untuk rakyat diantara mana ia hidup, selama negeri dan rakyat itu masuk Darul-Islam."*⁷

Bung Karno menegaskan kembali,

*"...dimana-mana orang Islam bertempat disitulah ia harus mencintai dan bekerja untuk keperluan negeri itu dan rakyatnya."*⁸

Bung Karno mengatakan bahwa dalam Islam juga terkandung tabiat-tabiat yang sosialis maka dari itu seyogyanya kaum Islam harusnya mampu bekerja sama dengan kelompok Marxis, meski sosialisme dalam Islam memiliki asas yang berbeda yaitu spiritualisme sedangkan sosialisme dalam Marxis berdasar pada asas perbendaan, atau materialisme.

Bung Karno dalam Nasionalisme, Islamisme, dan Marxisme menyinggung pada kaum Marxis yang ingkar terhadap perjuangan kaum nasionalis dan kaum Islamis, Bung Karno mengajak Marxis Indonesia untuk bergabung dengan kedua golongan yang lain,

*"Sebab taktik Marxisme yang baru, tidaklah menolak pekerjaan bersama-sama dengan Nasionalis dan Islamis di Asia. Taktik Marxisme yang baru bahkan menyokong pergerakan-pergerakan Nasionalis dan Islamis yang sungguh-sungguh. Marxis yang masih saja bermusuhan dengan pergerakan-pergerakan Nasionalis dan Islamis yang keras di Asia, Marxis yang demikian itu tak mengikuti aliran zaman, dan tak mengerti akan taktik Marxisme yang sudah berubah."*⁹

⁷ Obi dhal 12

⁸ Ibid, hal. 7

⁹ Ibid, hal. 17-18.

Pada intinya dalam tulisan ini Bung Karno ingin menyatukan bangsa Indonesia dan menghimpun kekuatannya untuk kemudian mengalihkannya untuk melawan kekuatan penjajah yang sudah mengakar. Dalam tulisannya ini Bung Karno menyebutkan bahwa Nasionalisme, Islamisme, dan Marxisme adalah azas-azas yang diperlukan oleh pergerakan rakyat di seluruh Asia (rohnya pergerakan di Asia). Dengan demikian menurut Bung Karno bahwa ketiga azas tersebut memiliki persamaan yang sangat mendasar sebagai sama-sama azas yang menghendaki terciptanya masyarakat yang merdeka.

Maka kemudian Bung Karno mengarahkan logika berfikir kepada suatu hubungan emosional yang menyebutkan bahwa pada hakikatnya, apapun azas perjuangannya, tetapi harus diingat bahwa orang-orang yang menggerakkan azas tersebut berasal dari tempat yang sama, nasib yang sama, dan sejarah yang sama sebagai orang-orang yang terbelenggu oleh pihak luar. Oleh karena itulah menurut Bung Karno ketiga kekuatan besar itu seharusnya bersatu untuk bersama-sama membuat jembatan emas menuju kemerdekaan bangsa Indonesia.

Persatuan menurut Bung Karno sangat diperlukan untuk syarat melawan para penjajah. Persatuan yang dimaksud oleh Bung Karno ini bukan hanya sebatas persatuan antara kelompok Nasionalisme, Islamisme, dan Marxisme yang ada di Indonesia saja. Tetapi persatuan itu haruslah diperbesar skalanya menjadi yang lebih luas dengan tujuan agar kekuatan itu semakin besar dan masiv.

Perlu dicari dasar yang kokoh untuk mempersatukan semua kekuatan yang nyata ada dalam melawan kapitalisme, imperialisme,

dan kolonialisme. Persatuan dari semua kekuatan yang revolusioner, yang didasari oleh kesadaran perlunya digalang kekuatan melawan kekuasaan yang terlawankan oleh masing-masing kekuatan obyektif saat itu.

Nasionalisme yang digali Bung Karno adalah Nasionalisme yang berkemanusiaan dan berkeadilan, dan dengan demikian melawan segala *stelsel* yang menyengsarakan rakyat. Dengan demikian maka nasionalisme yang dimaksud oleh Bung Karno adalah Nasionalisme yang juga memberi hormat dan penghargaan terhadap perbedaan paham diantara bangsa Indonesia yang masih menyadari akan apa yang sebenarnya dihadapi bersama. Nasionalisme demikian adalah Sosio-Nasionalisme. Azas ini bertentangan dengan kapitalisme termasuk kapitalisme bangsa sendiri.¹⁰

3. Pancasila

Bung Karno adalah tipe pemimpin dunia yang unik karena dia memiliki dua ideologi sekaligus di semasa hidupnya. Ideologi tersebut diantaranya adalah Pancasila dan Marhaenisme. Marhaenisme adalah sebuah konsep sosialisme (banyak yang memplesetkan Marhaen ini singkatan dari Marx, Hegel, dan Engels) yang disesuaikan dengan konteks Indonesia. Ciri khas dari Marhaenisme ini adalah tentang fakta bahwa rakyat kecil di Indonesia masih memiliki modal dan peralatan sendiri (walaupun terbatas) dalam aktifitas sehari-harinya.

¹⁰<http://www.berdikarionline.com/bung-karnoisme/20101008/kapitalisme-bangsa-sendiri.html>
Diakses Pada 23 Mei 2015 Pukul 14.00 Wib

Hal yang lebih menarik adalah mengenai Pancasila. Peristiwa yang terkenal dari Pancasila adalah pada tanggal 1 Juni 1945, yaitu pidato Bung Karno di depan *Dokuritsu Zyuby Tyoosakai* (Badan Penyelidik Usaha Persiapan Kemerdekaan) yang kemudian terkenal sebagai hari lahirnya Pancasila. Lima poin butir Pancasila yang disebutkan Bung Karno pada waktu itu adalah: (1) Kebangsaan Indonesia, (2) Internasionalisme atau perikemanusiaan, (3) Mufakat atau demokrasi, (4) Kesejahteraan sosial, dan (5) Menyusun Indonesia merdeka dengan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.¹¹ Menurut Dr. K. R. T. Radjiman Wedyodiningrat, “Lahirnya Pancasila” ini adalah buah “*steno-grafisch verslag*” dari pidato Bung Karno yang diucapkan dengan tidak tertulis dahulu (*voor de vuist*) sebagai penjelmaan daripada angan-angannya.

Kelima poin Pancasila yang disebutkan oleh Bung Karno itu kemudian dirumuskan kembali oleh Panitia Kecil yang berjumlah sembilan orang (Ir. Sukarno, Muhammad Hatta, Mr. A.A. Maramis, Abikusno Tjokrosoejoso, Abdulkahar Muzakir, H. A. Salim, Mr. Ahmad Soebardjo, Wahid Hasyim, dan Mr. Muhammad Yamin. Hasil dari panitia Sembilan itu adalah kelima susunan Pancasila yang tertuang di dalam pembukaan UUD’45 sekarang.

Berikut adalah beberapa pernyataan Bung Karno mengenai Pancasila yang diambil dari beberapa teks pidatonya:

“Pancasila adalah penjelmaan kepribadian bangsa Indonesia dan jika pancasila itu “diperas” menjadilah ia tri sila: ketuhanan, sosionasionalisme, sosiodemokrasi. Dan jika tri sila ini diperas lagi, menjadi ia eka sila, yaitu gotong royong. Kekeluargaan yang tidak statis seperti kekeluargaan saja, tetapi gotong royong yang dinamis,

¹¹<http://www.berdikarionline.com> diakses 12 juni 2015 pukul 12.30 wib

gotong royong yang berkarya hacancut taliwanda, gotong royong 'holidis-kuntul-baris' (bekerja dengan gotong royong)".¹

"Pancasila adalah satu dasar yang universal, satu dasar yang dapat dipakai oleh semua bangsa satu dasar yang dapat menjamin kesejahteraan dunia, perdamaian dunia, persaudaraan dunia".²

"Menanggapi poin-poin yang berada dalam butir Pancasila, banyak orang yang bertanya kepada Bung Karno tentang darimana ide pemikiran Bung Karno sehingga mampu menghasilkan konsep Pancasila. Menanggapi pertanyaan tersebut Bung Karno menjawab bahwa dalam proses menghasilkan konsep Pancasila dirinya hanya menggali nilai-nilai yang selama ini berada di dalam bumi nusantara."¹²

Dengan demikian, telah dikemukakan bahwa pemahaman Soekarno dalam Pancasila didasari oleh sikap bangsa Indonesia pula agar terbentuk suatu rasa persatuan yang akan berimbas pada terbentuknya Indonesia merdeka. Pancasila juga sebenarnya menerapkan dimensi lain, yaitu suatu dimensi filosofis dalam tujuannya merangkai perbedaan yang ada di Indonesia. Dapat dilihat sebenarnya, bahwa perbedaan yang ada di Indonesia bukan untuk dijadikan dasar dari perselisihan yang terjadi, akan tetapi harus dijadikan sebuah hubungan kolektif yang dapat saling melengkapi.

4. Konsep Trisakti Bung Karno

Dalam catatan sejarah, istilah Trisakti kali pertama dimunculkan Soekarno ketika pidato dengan judul "*Tahun Vivere Pericoloso*" disingkat TAVIP, tanggal 17 Agustus 1964. Soekarno dalam pidatonya menyampaikan bahwa telah memformulasikan 6 hukum revolusi dan memformulasikan Trisakti sebagai jalan revolusi bangsa Indonesia. Trisakti yang dimaksud dalam hal ini adalah

¹² Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

berdaulat dalam politik, berdikari dalam ekonomi, dan berkepribadian dalam kebudayaan. Mencermati hal ini bisa diketahui bahwa tiga hal tersebut merupakan upaya Soekarno untuk memberikan platform strategi pembangunan bagi bangsa Indonesia.

“Trisakti lahir dilatarbelakangi oleh semakin gencarnya gelombang sistem kapitalisme liberal masuk ke dalam sistem pemerintahan Indonesia setelah kemerdekaan”¹³

Seperti diketahui bahwa perjuangan melelahkan yang dilakukan bangsa Indonesia pada akhirnya membuahkan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945. Segera setelah Indonesia merdeka, Indonesia mencoba sistem demokrasi parlementer yang di kemudian hari memicu perpecahan di dalam perpolitikan Indonesia. Bagi Soekarno, demokrasi parlementer dianggap terlalu “Liberal”, karena terlalu kompromi dengan aturan main yang dilakukan bangsa asing melalui perjanjian-perjanjian internasional.

Soekarno kemudian menjelang dekade 1950-an mengganti sistem politik dengan nama demokrasi terpimpin, yang ternyata bukan saja dianggap tidak demokratis, melainkan dinilai cenderung mengarah kepada sistem otoriter. Soekarno dengan konsep Demokrasi Terpimpinnya menilai Demokrasi Barat yang bersifat liberal tidak dapat menciptakan kestabilan negara, sehingga dianggap menjauhkan Indonesia ke tujuan masyarakat yang adil dan makmur. Menurut Soekarno, penerapan sistem demokrasi barat menyebabkan tidak terbentuknya pemerintahan kuat yang dibutuhkan untuk membangun Indonesia. Partai politik yang terlalu banyak dianggap sebagai sebuah penyakit yang lebih parah daripada perasaan kesukuan dan

¹³ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

kedaerahan. Penyakit inilah yang menyebabkan tidak adanya satu kesatuan politik dalam membangun Indonesia, sehingga program-program yang dirancang oleh kabinet tidak dapat dijalankan secara utuh, sehingga pembangunan ekonomi tersendat dan gerakan separatis terjadi di mana-mana. Pada akhirnya partai-partai yang ada pada waktu itu berjumlah sebanyak 40 partai dan ditekan oleh Soekarno untuk dibubarkan. Di samping itu, bagi Soekarno demokrasi liberal dinilai memiliki muatan nekolim (neo-kolonialisme dan imperialisme) yang bisa menyebabkan terkikisnya rasa nasionalisme dan jiwa revolusi. Untuk itulah, sebagai upaya menjaga ketahanan negara, Soekarno kemudian hari merumuskan gagasan Trisakti yang merupakan antitesa untuk membendung konsep demokrasi liberalisme.

Trisakti dijadikan sebagai garis besar haluan negara dan harus dipenuhi oleh bangsa Indonesia bila ingin menjadi masyarakat adil dan makmur. Sebagai garis besar haluan negara, tentunya di dalam Trisakti terdapat pengetahuan atau konsepsi tentang bagaimana wujud dan rumusan tiga prinsip tersebut.

Prinsip pertama Trisakti adalah berdaulat dalam politik. Berdaulat politik sendiri mempunyai pengertian pengakuan utuh atas kekuasaan tertinggi. Kekuasaan ini memiliki kaitan dengan pengakuan kemerdekaan. Secara teoritis, Kemerdekaan pada dasarnya memiliki dua macam definisi yaitu *de jure* dan *de facto*. Kemerdekaan *de jure*, yaitu adanya pengakuan dunia internasional secara hukum atas sebuah wilayah Indonesia. Sementara itu, kemerdekaan *de facto*, yaitu Indonesia diakui mempunyai batas-batas wilayah yang terbentang dari sabang sampai merauke sebagai tempat eksistensinya. Dengan

pengakuan secara *de facto* dan *de jure* maka negara berhak untuk mengatur dirinya sendiri.

Kemudian prinsip kedua adalah berdikari dalam bidang ekonomi. Sebagai prinsip kedua Trisakti tidak dapat dipisahkan dengan konsep pertama "*Berdaulat di bidang Politik*". Artinya dengan adanya pengakuan atas kedaulatan wilayah maka bangsa Indonesia memiliki hak pula untuk mengelola sumber daya ekonomi yang ada tanpa ketergantungan pada bangsa lain. Soekarno pernah mengatakan "untuk membangun satu negara yang demokratis, maka satu ekonomi yang merdeka harus dibangun. Tanpa ekonomi yang merdeka, tak mungkin kita mencapai kemerdekaan. Berdikari ekonomi sendiri secara teoritis dimaknai ekonomi yang dihasilkan kekuatan sendiri, baik dari sumber bahan, tenaga, keahlian, hingga sampai pada persoalan produksi, distribusi, dan pasar. Oleh karena itu berdikari ekonomi memiliki dasar kerakyatan yakni percaya dengan kekuatan bangsa sendiri untuk mengelola ekonomi.

Prinsip yang terakhir adalah kepribadian dalam bidang kebudayaan. Kepribadian disini dimaknai sebagai suatu identitas berkenaan dengan individu maupun kelompok, suku atau bangsa yang memiliki khas kebudayaan. Oleh karena itu, konteks dari gagasan Trisakti disini adalah kepribadian bangsa yang lahir dari akar kebudayaan sendiri, bukan dari kebudayaan bangsa lain. Kepribadian tersebut kemudian mewujud menjadi mentalitas, pengetahuan-pengetahuan, bahasa, tradisi, dan pola hidup yang membedakan identitas bangsa Indonesia dengan lainnya. Prinsip ketiga ini dilakukan Soekarno sebagai upaya membendung kebudayaan asing seperti

liberalisme dan kapitalisme yang bisa menciptakan kolonial baru, sekaligus digunakan Soekarno untuk mengubah susunan masyarakat feodal yang telah bersemayam 350 tahun di Indonesia. Dengan kata lain, Soekarno berusaha membentuk sebuah bangsa yang lahir dari realitas akar kebudayaan, tidak masyarakat *copy paste* dari barat. Dari ketiga prinsip Trisakti itu, pada dasarnya dijiwai semangat yang sama yakni kemerdekaan, yang kemudian semangat kemerdekaan tersebut diwujudkan dalam bentuk kemandirian sikap.

“Bung Karno Menyuruh kita untuk percaya pada kekuatan sendiri untuk mengatur negara dan bangsa tanpa campur tangan asing”¹⁴

Dengan demikian, melalui gagasan Trisakti, Soekarno benar-benar ingin menunjukkan bentuk sikap perlawanan terhadap kaum nekolim. Soekarno memang secara tegas menolak jebakan kaum nekolim dengan mengatakan *“go to hell with your aid”*. Sikap yang ditunjukkan Sekarno bukan serta merta tanpa alasan. Seperti yang disampaikan Pak Danang yang berpendapat bahwa ;

”Bung Karno sangat menyadari kebangkitan bangsa Indonesia sebagai bekas bangsa terjajah dan sebagai bangsa yang telah hidup di alam feodalisme ratusan tahun lamanya, harus mengandung dua sisi. Sisi yang pertama ialah revolusi nasional untuk mengenyahkan kolonialisme dan imperialisme asing, sisi kedua adalah revolusi sosial untuk mengoreksi struktur sosial-ekonomi yang ada di dalam masyarakat”¹⁵

Soekarno dengan jeli melihat kepincangan yang nyata dalam struktur sosial di mana massa rakyat hidup di dalam suatu *stelsel* yang eksploitatif. Soekarno pernah berpendapat bahwa kemerdekaan bukan untuk kepentingan kemerdekaan itu sendiri, tetapi kemerdekaan

¹⁴ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

¹⁵ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

merupakan syarat untuk melakukan koreksi yang fundamental dalam tatanan sosial dan tatanan hubungan ekonomi di dalam masyarakat.

C. Pemasaran Politik Pada Kampanye Pilpres 2014

1. Pemasaran Politik Prabowo-Hatta

Pemasaran politik merupakan suatu strategi kampanye politik dalam menyampaikan produk politik kepada para pemilih dengan tujuan untuk membentuk serangkaian politis tertentu didalam pikiran para pemilih dalam hal ini adalah masyarakat. Adapun strategi pemasaran politik terdiri dari tahap-tahap yaitu segmentating, targeting dan positioning.¹⁶

a. Tahapan Proses Pemasaran Politik Prabowo-Hatta

Photo 3.0
Deklarasi Prabowo-Hatta di Rumah Polonia



1). Identifikasi segmentasi kelompok

Segmentating adalah upaya untuk mengenali karakteristik tiap kelompok pasar, meskipun nantinya tidak seluruh

¹⁶Firmansyah. *Marketing Politik. Pemahaman dan realitas*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia. 2007. Mengutip pendapat Smith&Hirst (2001, hlm. 1061)

kelompok yang diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai kelompok yang disasar (targeting). Segmentasi pada dasarnya bertujuan untuk mengenal lebih jauh kelompok-kelompok pasar, hal ini berguna untuk mencari peluang, menggerogoti segmen pemimpin pasar, merumuskan pesan-pesan komunikasi, melayani lebih baik, menganalisa perilaku konsumen, mendesain produk dan lain sebagainya. Para politisi perlu memahami konsep segmentasi karena berhadapan dengan para pemilih yang sangat heterogen, para politisi dapat memberi tawaran politik yang efektif bila mereka mengetahui karakter segmen yang menjadi sasaran.¹⁷

Segmentating juga merupakan upaya untuk mengenali karakteristik masyarakat meskipun nantinya tidak seluruh kelompok masyarakat yang diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai kelompok yang disasar (targeting).

Dalam hal ini, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Ibu Ririk selaku Bendahara tim kampanye pasangan Prabowo-Hatta mengatakan:

"Dalam melakukan pemetaan pasar, kami melakukan pemetaan pasar secara umum yaitu melakukan pemetaan pasar berdasarkan segmen agama, geografis, dan juga gender. Karena bagi kami setiap segmen memiliki Peluang untuk dijadikan target dalam menyampaikan produk politik."¹⁸

¹⁷Firmanzah, Marketing Politik; Antara Pemahaman Dan Realitas, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2008, hal.110.

¹⁸wawancara dengan Ririk Banowati Bendahara Tim Kampanye Prabowo-Hatta , Tgl 28 juni 2015, pukul 11.00 wib. Di Kantor DRD Kota Yogyakarta.

Adapun keuntungan melakukan segmentasi secara umum yaitu :

- Tim sukses akan dapat mendeteksi secara dini dan tepat mengenai kecenderungan-kecenderungan dalam pasar yang senantiasa berubah dengan pemetaan yang komprehensif.
 - Dapat mendesign produk yang benar-benar sesuai dengan permintaan pasar dalam hal ini pemilih.
 - untuk mengetahui sifat masing-masing segmen.
- Sehingga dapat digunakan untuk mencari segmen mana yang potensinya paling besar.

Adapun segmentasi pasar yang dilakukan oleh tim sukses pasangan Prabowo-Hatta calon adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Segmentasi

No	Dasar Segmentasi	Keterangan
1.	Geografi	Pada segmen ini tim sukses pasangan Prabowo-Hatta memilih 14 kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta untuk kemudian dijadikan targeting dalam menyampaikan produk politiknya.
2.	Demografi	<p>Semua usia dijadikan segmen baik yang produktif 17-45tahun maupun usia lanjut 45-50 tahun keatas.</p> <p>Gender: baik laki-laki maupun perempuan dijadikan segmen,karena masing masing pasti punya keinginan dan kepentingan yang berbeda-beda pula.</p> <p>Agama: Islam, Hindu, Budha, Kristen Katolik, Protestan dipilih untuk menarik simpati pemilih.Pekerjaan : semua dipilih.</p>
3.	Psychografi, Perilaku dan Sosial Budaya	Kebiasaan atau lifestyle dan perilaku serta sosial budaya yang terkait dengan isu-isu politik tidak dilakukan segmen secara khusus karena melalui segmen geografi dan demografi atau kependudukan yang ada di Yogyakarta secara tidak langsung akan tergiring dengan sendirinya ketika melakukan kegiatan untuk mempengaruhi publik.

2). Menentukan target (Targeting)

Targeting atau menetapkan sasaran adalah memilih salah satu atau beberapa segmen yang akan dibidik untuk mencapai sasaran obyektif.

Sebelum menentukan target sasaran kampanye, terlebih dahulu dimulai dengan memahami wilayah pemilihan. Tim kampanye atau tim sukses harus melihat jumlah total pemilih di suatu wilayah tersebut. Dan dari sini akan ditetapkan jumlah pemilih yang harus diraih agar dapat memenangkan pemilihan.¹⁹

Berdasarkan segmentasi yang telah dilakukan di atas, targeting dilakukan kepada seluruh pemilih yang ada di dataran daerah Kota Yogyakarta. Pada dasarnya meskipun setiap segmen yang akan dijadikan target tersebut memiliki karakteristik yang berbeda namun dalam menyampaikan produk politiknya, namun tim kampanye Prabowo-Hatta melakukan kegiatan-kegiatan secara merata pada setiap segmen yang telah ditentukan tersebut. Adapun targeting yang dipilih berdasarkan segmen yang telah ditetapkan oleh tim sukses pasangan Prabowo-Hatta adalah sebagai berikut:

1. Segmen Geografis

Pada segmen ini tim sukses pasangan Prabowo-Hatta menjadikan semua kecamatan yaitu terdapat 14 kecamatan dan 45 kelurahan yang dijadikan segmen untuk kemudian dijadikan targeting oleh tim sukses.

Dengan melihat jumlah penduduk pada setiap kecamatan jelas memiliki karakteristik serta peluang yang berbeda dimana kecamatan Umbulharjo yang memiliki jumlah penduduk tertinggi, dengan daftar pemilih tetap yang paling banyak, merupakan peluang yang besar

¹⁹ Firmanzah, *Marketing Politik; Antara Pemahaman Dan Realitas*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2008, hal.146

bagi pasangan Prabowo-Hatta untuk meraih dukungan pada kecamatan Umbulharjo serta daerah basis massa yaitu kecamatan Kotagede yang merupakan basis massa dengan pendukung Gerindra dan PAN yang tidak lain merupakan partai anggota Koalisi Merah Putih yang mengusung pasangan Prabowo-Hatta , karena jika perolehan suara penuh di daerah basis massa dan daerah dengan jumlah penduduk terbanyak maka akan mendapatkan suara yang mutlak sehingga mampu menutup kekalahan di beberapa kecamatan lainnya yang minim dukungan.

Namun dalam hal ini tim sukses pasangan Prabowo-Hatta tetap tidak mengenyampingkan kecamatan-kecamatan lain dalam mencari dukungan dan tetap berupaya dalam mendapatkan dukungan masyarakat sebanyak mungkin yang ada di Kota Yogyakarta. Pada setiap kecamatan tersebut, tim sukses pasangan Prabowo-Hatta melakukan sosialisasi kepada masyarakat Yogyakarta diantaranya dengan melakukan pertemuan dan dialog warga secara langsung atau tatap muka, kegiatan ini dilakukan secara rutin dan bergantian pada tiap-tiap kecamatan. Serta dengan melihat apa yang dibutuhkan oleh kecamatan tersebut.

2. Segmen, fenis kelamin

Pada segmen ini laki-laki dan perempuan dijadikan targeting karna baik laki-laki maupun perempuan sama-sama memiliki kepentingan. Hanya saja dalam penyampaian produk politik kepada masyarakat tim sukses nantinya dilakukan berdasarkan isu-isu yang ada dimasyarakat baik itu dilihat dari perspektif laki-laki maupun perempuan. Namun optimisme pasangan Prabowo-Hatta kian menguat pada segmen pemilih perempuan karena pada pemilihan legislatif tahun 2014 lalu semua anggota DPR yang terpilih adalah perempuan.

3. Segmen Umur

Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa yang sudah berumur dan memiliki karir dan kontribusi nyata bagi masyarakat dapat diterima oleh masyarakat Kota Yogyakarta pada usia berapapun baik muda, dewasa maupun usia tua atau usia lanjut karena semua segmen usia merupakan peluang bagi pasangan ini. Semua unsur-unsur segmentasi tetap diperhatikan dan melakukan strategi yang sama kuat dan lebih lanjut dijelaskan memang akan lebih mudah menjaring suara-suara dari pemilih pemula dengan. usia 17 tahun atau 18 tahun yang merupakan pemilih pemula dan akan dijadikan fokus oleh pasangan Prabowo-Hatta karena dengan asumsi bahwa pemilih pemula masih cukup mudah untuk dipengaruhi ketika menyampaikan produk politik pasangan ini. *Upaya dalam mempengaruhi pemilih pemula tersebut dilakukan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan berdasarkan isu-isu. yang ada dan berkembang dikalangan pemilih pemula tersebut.*

4. Segmen Agama

Keyakinan merupakan hal yang cukup sensitif untuk dibahas. Maka dari situ pasangan Prabowo-Hatta beserta tim sukses yang ada berupaya dengan sangat hati-hati dalam menyampaikan produk politiknya dengan masyarakat mengingat partai pengusung pasangan ini adalah partai dengan basis Islam karena memang cukup banyak kegiatan yang dilakukan - diperuntukkan bagi masyarakat pemeluk agama Islam seperti mengadakan pengajian rutin, mengunjungi pondok pesantren, dan berbuka puasa bersama dan yang lainnya. Namun pasangan Prabowo-Hatta jelas tidak mengabaikan segmen agama selain Islam untuk kemudian dijadikan target. Karena segmen agama yang dipilih, oleh pasangan ini bukan hanya Islam namun juga agama

Kristen katolik, Kristen Protestan, Hindu dan Budha. Hal ini di aplikasikan oleh pasangan Prabowo-Hatta untuk tetap menjunjung tinggi toleransi antar umat beragama.

5. Pekerjaan

Berdasarkan segmentasi yang telah dilakukan, Pasangan Prabowo-Hatta memilih semua jenis pekerjaan masyarakat Kota Yogyakarta menjadi targetting pasangan ini seperti yaitu PNS (Pegawai Negeri Sipil) maupun masyarakat dengan profesi seperti pedagang, tukang parkir, buruh maupun mahasiswa dan pelajar namun lebih difokuskan pada elemen masyarakat dengan pekerjaan “kaum kecil” atau masyarakat dengan penghasilan yang tergolong menengah kebawah hal ini disesuaikan dengan Branding yang sering dilakukan oleh prabowo di beberapa iklannya di media massa (televisi) bahkan jauh-jauh hari sebelum kampanye dimulai yakni dekat dengan buruh, nelayan, dan kaum petani.

Secara keseluruhan targetting yang dilakukan oleh pasangan Prabowo-Hatta merupakan segmen-segmen yang dipilih secara keseluruhan karena bagi pasangan ini setiap segmen sama-sama memiliki peluang bagi mereka. Dalam proses mempengaruhi pemilih setiap segmen diharapkan dapat memilih pasangan ini untuk memimpin Bangsa Indonesia selama lima tahun kedepan.

3). Menempatkan perbedaan dengan kandidat lain (Positioning)

Menurut definisi, untuk *political marketing, positioning* adalah tindakan untuk menancapkan citra tertentu ke dalam benak para pemilih agar tawaran produk politik dari suatu kandidat memiliki posisi khas, jelas dan *meaningful*. *Positioning* yang efektif akan menunjukkan perbedaan nyata dan keunggulan seorang kandidat dibandingkan dengan kandidat pesaing. Positioning secara tidak langsung juga mendefinisikan pesaing: bahwa pesaing tidak dapat mewujudkan tawaran-tawaran tertentu sebaik pihak yang mencanangkan positioning tersebut.²⁰

Secara lebih tegas, positioning adalah turunan dari visi dan misi politik, dipadukan dengan keunggulan kompetitif yang dimiliki, dibuat dalam bentuk kalimat kalimat simple dan memikat, ditambah visual yang mendukung, sehingga target audience langsung dapat memahami ketika membaca.

Positioning pasangan Prabowo-Hatta sudah dibangun tidak hanya pada saat kampanye resmi yang ditetapkan oleh KPU namun dalam membangun image politik pasangan ini telah dilakukan satu tahun lebih sebelum Pilpres itu sendiri digelar, utamanya di dalam partai politik yang merupakan mesin pengusung kandidat, dengan dilakukannya kegiatan-kegiatan yang dapat menyentuh hati masyarakat mulai dari dilakukannya kegiatan temu dan

²⁰Ibid, hal.137-138.

dialog warga, jalan sehat, diskusi dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan tidak lain adalah, dengan tujuan agar dapat memperkenalkan sosok calon dan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai yang demi meningkatkan elektabilitas melalui kegiatan-kegiatan sosial seperti jalan sehat dan donor darah misalnya diharapkan nantinya masyarakat dapat menjatuhkan pilihannya pada partai dan calon yang diusung partai saat pemilu dan pilpres dilaksanakan.²¹

Selain itu salah satu strategi positioning yang dilakukan Prabowo-Hatta untuk menancapkan citra tertentu kedalam benak para pemilih adalah sikap nasionalis religius dan menghargai pluralisme (Bhineka Tunggal Ika) di Indonesia. Cara yang dilakukan Prabowo Hatta untuk menandakan mereka seperti itu antara lain dengan memasang lambang Garuda di baju.

*“ lambang garuda yang dipakai Prabowo Hatta menandakan bahwa tidak ada maksud dari Prabowo Hatta untuk menghilangkan makna dari Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika. Selain lambang garuda, Prabowo-Hatta juga memakai warna merah putih. Arti warna merah putih menandakan bahwa kedua pasangan ini bersifat nasionalis dan cinta tanah air.”*²²

Strategi memasang lambang garuda dan memakai warna merah putih di seragam Capres dan Cawapres adalah untuk memikat hati rakyat. Dimana Prabowo- Hatta mencoba menanamkan kesan nasionalis dan pancasilais ke benak para

²¹ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

²² Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

masa agar mereka bisa membedakan produk dan jasa dari Calon lainnya (Jokowi-JK). Strategi garuda di dada dan warna merah putih nampaknya sudah melekat di benak masyarakat Indonesia. Kalau ada lambang garuda merah dipakai seseorang pasti masyarakat sudah menebak dia adalah pendukung Prabowo Hatta. Dibeberapa media juga acapkali memakai atribut-atribut atau aksesoris yang tak lazim digunakan oleh politisi, atau tokoh politik dinegeri ini, utamanya dalam kampanye Pilpres. Hal itu dapat kita lihat dalam gaya berpakaian Prabowo ketika berpidato, jika dilihat sekilas gaya berpakaian Prabowo dalam setiap kampanyenya ketika berpidato selalu menggunakan mikropon *vintage* (jaman dulu) mikropon seperti ini juga sering dipakai oleh Bung Karno dalam setiap pidatonya, dan ketika berada diatas panggung Prabowo slalu ber api-api dalam menyampaikan pidatonya, gaya bahasa yang dipakai tegas, dengan intonasi tinggi penuh metaphor dan repetisi (pengulangan kata) khas Bung Karno.

"Saya bukan tukang baca wajah manusia, tapi Pak Prabowo ini dari samping seperti Bung Karno,"²³

Kutipan diatas adalah pernyataan Amien Rais ketika memberikan sambutan di acara deklarasi Prabowo dan Hatta Rajasa sebagai calon presiden dan wakil presiden di Rumah "Bung Karno" Polonia. Prabowo dicitrakan sebagai sosok pahlawan, satria, penyelamat negara. Sehingga slogan

²³ <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/05/19/amien-rais-sebut-prabowo-mirip-bung-karno>, diaskes pada tanggal 22 juni 2015 pukul 01.08 Wib.

kampanye yang digunakan adalah "Selamatkan Indonesia" dan dalam iklan versi lainnya "Indonesia Bangkit".

Photo 3.1
Gaya Prabowo Subianto ketika berpidato dalam
Kampanye Pilpres



b. Political Marketing Mix Pasangan Prabowo-Hatta

1). Policy

Policy atau Program merupakan salah satu cara yang digunakan kandidat untuk menarik simpati pemilih, dengan menyampaikan program yang baik, berkualitas dan pro rakyat makes hal tersebut secara tidak langsung akan menjadi pertimbangan bagi pemilih dalam menentukan pilihannya. Agar policy dapat masuk ke benak para pemilih maka penyajiannya dituntut dapat menarik perhatian, mudah dicerna dan diserap oleh pemilih, serta atributnya istimewa jika dibandingkan pesaing lain, hal ini berkaitan dengan reputasi dan identitas atau positioning kandidat, dan menjadi preferensi pemilih.

Dalam merebut peluang kandidat Presiden dan Wakil Presiden pada dasarnya sama halnya dengan bagaimana memahami

political marketing, dimana setiap produsen mempunyai kesempatan yang sama dalam memasarkan produk (kandidat) sesuai dengan keinginannya. Produk (kandidat) yang mampu bersaing, dan memenangkan peperangan adalah produk (kandidat) yang mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan, memenuhi keinginan pasar serta memenuhi harapan yang dikehendaki oleh pasar dalam hal ini adalah masyarakat sebagai pemilih sekaligus penentu menang atau kalahnya pasangan calon dalam kontetstasi pada Pilpres 2014.

Program yang ditawarkan oleh pasangan Prabowo-Hatta pada kampanye dijabarkan dalam visi, misi serta kebijakan yang diusung dalam kampanye yang ditetapkan oleh KPU. Visi pasangan ini yaitu *"Membangun Indonesia yang bersatu,berdaulat, adil dan makmu serta bermartabat"*.

Untuk mewujudkan Visi tersebut maka kemudian dituangkan kedalam kedalam misi pasangan ini, adapun misinya adalah:

- Mewujudkan Negara Kesatuan republik Indonesia yang aman dan stabil, sejahtera,demokratis dan berdaulat serta berperan aktif dalam menciptakan perdamaian dunia, serta konsisten melaksanakan Pancasila dan UUD1945.
- Mewujudkan Indonesia yang adil, makmur,berkerakyatan da mandiri.
- Mewujudkan Indonesia yang berkeadilan sosial, dengan sumberdaya manusia yang berahlak, berbudaya luhur, berkualitas tinggi : sehat, cerdas, kreatif dan trampil.

Dalam melakukan kampanye untuk merebut simpati masyarakat, tim sukses pasangan Prabowo-Hatta tentu tidak hanya menyampaikan produk politiknya melalui visi dan misi

semata namun juga menyampaikan program-program apa yang akan dilakukan apabila menang pada Pilpres.

Adapun Program-program yang ditawarkan pasangan Prabowo-Hatta yakni :

- Membangun Perekonomian yang kuat, berdaulat, adil dan makmur.
- Melaksanakan Ekonomi kerakyatan.
- Membangun kembali kedaulatan pangan energy dan sumberdaya alam.
- Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dengan melakukan reformasi pendidikan.
- Meningkatkan kualitas pembangunan sosial melalui program kesehatan, sosial, agama budaya dan olahraga.
- Mempercepat pembangunan infrastruktur.
- Menjaga kelestarian alam dan lingkungan hidup.
- Membangun pemerintahan yang melindungi rakyat, bebas korupsi dan efektif melayani.²⁴

Pasangan prabowo dan Hatta Rajasa dalam menyampaikan Visi, Misi, dan Program Kerjanya mempunyai Tagline “ *Selamatkan Indonesia dan Indonesia Bangkit*” tagline ini berlandaskan pada kondisi masyarakat Indonesia yang sangat mengidam-idamkan tercapainya cita-cita kemerdekaan namun yang terjadi

²⁴ Visi, Misi dan Program Pasangan Prabowo-Hatta dikutip dari Kpu.

malah sebaliknya kian hari kondisi bangsa kian memprihatinkan. Masalah dalam bidang Hukum, Sosial, Ekonomi dan lain sebagainya membuat masyarakat pesimis, dari sinilah pasangan Prabowo-Hatta mencoba hadir ditengah masyarakat Indonesia sebagai “Hero” dengan harapan masyarakat dapat menikmati apa yang pernah dijanjikan kemerdekaan.

“Pak Prabowo dalam setiap pidatonya berisi visi kenegaraan, bagaimana membuat Indonesia disegani Negara lain, menuntaskan berbagai problem kebangsaan, dan beliau merupakan mantan Jenderal yang juga berpengalaman di kancah perpolitikan nasional, di beberapa iklan beliau juga seperti itu .”²⁵

Prabowo dan Hatta sangat memahami problem ke Indonesiaan, pengalaman di kancah perpolitikan Nasional yang sangat mumpuni, Prabowo subianto yang mantan Jendral merasakan betul bagaimana pahit dan getirnya berjuang demi bangsa tercinta di medan pertempuran, ia sangat faham perjuanganlah yang membuat bangsa ini bermartaba, dan berharga dimata bangsa lain. Pengalaman ini membuat pasangan ini terpanggil untuk ikut melunasi janji kemerdekaan. Melalui kontestasi Pilpres 2014 mereka mau menyelamatkan Indonesia untuk Indonesia bangkit.

2). Person

Pencitraan diri yang positif perlu dilakukan agar

²⁵ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

dapat mempengaruhi publik. Dalam menggelar kampanye untuk sosialisasi profit dirinya, visi dan misi yang ditawarkan kepada calon konstituen harus teliti dalam memilih metode karena kampanye yang dipilih merupakan bagian dari bentuk komunikasi massa.

Tentunya para kandidat dituntut memahami bahwa Komunikasi massa adalah satu kegiatan penyampaian pesan, gagasan, informasi dari seseorang kepada sekelompok orang lainnya. Diterima atau tidaknya pesan yang disampaikan tersebut bukan hanya terletak pada isi pesan meskipun isi pesan yang disampaikan merupakan hal yang cukup penting namun hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana seseorang atau kandidat tersebut dalam penyampaiannya mempunyai kualitas personality yang baik maka hal tersebut akan membuat masyarakat tertarik untuk melihat kemudian memperhatikan dan mendengarkan pesan yang disampaikan oleh kandidat tersebut. *Apakah akan dicitrakan sebagai sosok yang cerdas, berani, berwibawa, religius ataupun tampilan fisik yang gagah dan kharismatik yang akan ditonjolkan merupakan hak masyarakat yang nantinya akan memberi penilaian kepada kandidat.*

Pasangan Prabowo-Hatta Prabowo-Hatta adalah pemimpin Dwi Tunggal yang amanah. Keduanya memiliki sifat-sifat kepemimpinan (Leadership) yang terpuji dan unggul. Prabowo-Hatta dapat dipercaya dan bertanggung jawab menjalankan tugas dan misi mulia demi bangsa dan negaranya. Mereka menjaga kepercayaan rakyat dengan sangat bertanggung jawab.

Sosok Prabowo adalah sosok pribadi berkarakter kuat. Dalam dirinya terkandung pikiran, ucapan, dan tindakan yang tegas, berani, jujur, disiplin, penuh komitmen, dan berintegritas.

*“Pak Prabowo bukan tipe pemimpin yang lebay, peragu, pecundang, ciut nyali. Juga bukan pemimpin berkarakter tempe, suka mencla-mencle, esok dele sore tape, cengengas-cengenges, dan cuma jadi boneka yang gampang dipermainkan”.*²⁶

Prabowo berpendirian teguh, tak mudah disetir orang lain yang akan merusak bangsa dan negaranya. Prabowo akan mempertaruhkan segalanya demi tegaknya Indonesia Raya, yang Bermartabat, Adil, Maju, dan Sejahtera. Dalam sejarah peradaban Islam kita mengenal sosok Khalifah Umar Bin Khattab yang terkenal karena keberaniannya dan karena keberaniannitu pulalah peradaban Islam maju dan mashur dikala itu, artinya jika suatu bangsa ingin Berjaya dan disegani bangsa lain bangsa itu akan memerlukan pemimpin yang berani dan tegas.

*“Prabowo seperti Khalifah Umar Bin Khattab yang pemberani dan melindungi. Berani melindungi kepentingan bangsanya, kepentingan rakyatnya, kepentingan ideologisnya, dan kebhinekaannya. Prabowo juga humanis dan welas asih, berhati lembut kepada yang lemah dan kekurangan. Sama seperti Khalifah Umar Bin Khattab yang harus memanggul bahan pangan untuk rakyatnya yang menangis dan kelaparan. Pemimpin yang mengutamakan kepentingan dan keselamatan orang lain daripada dirinya sendiri.”*²⁷

Prabowo juga dikenal sebagai nasionalis sejati. Di masa kekinian, Prabowo ingin menciptakan new nasionalism yang menginginkan sebuah kebangkitan baru rakyat dan bangsa

²⁶ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

²⁷ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

Indonesia menuju Peradaban Baru Indonesia yang bermartabat, adil makmur, dan sejahtera.

Dibesarkan dalam tradisi dan tokoh-tokoh nasionalis, Prabowo menolak kapitalisme dan liberalisme sebagai penguasa. Prabowo ingin mewujudkan nasionalis dan humanism sosial sebagai kombinasi ideology yang menyejahterakan rakyat pribumi.

“ kesejahteraan hidup adalah menjadi bermanfaat bagi kemaslahatan umat manusia dan nasionalis merupakan upaya untuk mewujudkan masyarakat madani itu”

Bahasa komunikasi Prabowo sangatlah pro rakyat. Jargon-jargonnya pun sangat memihak rakyat. Prabowo sangat humanis dan bekerja demi kesejahteraan rakyat. Program-program kerakyatan diciptakan lebih banyak untuk membangkitkan kerakyatan dan berpihak kepada rakyat. Program-program pengentasan kemiskinan, pertanian, perikanan, kelautan, kehutanan, dan penciptaan lapangan kerja semata-mata guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan rakyat. Prabowo identik dengan kerakyatan dan kemaslahatan.

Prabowo mendirikan partai politik untuk membangun tradisi politik yang baik di parlemen dan menjadi alat politik untuk merealisasikan cita-cita politik yang bermartabat.

“ Partai politik bukan alat mengeruk dan membobol anggaran negara tetapi sebagai pengawal rakyat dalam mengisi kemerdekaan melalui parlemen. Partai Gerindra menjadi penjaga

Indonesia Raya guna menuju cita-cita kemerdekaan: adil dan sejahtera”.²⁸

Prabowo adalah pendiri Partai Gerindra. Partai ini memiliki visi, misi, dan tujuan yang sama dengan Prabowo. Partai inilah yang menjadi kendaraan penting bagi Prabowo untuk merealisasikan mimpi-mimpinya membuat Indonesia Berjaya.

Dalam bidang militer Prabowo mencatatkan beberapa penghargaan selama karirnya yakni :

- Bintang Kartika Eka Paksi Nararya (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- Bintang Yudha Dharma Nararya (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- Satyalancana Seroja Ulangan-III (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- Satyalancana Dwija Sista (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- Satyalancana Wira Karya (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- Satyalancana Raksaka Dharma (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- Satyalancana. Kesetiaan XVI (TNI) Angkatan Darat Republik Indonesia.
- The First Class The Padlin Medal Ops Honor Pemerintah Kamboja.

²⁸ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

Sementara itu sebagai Calon Wakil Presiden Hatta Rajasa adalah sosok berkarakter cerdas, bernas, jujur, dan berintegritas. Cerdas karena dengan pikiran-pikirannya yang brilian, Hatta menciptakan konsep ekonomi, Hattanomic, yang menyeimbangkan secara *smart* kepentingan nasional dan tetap menjaga hubungan luar negeri sebagai bagian masyarakat dunia dengan melindungi dan menguatkan industry dalam negeri guna menghadapi perdagangan bebas. Hattanomic menghindari resesi baru dunia tetap secara cerdas memproteksi kepentingan dalam negeri. Hatta adalah pribadi yang jujur dan berintegritas baik. Sebagai menteri, Hatta menunjukkan pribadi yang sangat hati-hati menggunakan anggaran negara. Sikap kehati-hatian inilah salah satu praktik menjaga kejujuran dalam perilaku politiknya. Sehingga, Hatta dikenal sangat berintegritas dan antikorupsi.

“Hatta Rajasa memiliki karakter seperti Khalifah Utsman Bin Affan yang mengerti betul bagaimana memelihara ekonomi bangsanya dan memastikan setiap jiwa tercukupi pangan, sandang, dan papan, serta mencerdaskan kehidupan bangsanya melalui pendidikan dan memastikan kesehatan rakyat.”²⁹

Hatta Rajasa merupakan sosok yang sarat pengalaman dalam menumbuhkan dan membuktikan implementasi program kerakyatan. Selama menjadi menteri koordinator perekonomian, Hatta Rajasa membuktikan dirinya sebagai pengonsep dan pelopor ekonomi kerakyatan. Hatta juga adalah sosok reformis yang mendobrak kebekuan Orde Baru. Bersama

²⁹ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

lokomotif reformasi Amien Rais, Hatta Rajasa menjadi salah satu tokoh yang ingin mewujudkan tradisi politik baru melalui penguatan parlemen dan efektifitas pemerintahan. Hatta menyeimbangkan dinamisasi parlemen dan eksekutif sebagai bagian penting representasi demokrasi kerakyatan.

“Melalui Partai Amanat Nasional (PAN) Hatta mengalami secara langsung penciptaan tradisi politik baru baik di pemerintahan maupun di parlemen. Hatta mendorong demokratisasi kerakyatan dalam praktik berpolitik yang santun, beretika, bersih, dan anti korupsi”³⁰

Prabowo simbol pemimpin Jawa yang tegas dan berani. Kombinasi berbeda ditunjukkan Hatta Rajasa sebagai pemimpin luar Jawa yang jujur dan berintegritas. Kombinasi pemimpin Jawa dan Luar Jawa yang pas untuk pemerataan hasil-hasil pembangunan.

“Pak Prabowo kan asli orang jawa, dan Pak Hatta dari luar jawa jadi mereka saling melengkapi sebagai capres dan cawapres, pak prabowo juga dari militer dan pak hatta dari sipil”³¹

Prabowo tokoh militer yang sangat memegang janji saptamarga, mencintai bangsa dan negaranya. Hatta Rajasa tokoh sipil yang sangat merakyat dan memegang janji suci kerakyatannya sehingga melahirkan konsep ekonomi kerakyatan Hattanomic. Prabowo dikenal sangat dekat dengan NU dan hidup dalam tradisi nahdliyin dan Hatta Rajasa merupakan tokoh Muhammadiyah dan hidup dalam tradisi Muhammadiyah.

³⁰Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

³¹ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

Prabowo-Hatta membuktikan dirinya sebagai tokoh inspiratif dan pemimpin masa depan. Keduanya adalah kekuatan reformasi yang mendobrak Orde Baru. Prabowo menciptakan reformasi dari dalam dan Hatta mendesak reformasi dari luar. Kombinasi inspirasi ini melahirkan kepemimpinan masa depan yang tangguh dan kuat.

“Padu padan Prabowo-Hatta bisa saling menguatkan. Prabowo seorang militer yang tegas dan berani. Hatta sosok pribadi yang jujur berintegritas yang memiliki kekuatan administrasi dan kecerdikan konsep dan strategi manajemen. Prabowo tokoh politik visioner, Hatta tokoh ekonomi kerakyatan”.³²

Prabowo menyatukan bangsa dan negara, Hatta yang merawat kebhinekaan dan kemajemukannya. Prabowo yang membangun mercusuar kebangkitan dan peradaban Indonesia baru, Hatta yang menyiapkan infrastruktur dan anggarannya. Prabowo yang menghentak dunia dengan diplomasi dan kekuatan visi nasionalisnya, Hatta yang meletakkan konsep dan strateginya. Prabowo yang menyatukan bangsa dan negara, Hatta yang merawat kebhinekaan dan kemajemukannya.

3). Party

Sebagaimana lazimnya sebuah kampanye politik, pencitraan partai politik sebagai peserta dalam pemilu merupakan hal yang tidak kalah penting. Jika pencitraan partai politik ini berhasil dilakukan dengan baik, maka calon kandidat

³² Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

yang bernaung dibawahnya tidak menutup kemungkinan akan meraih sukses seperti yang yang diharapkan.

Photo 3.2
Kekompakan Koalisi Merah Putih



Sebagaimana diketahui pasangan Prabowo-Hatta diusung oleh Koalisi merah putih yang beranggotakan beberapa partai seperti : GERINDRA, PPP, GOLKAR,PKS,PAN. Ditataran jogja partai yang tergabung kedalam Koalisi Merah Putih meraih kursi yang lumayan di pemilu legislative, PAN yang meraih suara 30.095 atau 13,51 persen, Gerindra 26.999 suara atau 12,12 persen, PPP 9,46 persen dan Golkar 7,97 persen. Kenyataan akan Hal ini tentu merupakan modal yang positif bagi calon yang diusung oleh partai partai ini yaitu pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa.

c. Penyampaian Produk Politik Pasangan Prabowo-Hatta

Dalam menyampaikan produk politik kepada masyarakat, banyak cara yang digunakan oleh partai politik ataupun kandidat dalam menarik simpatik masyarakat. Begitu pula halnya yang dilakukan oleh pasangan Prabowo Hatta dalam Pilpres 2014.

Berikut penyampaian produk politik yang dilakukan oleh pasangan Prabowo-Hatta :

1). Push Marketing Pasangan Prabowo-Hatta

Dalam push marketing, pendekatan dalam menyampaikan produk politik, suatu partai ataupun kandidat dilakukan secara langsung dengan kata lain dilakukan dengan bertemu atau bertatap muka secara langsung kepada pemilih. Dalam strategi ini partai politik atau kandidat berupaya untuk mendapatkan dukungan melalui stimulant yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat perlu mendapatkan dorongan dan energi untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos kandidat bersangkutan, selain itu juga perlu mempersiapkan dengan sebaik mungkin alasan-alasan yang rasional dan emosional kepada masyarakat dalam hal ini merupakan pemilih agar dapat memotivasi pemilih untuk tergerak dan bersedia mendukung kandidat tersebut. Maka dari itu untuk meyakinkan pemilih maka perlunya interaksi secara

langsung antara kandidat dan masyarakat agar masyarakat dapat benar-benar mengenal pasangan calon yang akan dipilih nantinya.

Dalam kampanye yang dilakukan pasangan Prabowo-Hatta kepada pemilih pendekatan push marketing dilakukan dengan menggunakan metode tatap muka secara langsung dan melakukan dialog kepada masyarakat secara langsung. Adapun kegiatan yang dilakukan tim sukses pasangan Prabowo-Hatta adalah sebagai berikut.

Pada kampanye yang dilakukan tim sukses pasangan Prabowo-Hatta pada tanggal, di stadion Mandala Krida misalnya merupakan bentuk push marketing pasangan ini, dalam dialog yang dilakukan secara langsung tersebut menyatakan bahwa pasangan ini berjanji dan berkomitmen apabila mereka diberi kepercayaan dan amanah oleh masyarakat Yogyakarta untuk memimpin Indonesia sebagai Presiden dan Wakil Presiden lima tahun kedepan maka pasangan ini berjanji akan membuat Indonesia mencapai cita-cita kemerdekaan dengan berbagai program yang ditawarkan semata untuk mewujudkan apa yang dicita-citakan bangsa ini dahulu kala, kota jogja yang merupakan ibu kota pertama Indonesia tentu membawa kesan tersendiri karena jogja menjadi saksi bagaimana para pendiri bangsa merumuskan berbagai mimpi Indonesia dari jogja untuk Indonesia kurang lebih seperti itu. Ketika memberikan sambutan, Hasyim

Joyohadikusumo (adik Prabowo) menyampaikan kesaksian tentang peristiwa tanggal 26 Agustus 1998 ketika kakaknya diberhentikan dengan hormat sebagai Komandan Jenderal Komando Pasukan Khusus (Kopassus) dengan pangkat Mayor Jenderal Angkatan Darat dan dituduh melakukan korupsi pada waktu itu, isu ini juga kerap dipakai pihak lawan untuk menyerang kandidat Calon Presiden nomor urut satu ini.

"Justru Prabowo dermawan untuk prajurit-prajurit baret merah, untuk perwira-perwira korps baret merah ia menambah kekayaan yang ia berikan hibah-hibah yang luar biasa. Tidak ada bukti korupsi,"

Oleh karena itu, Hasyim Joyohadikusumo menjamin jika kakaknya terpilih menjadi Presiden tidak akan korupsi karena sosok Prabowo yang bersih dan taat terhadap hukum. Profesor Amien Rais, Ketua Dewan Pembina Partai Amanat Nasional (PAN) yang hadir pada kampanye tersebut mengingatkan, tahun depan Indonesia memasuki usia 70 tahun sebagai negara merdeka dan berdaulat tetapi kondisi ekonominya masih perlu peningkatan.

"Ekonomi kita itu tidak mandiri, tidak sustainable, tidak berkelanjutan dan hancur-hancuran ekologisnya, yang kaya makin kaya yang miskin tetap miskin saja, kita perlu Soekarno jilid dua yaitu Prabowo Subianto,"

Ketua Tim Pemenangan Prabowo-Hatta untuk DIY Herry Zudianto yang juga mantan Walikota Yogyakarta mengaku tugas yang ia emban sebagai ketua Tim bukan soal target perolehan suara tetapi lebih untuk meyakinkan warga Yogyakarta untuk memilih pasangan Calon Presiden dan

Wakil Presiden Indonesia yang baik dan benar baut bangsa ini kedepannya.

”Dengan tantangan zaman 2014-2019, di mana kita bicara geo-politik dunia, kita bicara tentang kedaulatan kita yang masih memprihatinkan maka saya merasa lebih tepat untuk pak Prabowo-Hatta memimpin Indonesia,”

Ikut hadir pada Kampanye Prabowo-Hatta di Yogyakarta adalah musisi Ahmad Dhani yang mengaku tidak mewakili partai politik manapun. Tetapi ia mengatakan bahwa ia mewakili kaum rasionalis semata. Selain kampanye resmi, relawan pendukung Prabowo-Hatta juga berinisiatif sendiri dalam menyalurkan dukungannya kepada pasangan ini. Kampanye Pilpres yang digelar ketika bulan Ramadhan sedang berlangsung membuat relawan Prabowo berinisiatif untuk melakukan kegiatan seperti membagikan Takjil untuk berbuka puasa, tentunya hal ini akan berpengaruh untuk menarik simpati masyarakat di segmen agama islam.

Nursal menyatakan bahwa melakukan interaksi secara langsung dengan pemilih dapat dilakukan melalui kegiatan atau event-event seperti melalui dialog tatap muka, pawai, seminar, serta melakukan kegiatan yang bersifat hiburan dan kegiatan-kegiatan sosial yang dibutuhkan masyarakat tentunya.³³

³³ Adman Nursal. *Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Bara Kampanye Pemilihan DP9DPD dan Presiders*. PT Gramedia. Jakarta. 2004. Hal 261.

Photo 3.5
Relawan Prabowo Hatta membagikan takjil
untuk buka puasa



2). Pass Marketing Pasangan Prabowo-Hatta

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan individu maupun influencer groups (kelompok berpengaruh) yang tentunya memiliki daya tank yaitu citra yang positif yang selama ini telah dikenal oleh masyarakat sebagai seseorang yang cukup berpengaruh dimasyarakat dan nantinya dapat pula mempengaruhi opini publik. Dengan menggunakan strategi penyampaian produk politik pass marketing, sukses tidaknya penggalangan massa akan sangat ditentukan oleh pemilihan para intfluencer. Semakin tepat influencer yang dipilih, efek yang diraih pun menjadi semakin besar dalam mempengaruhi pendapat keyakinan dan fikiran publik.³⁴

Dalam menyampaikan produk politiknya, pasangan Prabowo-Hatta juga menggunakan individu atau kelompok influencer, hal ini dilakukan tidak lain adalah untuk mempengaruhi publik melalui individu ataupun kelompok yang berpengaruh dimasyarakat.

³⁴ Firmansyah. *Marketing Politik Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. 2007. Hal 218

Koalisi Merah putih menjadi lengkap karena di dukung oleh beberapa kalangan, dari kalangan keagamaan misalnya, dukungan Said Agil sebagai ketua PB NU membuat Pasangan ini mengingat NU merupakan salah satu organisasi keagamaan terbesar di Indonesia, selain itu PP Muhammadiyah dengan Amien Rais sebagai tokoh sentral dan mantan Ketua Umum juga ikut serta tergabung dalam barisan koalisi pendukung Prabowo-Hatta, meski secara organisatoris Muhammadiyah dan NU netral dan tidak menyatakan dukungan secara langsung, namun posisi Said Akil, dan Amien Rais di organisasi tentu juga ikut mempengaruhi pemilih di segmen Agama Islam.

Selain itu Mahfud MD yang dikenal publik sebagai mantan ketua MK, sebagai pribadi yang jujur dan bersih yang menjadi symbol tegaknya keadilan karena berlatar belakang praktisi hukum juga mendukung pasangan Prabowo –Hatta Mahfud dengan senang hati menjadi ketua Tim Pemenangan , Mahfud yang juga merupakan tokoh besar di NU tentu menambah amunisi pasangan Prabowo-Hatta .Selain itu yang juga tergabung dalam relawan tim pemenangan Prabowo-Hatta ada raja dangdut Rhoma Irama dan musisi Ahmad Dhani dua orang ini sangat berpengaruh didunia musik tanah air kesediannya menajdi relawan Prabowo-Hatta juga sangat membantu mengingat Rhoma Irama sebagai raja dangdut tentu juga punya fans berat ditanah air, begitu juga Ahmad Dhani yang banyak di idolakan kaum muda akan ikut menjadi factor penentu dalam mendulang suara.

Dikota Yogyakarta sendiri Sosok ketua Tim pemenangan Prabowo-Hatta yakni Herry Zudianto yang tidak lain adalah merupakan mantan Walikota Yogyakarta dua periode berturut-turut dikenal cukup baik dalam memimpin Yogyakarta. Hal ini tentu akan sangat membantu mendongkrak perolehan suara.

Photo 3.5
Prabowo Subianto bersama Mahfud MD



Photo 3.6
Prabowo bersama Rhoma Irama



Photo 3.7
Prabowo Bersama Ahmad Dhani



3). Pull Marketting pasangan Prabowo-Hatta

Kemajuan teknologi media massa membawa manfaat tersendiri bagi para kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia, termasuk pasangan Prabowo-Hatta yang secara maksimal memanfaatkan media massa baik cetak maupun elektronik dalam mempromosikan diri serta menyampaikan produk politiknya kepada masyarakat. Peran media memberikan peluang bagi masing-masing tim pelaksana kampanye untuk kemudian menggunakan media massa sebagai sarana informasi dan persuasi seefektif dan seefisien mungkin.

Media massa merupakan sarana persuasi yang efektif dan efisien bagi setiap pasangan calon yang akan mengikuti suatu pemilihan, karena melalui media mampu menjangkau banyak pemilih yang menjadi target kandidat dalam waktu yang

singkat. Dari sisi waktu, tidak mungkin tim kampanye Prabowo-Hatta untuk mendatangi pemilih yang yang ditargetkan secara langsung bertatap muka atau “ door to door”, penggunaan media massa adalah cara yang sangat memungkinkan untuk bertemu langsung dengan target pemilih melalui representasi media massa baik cetak maupun elektronik bagi para tim pelaksana kampanye.

Bagi pasangan Prabowo-Hatta, penggunaan media massa dirasa sangat penting bagi pasangan ini dalam menyampaikan produk politiknya kepada masyarakat ataupun upaya untuk pencitraan dimasyarakat. Melihat strategi marketing politik terkait pull marketing bisa dikatakan cukup menarik. Karena kita tahu bahwa kelompok yang mendukung Prabowo Hatta adalah bos bos media. Kita bisa ambil contoh Abdurizal Bakrie dengan TV One, ANTV, dan Viva Newsnya. Kemudian ada lagi Hari Tanoë Sudibyo dengan MNC TV, RCTI, Global TV, dan lain lain. Belum lagi partai-partai Islam yang memiliki media media Islam seperti PKS yang memiliki media pendukung dakwah seperti PKS PIYUNGAN, Islamedia, Dakwatunna. Media media inilah yang akan menjadi alat marketing politik Prabowo Hatta dalam pertarungan Pilpres tahun lalu. Tentunya dengan kontrak politik yang sudah disepakati, media media ini akan terus memberitakan berita positif kepada kedua Capres dan Cawapres yang didukung. Nantinya yang diharapkan dari

pemberitaan yang terus menerus di berikan kepublik, publik diharapkan bisa simpati kepada Prabowo-Hatta dan memutuskan pilihannya untuk mendukung mereka.

Menentukan audience sasaran merupakan syarat pertama yang harus dilakukan agar strategi media berhasil. Ada empat faktor utama untuk menentukan (mensegmentasi) audience sasaran dalam strategi media, yakni geografis, demografis, pemakaian produk, dan psikografis/gaya hidup. Menganalisis iklan-iklan politik Prabo-Hatta di iklan politiknya diperuntukkan bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia namu lebih di spesifikkan kepada golongan yang kurang sejahtera seperti Tani, Buruh, Nelayan, dan Pedagang.

Dalam menentukan tujuan media terdapat lima tujuan yang merupakan dasar dari perencanaan media, yaitu jangkauan, frekuensi, bobot, kontinuitas, dan biaya. Jangkauan adalah kepada jumlah audience sasaran yang harus melihat, membaca, atau mendengar pesan periklanan dalam masa tertentu. Frekuensi adalah berapa sering audiens sasaran dihadapkan pada periklanan selama ini. Bobot adalah berapa banyak total iklan yang dibutuhkan selama masa tertentu untuk mencapai tujuan jangkauan dan frekuensi. Kontinuitas adalah bagaimana anggaran periklanan harus dialokasikan sepanjang waktu. Sedangkan biaya adalah apa cara yang paling murah untuk mencapai tujuan yang lain.

Mengamati penggunaan media untuk iklan politik Prabowo-Hatta terlihat bahwa dia ingin menjangkau seluruh audiens sasaran walaupun audiens yang dituju tidak memiliki hak suara dalam pemilu.

Pemilihan media dan sarana guna mendukung kampanye politik Prabowo-Hatta adalah sebagai berikut :

a. Iklan melalui media elektronik dan cetak

Tim sukses pasangan Prabowo-Hatta memasang iklan di media cetak maupun elektronik untuk menarik simpati pemilih, di media elektronik seperti Televisi misalnya Seperti di Tv One ada acara satu jam lebih dekat bersama Prabowo yang khusus meliput tentang perjalanan kehidupan Prabowo baik kehidupan Pribadi dan Politik dalam acara itu ketika diwawancarai banyak mempromosikandirinya, dan banyak menjelaskan tentang isu-isu atau kasus-kasus yang kerap disangkakan kepadanya semisal kasus pelanggaran HAM saat ia menjabat sebagai panglima KOPASSUS, Prbowo menjelaskan bahwa apabila dirinya dianggap bersalah atas hilangnya sebagian orang pada tahun 1998 hal itu kurang tepat mengingat Prabowo adalah bagian dari TNI dan kesatuannya KOPASSUS berada dibawah Komando TNI pula *“jadi silahkan saja tanyakan pada atasan saya waktu itu”* kata Prabowo menegaskan kepada wartawan yang

mewawancarainya. Program ini merupakan salah satu contoh upaya pasangan Prabowo-Hatta untuk menarik simati pemilih

b. Baliho

Tim sukses pasangan Prabowo-Hatta juga menggunakan baliho dalam kampanyenya, hal ini tertuang dalam pernyataan berikut.

Bendahara tim kampanye pasangan Prabowo-Hatta Kota Yogyakarta , Ririk Banowati, menyatakan:

”Ada pemasangan baliho yang dilakukan oleh Partai Gerindra maupun partai lain yang tergabung dalam Koalisi Merah Putih, juga dari para relawan, untuk tempat pemasangannya dipilih tempat tempat yang strategis”

Photo 3.8
Baliho untuk pemenangan Prabowo-Hatta



c. Spanduk

Pemasangan spanduk dilakukan oleh tim sukses pasangan Prabowo-Hatta di beberapa titik yang lokasinya

strategis, misalnya di beberapa perempatan lampu merah yang banyak dilalui lalu lintas kendaraan .

Photo 3.8

Salah satu spanduk relawan Prabowo-Hatta



d. Baju Kampanye

Seperti lazimnya pemilihan umum , pembagian kaos sepertinya sudah menjadi tradisi bagi seluruh stakeholder politik ditanah air, termasuk tim sukses Prabowo-Hatta. DPC Gerindra Yogyakarta membagikan 800.000 kaos. Pembagian kaos mulai dilakukan sejak kampanye tertutup di mulai. Pembagian kaos sebagian besar diberikan pada saat kunjungan ke rumah-rumah penduduk sebagai bentuk kepedulian langsung sekaligus memperkenalkan sosok Prabowo pada masyarakat. Kaos didapat rutin oleh DPC Partai Gerindra Yogyakarta setiap tahunnya, tapi pada saat menjelang pemilihan umum pemasokan kaos di lebih perbanyak.

Tujuan iklan politik Prabowo-Hatta lebih kepada pembangunan citra Jokowi-JK dimata publik secara umum

atau pemilih secara spesifik. Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa adalah pemain lama dalam kancah politik nasional. Mereka berdua adalah figur yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat. Hal ini tentu mempunyai nilai positif dan negatif bagi pasangan ini, dari segi positif pengalaman mereka di dunia politik yang matang membuat mereka faham betul strategi apa yang harus mereka lakukan untuk memikat hati pemilih, namun sebagai pemain lama juga menjadi boomerang mengingat rekam jejak mereka sudah dikenal dan difahami oleh masyarakat, Prabowo yang kerap diidentikkan dengan kejamnya rezim orde baru, dan isu pelanggaran HAM yang kerap menyalahkan dirinya, sementara Hatta yang bersih dan mempunyai prestasi yang gemilang di kabinet dinilai buruk oleh masyarakat karena kasus anaknya yang menabrak dua orang hingga tewas, namun hingga kini kepastian hukumnya tidak jelas, keduanya suka diidentikkan dengan melanggar hukum hal inilah yang sering dimanfaatkan oleh pasangan lain untuk menyerang mereka. Namun hal ini bisa diatasi mengingat Koalisi Merah Putih yang dikomandoi Prabowo di isi dan didukung oleh Bos-bos media ternama di negeri ini, di media Televisi misalnya pemilik MNC Group yang terdiri dari beberapa stasiun TV seperti MNC TV, RCTI dan Global TV, serta Ketua Golkar Aburizal Bakrie dengan TV One nya, menjadi tameng dengan membentuk citra positif pasangan Prabowo-Hatta agar masyarakat mau memilih pasangan ini.

Photo 3.9
Baju Pendukung Prabowo-Hatta



Dalam beberapa iklan politik pasangan Prabowo-Hatta selalu memakai lambang garuda, dan warna putih. Di Iklan Prabowo misalnya kicauan burung Garuda menghiasi sosok Prabowo, burung Garuda dipakai Prabowo untuk menunjukkan bahwa Prabowo adalah sosok yang cinta tanah air, pengalamannya didunia militer membuatnya mengerti betul bagaimana menjaga pertahanan dan keamanan negara, burung garuda menggambarkan ke kuasaan, kekuatan, keberanian, keteguhan hati, sikap-sikap yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin, bangsa Indonesia punya mimpi mensejahterakan semua warga negara tanpa pandang bulu, baik itu petani, nelayan, dan buruh juga pedagang dan mimpi itu menurut Prabowo harus diwujudkan dengan sikap-sikap patriotik sikap seorang kesatria. Warna putih melambangkan

kesucian, Prabowo ingin mengesankan bahwa dia adalah orang yang bersih, jujur, dan terbuka.

Selain strategi komunikasi, strategi visual dalam iklan politik Prabowo-Hatta merupakan suatu yang menarik untuk di kaji,

D. Pemasaran Politik Jokowi-JK

1. Tahapan Proses Pemasaran Politik Pasangan Jokowi -JK

a. Identifikasi segmentasi kelompok

Segmenting juga merupakan upaya untuk mengenali karakteristik masyarakat meskipun nantinya tidak seluruh kelompok masyarakat yang diidentifikasi tersebut dijadikan sebagai kelompok yang disasar (targeting).

Dalam hal ini, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Danang Rudyatmoko selaku Sekretaris tim kampanye pasangan Jokowi-JK mengatakan:

“pada dasarnya fokus pemilihan segmen difokuskan pada semua segmen yang bisa digarap dan ada peluang sehingga tidak ada perbedaan dalam menentukan segmen serta dalam pelaksanaan kampanye hanya pada pola dan strategi dipilih sesuai dengan karakter segmen serta wilayah masing-masing agar nantinya kampanye yang akan dilaksanakan dapat berjalan secara, maksimal”³⁵

³⁵ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

Dalam tahapan proses segmentating ini tim sukses pasangan Jokowi-JK melakukan pemetaan pasar secara umum, memanfaatkan semua peluang karena sesuai dengan slogan tagline Jokowi-JK “jokowi-JK adalah kita” yang merepresentasikan keindonesiaan dan Pancasila.

“ Figur Pak Jokowi, sudah populer dikalangan masyarakat, iya dan dia populer disemua kalangan, baik yang tua, muda, laki-laki perempuan, Islam, Krisen, dia populer disemua kalangan”

Adapun segmentasi pasar yang dilakukan oleh tim sukses Jokowi-JK adalah sebagai berikut :

No.	Dasar Segmentasi	Keterangan
1.	Geografi	<p>Segmentasi dilakukan oleh tim sukses pasangan Jokowi-JK disemua kecamatan di Kota Yogyakarta, daerah basis <i>massa dan kecamatan dengan jumlah penduduk</i> tertinggi juga dijadikan segmen yang nantinya menjadi sasaran atau targeting oleh pasangan ini namun kecamatan lain juga tetap menjadi perhatian mengingat pemilih harus dirangkul sebanyak mungkin.</p>
2.	Demografi	<p>Semua usia dijadikan segmen, baik usia produktif, maupun usia lanjut, namun kerja keras tim sukses lebih difokuskan pada pemilih pemula, karena pemilih pemula dianggap masih bisa dipengaruhi dengan mudah, dan figure Jokowi pun sebagai calon Presiden yang diusung sudah populer dikalangan pemilih pemula menurut beberapa survey.</p> <p>Secara jenis kelamin pasangan ini juga merangkul keduanya, baik laki-laki maupun perempuan.</p> <p>Dari segmen agama pasangan ini juga merangkul semua agama, karena menurut tim sukses hal ini relevan dengan figure yang mereka usung, jadi tidak memandang baik agama mayoritas maupun sebaliknya, tim sukses punya cara tersendiri dalam menarik simpati mereka.</p> <p>Semua pekerjaan juga dirangkul, namun figure Jokowi yang sudah identik dan kerap kali dicitrakan dekat dengan rakyat, dengan blusukan dan kesederhanaannya membuat tim sukses harus memberi perhatian lebih kepada segmen pemilih dengan pekerjaan yang berpenghasilan menengah kebawah atau.</p>

3.	Pshychography, perilaku, dan sosial budaya.	<p>dengan kata lain pekerjaan yang kerap ditekuni kaum kecil (<i>wong cilik</i>) seperti pedagang dipasar, buruh dan petani.</p> <p>Kebiasaan atau <i>life style</i> dan perilaku serta sosial budaya yang terkait dalam isu-isu politik tidak ditakukan segmen secara khusus karena melalui segmen geografi dan demografi atau kependudukan yang ada di Kota Yogyakarta secara tidak laagsung akan tergiring dengan sendirinya ketika melakukan kegiatan untuk mempengaruhi khalayak.</p>
----	---	--

b. Menentukan target (Targeting)

Berdasarkan segmentating yang telah dilakukan diatas, targeting, dilakukan kepada seluruh pemilih yang ada didataran daerah Kota Yogyakarta. Pada dasarnya meskipun setiap segmen yang akan dijadikan target tersebut memiliki karakteristik yang berbeda namun dalam menyampaikan produk politiknya, namun tim kampanye Jokowi-JK melakukan kegiatan-kegiatan secara merata pada setiap segmen yang sudah ditentukan tersebut. Adapun targeting yang pilih berdasarkan segmen yang telah di petakakan oleh tim sukses pasangan Jokowi-JK adalah sebagai berikut:

1). Segmen Geografis

Pada segmen ini tim sukses pasangan Jokowi-JK menjadikan semua kecamatan yaitu terdapat 14 kecamatan dan 45 kelurahan yang dijadikan segmen untuk kemudian dijadikan targetting oleh tim sukses, hal ini dikarenakan PDIP berhasil memenangkan Pemilu legislatif, dengan hamper semua caleg nya berasal dari ke empat belas kecamatan tersebut.

Kemenangan Partai Politik pengusung Jokowi-JK pada pemilu legislatif membuat optimisme pasangan ini kian menguat, semua kecamatan disamaratakan artinya tidak ada yang di pandang sebelah mata termasuk kecamatan yang notabene menjadi lumbung suara pasangan Prabowo-Hatta.

“Pemilih di kota jogja rata-rata sudah cerdas, artinya kalau calon yang di usung partai kurang baik dimata masyarakat maka masyarakat akan memilih calon yang baik menurut mereka. Jangankan masyarakat awam loyalis atau elit partai saja banyak yang membelot karena pilihan rasional mereka tidak sesuai dengan calon yang diusung partai”³⁶

Pada setiap kecamatan tersebut, tim sukses Jokowi-JK melakukan sosialisasi kepada masyarakat Yogyakarta diantaranya dengan melakukan pertemuan dan dialog warga secara langsung atau tatap muka, kegiatan ini dilakukan secara rutin dan bergantian pada tiap-tiap kecamatan. Serta dengan melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat kecamatan tersebut.

2). Segmen, fenis kelamin

Pada segmen ini laki-laki dan perempuan dijadikan targetting karna baik laki-laki maupun perempuan sama-sama memiliki kepentingan. Hanya saja saja dalam penyampaian produk politik kepada masyarakat tim sukses nantinya dilakukan berdasarkan isu-isu yang ada dimasyarakat baik itu dilihat dari perspektif laki-laki maupun perempuan.

³⁶ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

3). *Segmen Umur*

Tim sukses Jokowi-JK lebih menekankan kepada pemilih pemula, meski semua usia dijadikan segmentasi (target sasaran). Walaupun jumlahnya tidak signifikan namun kan berdampak positif terhadap perkembangan partai kedepan, tentunya dengan membuat agenda program yang diminati oleh emilih pemula.

”Namun kami tetap memberi perhatian yang lebih kepada mereka, sebagai salah satu komunitas yang cukup member arti untuk perolehan suara, tentunya butuh strategi untuk dapat merangkul kaum muda ini dan persiapan yang matang harus dimulai dari dalam partai, kami menyusun program untuk menjaring mereka seperti kegiatan olahraga, seni dan budaya. Kami memberikan wadah bagi mereka utnuk mengkspresikan diri.”³⁷

Pemilih pemula dapat berpikir rasional dan dapat mempengaruhi isu-isu yang adap dalam masyarakat itu sendiri sehingga harapannya kedepan peilih pemula ini dapat digandeng sebagai kader partai guna regenerasi.

Meski pemula golongan usia 17-21 tahun tidak selalu buta soal politik termasuk soal pemilu.

“tingginya antusiasme pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam Pilpres dan ini menjadi peluang bagi kami, kami memformulasikan program-program yang pas bagi mereka. Berdasarkan hasil survey partai program isu yang dikembangkan untuk menarik simpati pemilih pemula yakni soal pendidikan,

³⁷ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

kesehatan dan isu perekonomian.”³⁸

Antusiasme yang tinggi sementara keputusan pilihan yang belum bulat, sebenarnya menempatkan pemilih pemula sebagai swing voters yang sesungguhnya. Pilihan politik mereka belum dipengaruhi oleh motivasi ideologis tertentu dan lebih didorong oleh konteks dinamika politik nasional. Pemilih pemula mudah dipengaruhi kalangan tertentu terutama orang terdekat mereka seperti keuarga dan teman meraka.

4). Segmen Agama

Semua agama dipilih oleh tim sukses Jokowi-JK ,bergabungnya PKB dalam Koalisi Indonesia Hebat membuat partai ini semakin lengkap karena kehadiran PKB sebagai partai berideologi islam sangat membantu meski Partai Islam di KIH tidak sebanyak partai islam di KMP. Namun perwujudan persatuan dan kesatuan bangsa sesuai amanat sila pertama “ketuhanan yang maha esa” menjadi dasar KIH untuk tidak memandang mayoritas dan minoritas di degmen keagamaan.

5). Pekerjaan

Berdasarkan segmentasi yang telah dilakukan, Pasangan Jokowi-JK memilih semua jenis pekerjaan masyarakat Kota Yogyakarta menjadi targeting pasangan ini seperti yaitu PNS (pegawai negeri sipil) maupun masyarakat dengan profesi seperti pedagang, tukang parkir, buruh maupun mahasiswa dan pelajar.

Secara, keseluruhan targeting yang dilakukan oleh

³⁸ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

pasangan Jokowi-JK merupakan segmen-segmen yang dipilih secara keseluruhan karena bagi pasangan ini setiap segmen sama-sama memiliki peluang bagi mereka. Dalam proses mempengaruhi pemilih setiap segmen diharapkan dapat memilih pasangan ini untuk memimpin Bangsa Indonesia selama lima tahun kedepan.

c. Menempatkan perbedaan dengan kandidat lain (Positioning)

Menurut definisi, untuk *political marketing*, *positioning* adalah tindakan untuk menancapkan citra tertentu ke dalam benak para pemilih agar tawaran produk politik dari suatu kandidat memiliki posisi khas, jelas dan *meaningful*. *Positioning* yang efektif akan menunjukkan perbedaan nyata dan keunggulan seorang kandidat dibandingkan dengan kandidat pesaing. Positioning secara tidak langsung juga mendefinisikan pesaing: bahwa pesaing tidak dapat mewujudkan tawaran-tawaran tertentu sebaik pihak yang mencanangkan positioning tersebut.³⁹

Secara lebih tegas, positioning adalah turunan dari visi dan misi politik, dipadukan dengan keunggulan kompetitif yang dimiliki, dibuat dalam bentuk kalimat-kalimat simple dan memikat, ditambah visual yang mendukung, sehingga target audience langsung dapat memahami ketika membaca.

³⁹Ibid, hal.137-138.

Positioning pasangan Jokowi-JK telah dibangun tidak hanya pada saat kampanye resmi yang ditetapkan oleh KPU, namun dalam membangun image politik pasangan ini telah dilakukan satu tahun lebih sebelum Pilpres itu sendiri digelar, Jokowi sebagai calon Presiden sangat populer satu tahun sebelum Pilpres digelar, berangkat dari Walikota Solo dengan mobil ESEMKA untuk menjadi Calon Gubernur Jakarta merupakan gebrakan yang sangat luar biasa. Pada mulanya memang banyak kalangan yang mencibir mustahil seorang Jokowi mampu menjadi Gubernur Jakarta, namun track record kepemimpinan yang positif, figur pemimpin yang unik yang suka blusukan, mudah dikenali karena kesederhanaannya, dan penyuka musik metal ini, mampu menghipnotis semua segmen pemilih di Jakarta, hingga bersama Basuki Tjahja Purnama (Ahok) ia terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta. Figur Jokowi makin disorot saat menjabat sebagai Gubernur, diberbagai media baik cetak maupun elektronik, hamper setiap hari berita tentang sosok Jokowi selalu muncul, blusukan ke pasar, masuk got sambil mengawasi proyek bahkan menonton konser band metal tak pernah luput dari liputan media. Jokowi bak artis papan atas, hingga mendekati *atmosphere* Pemilu 2014 beberapa media dan lembaga survey pun berspekulasi jika Jokowi merupakan kandidat yang tepat untuk memimpin Indonesia. Namun, dalam setiap kesempatan ketika diwawancarai media Jokowi selalu mengelak dan berjanji akan menyelesaikan kepemimpinannya di DKI karena

Jokowi merasa rakyat Jakarta mencintainya dengan mempercayainya sebagai Gubernur maka menjadi paradoks ketika ia mengkhianati kepercayaan itu dengan mencalonkan diri sebagai Presiden. Kesuksesan Jokowi tentu tak lepas dari jasa tim pemenangan dan Partai yang mengusungnya oleh karena itu Jokowi sebagai kader PDIP, tentu harus mengikuti kebijakan partai, hingga pada waktu yang telah ditentukan sesuai prediksi berbagai kalangan Jokowi pun bersedia dicalonkan PDIP sebagai Presiden, sebelumnya memang berapa kali Jokowi ketemu ketua umum PDIP Megawati, misalnya saat ia lebih memilih menemani Megawati untuk berziarah ke makam Bung Karno ketimbang melaksanakan kewajibannya sebagai Gubernur DKI karena Jokowi saat itu bolos kerja. Dari beberapa survey Jokowi sangat Unggul berangkat dari sinilah kemudian Jokowi menyatakan bersedia menjadi Presiden karena ia merasa figurnya dibutuhkan masyarakat untuk memimpin negeri ini.

Kemampuan dan kecakapan merupakan modal yang penting bagi Capres untuk menarik simpati pemilih dalam mendulang suara pada Pilpres. Jokowi yang mengawali kariernya di dunia politik sebagai Walikota Solo dianggap cukup berhasil dalam merubah Solo menjadi kota yang lebih baik. Kebijakannya dalam menata pedagang kaki lima misalnya, membuktikan betapa cerdasnya dan cakupannya Jokowi sebagai pemimpin, disaat kebanyakan pemimpin lebih memihak kepada pemodal atau pengusaha kaya,

Jokowi justru membela rakyat kecil, dalam konteks ini pedagang kaki lima, kecakapan ini didapat Jokowi karena ia sering blusukan dan turun langsung merasakan apa yang dirasakan masyarakatnya, apalagi dizaman sekarang ini sangat jarang pemimpin yang sederhana, merakyat, dan anti kemapanan serta tidak eksklusif. Jokowi hadir sebagai antitesa pemimpin-pemimpin masa kini, Jokowi lahir dari rakyat sama seperti Bung Karno, bukan dari militer atau teknokrat. Setelah Solo menjadi Gubernur Jakarta tentu bukan merupakan hal yang baru bagi karier kepemimpinan Jokowi, meskipun permasalahan yang dihadapi Jakarta dan Solo berbeda namun memimpin Jakarta menjadi tantangan tersendiri bagi Jokowi yang memimpin dari level bawah(kota) ke level atas (Provinsi) jenjang politik yang seperti ini membuat Jokowi pantas memimpin Indonesia karena persolan kebangsaan sudah ia fahamai betul dari level bawah hingga atas.

Jokowi bukanlah pemimpin yang Kharismatik, jika dibandingkan kandidat lain secara fisik tentu Jokowi sangat jauh berbeda levelnya. Jika Pada Pilpres 2004 dan 2009 para pemilih wanita banyak dibuat tergilagila karena ketampanan dan kegagahan SBY sehingga merekapun menjatuhkan atau member suara mereka kepada SBY. Namun ternyata banyak masyarakat yang menyesal atau boleh dikata tertipu karena kinerja SBY sangat bertolak belakang dengan apa yang dicitrakan dulu disaat kampanye. Misalnya SBY yang berasal dari TNI sering

dicitrakan gagah berani waktu kampanye namun berhadapan dengan Malaysia saja mengenai masalah perbatasan SBY dianggap masyarakat sebagai Presiden yang kurang tegas, padahal ia adalah mantan Jendral TNI AD seharusnya ia faham betul bagaimana menjaga pertahanan dan keamanan Negara, disisi lain slogan Partai Demokrat yang mengusung SBY menjadi presiden "katakan tidak pada korupsi" sangat bertolak belakang dengan kenyataan dilapangan hamper semua petinggi Partai Demokrat tersangkut kasus korupsi, hingga Ketua Umumnya Anas Urbaningrum, hal-hal seperti inilah yang membuat masyarakat muak dengan politik pencitraan yang dilakukan SBY. Masyarakat yang bosan dengan bungkus pencitraan semakin selektif dalam menentukan pilihannya, tak ayal rekam jejak yang positif dan jelas menjadi preferensi mereka dalam memilih. Jokowi hadir membawa angin segar bagi iklim demokrasi di Negeri ini, ia bersih, jujur,merakyat dan sederhana. Anies Baswedan dari kalangan akademisi menambahkan:

"Bahwa Pilpes tahun ini adalah ajang pilih orang baik, bukan ajang untuk menjelek-jelekan satu pasangan dengan pasangan yang lain, dan kemudian dibenturkan secara ideologis serta berharap akan memenangkan pertarungan dari cara yang tidak terpuji".⁴⁰

Menurut Anies Jokowi adalah orang baik, jadi sebagai warga Negara yang baik maka harus memilih pemimpin yang baik pula, bukan dengan mendiamkan dan tidak turun tangan demi terlunasinya

40

<http://nasional.kompas.com/read/2014/06/03/1214188/pesan.anies.baswedan.kepada.relawan.joko-wi-jk>, diakses pada tanggal 12 juni 2015, pukul 12.0 wib.

janji kemerdekaan, sudah banyak orang baik kalah karena orang jahat ditambah orang karena orang yang baik lainnya mendiamkan dan memilih untuk tidak turun tangan.

2. Political Marketing Mix Pasangan Jokowi-JK

a. Policy

Pancasila 1 juni 1945 meletakkan dasar dan sekaligus memberikan arah dalam pembangunan jiwa bangsa, untuk menegakkan kembali kedaulatan, martabat dan kebanggaan sebagai sebuah bangsa, menegaskan kembali fungsi publik Negara, menggelorakan kembali harapan diatas krisis sosial yang mendalam, menemukan jalan bagi masa depan bangsa dan meneguhkan kembali jiwa gotong royong.

TRISAKTI memberikan pemahaman mengenai dasar untuk memulihkan harga diri bangsa dalam pergaulan antar bangsa yang sederajat dan bermartabat, yakni berdaulat dalam bidang politik, berdikari dalam bidang ekonomi, dan kepribadian dalam bidang kebudayaan. Jalan TRISAKTI menjadi basis dalam pembangunan karakter kebangsaan dan landasan kebijakan nasional masa depan. TRISAKTI mewadahi semangat perjuangan nasional yang diterjemahkan dalam tiga aspek kehidupan berbangsa dan bernegara yaitu berdaulat dalam berpolitik, berdikari dalam ekonomi, dan berkepribadian dalam kebudayaan.

Penjabaran TRISAKTI diwujudkan dalam bentuk ;

1). Kedaulatan dalam Politik diwujudkan dalam pembangunan demokrasi Politik yang berdasarkan hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan. Kedaulatan rakyat menjadi karakter, nilai dan semangat yang dibangun melalui gotong royong dan semangat persatuan bangsa.

2). Berdikari dalam bidang ekonomi diwujudkan dalam pembangunan Demokrasi ekonomi yang menempatkan rakyat sebagai pemegang kedaulatan didalam pengelolaan keuangan Negara dan pelaku utama dalam pembentukan produksi dan distribusi nasional. Negara memiliki karakter kebijakan dan kewibawaan pemimpin yang kuat dan berdaulat dalam mengambil keputusan keputusan ekonomi rakyat melalui penggunaan sumberdaya ekonomi nasional dan anggaran Negara untuk memenuhi hak dasar Warga Negara.

3). Kepribadian dalam kebudayaan diwujudkan melalui pembangunan karakter dan kegotong-royongan yang berdasar pada realitas ke-Bhinekaan dan kemaritiman sebagai kekuatan potensi bangsa dalam mewujudkan implementasi demokrasi politik dan demokrasi ekonomi Indonesia masa depan.⁴¹

Dengan demikian, prinsip dasar dalam TRISAKTI ini menjadi basis sekaligus arah perubahan yang berdasarkan pada mandat konstitusi dan menjadi pilihan sadar dalam mengemban

⁴¹ Visi-Misi Joko Widodo-Jusuf Kalla KPU

pilihan hidup masyarakat Indonesia, menolak ketergantungan, dan diskriminasi, sertaterbuka dan sederajat dalam membangun kerjasama yang produktif dalam tataran pergaulan internasional.

Visi pasangan ini yaitu: *''Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong royong''*.

Untuk mewujudkan Visi tersebut maka kemudian dituangkan kedalam kedalam misi pasangan ini, adapun misinya adalah :

- 1). Mewujudkan keamanan nasional yang mampu menjaga kedaulatan wilayah, menopang kemandirian ekonomi dengan mengamankan sumberdaya maritim, dan mencerminkan kepribadian Indonesia sebagai Negara Kepulauan.
- 2). Mewujudkan masyarakat maju berkeimbangan dan Demokratis berlandaskan Negara Hukum.
- 3). Mewujudkan poliik luar negeri bebas-aktif dan memperkuat jati diri sebagai Negara Maritim.
- 4). Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang tinggi, maju dan sejahtera.
- 5). Mewujudkan bangsa yang berdaya saing.
- 6). Mewujudkan Indonesia menjadi Negara maritim yang mandiri, maju, kuat dan berbasis kan kepentingan Nasional.
- 7).Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan.

Dalam melakukan kampanye untuk merebut simpati masyarakat, tim sukses pasangan Jokowi-JK tentu tidak hanya menyampaikan produk politiknya melalui visi dan

misi semata namun juga menyampaikan program-program apa yang akan dilakukan apabila menang pada Pilpres.

Adapun Program-program yang ditawarkan pasangan Jokowi-JK Berlandaskan atas prinsip TRISAKTI yakni :

1). Berdaulat dalam bidang politik

Beberapa agenda yang akan dilakukan adalah:

1. Membangun wibawa politik luar Negeri dan mereposisi peran Indonesia dalam isu Global.
2. Memperkuat sistem pertahanan Negara.
3. Membangun politik keamanan dan ketertiban masyarakat.
4. Mewujudkan Profesionalitas intelijen Negara.
5. Membangun keterbukaan informasi dan keterbukaan komunikasi public.
6. Reformasi system dan kelembagaan Demokrasi.
7. Berkomitmen memperkuat politik Desentralisasi dan otonomi daerah.
8. Mendedikasikan diri untuk pemberdayaan Desa.
9. Berkomitmen melindungi dan memajukan Hak-hak Masyarakat Adat.
10. Berkomitmen untuk pemberdayaan perempuan dalam politik dan pembangunan.

11. Berkomitmen mewujudkan system, dan penegakan hukum yang berkeadilan.
12. Berkomitmen menjalankan Reformasi Birokrasi dan Pelayanan Publik.

2). Berdikari dalam bidang ekonomi

Adapun agenda yang akan dilakukan untuk mewujudkan Indonesia yang berdikari secara ekonomi adalah sebagai berikut :

1. Mendedikasikan pembangunan kualitas sumberdaya manusia.
2. Membangun kedaulatan pangan berbasis pada agribisnis kerakyatan.
3. Mendedikasikan program untuk membangun daulat energy berbasis kepentingan Nasional.
4. Berkomitmen untuk merancang strategi cerdas untuk mengatasi kelangkaan listrik, mengurangi biaya produksi, mengeliminasi subsidi, dan meningkatkan rasio elektrifikasi sampai 100%.
5. Berkomitmen membangun infrastruktur migas seperti membangun kilang minyak diindonesia untuk mencukupi kebutuhan nasional, infrastruktur dibidang transportasi berbasis energy local dan murah, stasiun pengisian bahan bakar gas(SPBG), dan memberikan insentif kepada swasta untuk mendorong partisipasinya dalam pembangunan infrastruktur energi Nasional.

6. Berkomitmen membangun infrastruktur MIGAS dibidang transportasi yang berbasis energi lokal dan murah.
7. Berkomitmen menghadirkan teknologi hemat energi dan memberikan disentif pada teknologi yang tidak memenuhi MOPS yang ditetapkan oleh pemerintah .
8. Berkomitmen ntuk merancang isu perubahan iklim bukan hanya untuk isu lingkungan semata mealinkan juga untuk isu keekonomian Nasional.

3). Berkepribadian dalam bidang kebudayaan.

Beberapa agenda yang akan dilakukan pasangan Jokowi-JK untuk mewujudkan Indonesia yang berkepribadian dalam bidang kebudayaan adalah sebagai berikut :

1. Berkomitmen mewujudkan pendidikan sebagai bentuk karakter Bangsa.
2. Memperteguh Ke-Bhinekaan Indonesia dan memperkuat restorasi sosial.
3. Membangun jiwa Bangsa melalui Pemberdayaan Pemuda dan Olahraga.

Pasangan Jokowi-JK mempunyai Sembilan Agenda Prioritas , Sembilan Agenda Prioritas yang akan dilakukan oleh Joko Widodo dan Jusuf Kalla apabila terpilih menjadi Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia, Ke Sembilan agenda ini disebut dengan NAWACITA yang terdiri dari ;

1. Menghadirkan kembali Negara untuk melindungi segenap bangsa, dan memberikan rasa aman pada seluruh warga Negara, melalui pelaksanaan politik luar negeri bebas aktif, keamanan nasional yang terpercaya dan pembangun pertahanan Negara tri matra terpadu yang dilandasi kepentingan nasional dan memperkuat jati diri sebagai Negara maritim.
2. Membuat pemerintah tidak absen dengan membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis dan terpercaya.
3. Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat Daerah-daerah dan desa dalam kerangka Negara kesatuan.
4. Menolak Negara lemah dengan melakukan reformasi system dan penegakan hukum yang bebas korupsi, bermartabat dan terpercaya.
5. Meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia.
6. Meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing dipasar internasional.
7. Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor ekonomi strategis.
8. Melakukan evolusi karakter bangsa.
9. Memperteguh ke-Bhinekaan dan memperkuat restorasi sosial Indonesia.

Pasangan Jokowi-JK dalam menyampaikan

Visi, Misi, dan Program Kerjanya mempunyai Tagline “*Jokowi-JK adalah kita dan Indonesia Hebat*” tagline ini berlandaskan pada keadaan masyarakat Indonesia kekinian, Indonesia sebagai Bangsa sedang dilanda krisis multidimensional, namun rasa persaudaraan dan rasa memiliki sebagai warga Negara masih terpelihara dengan baik, yang membuat mereka tetap berjuang untuk mencapai cita-citanya sebagai bangsa yang diamanatkan UUD dan Pancasila tanpa memandang Agama, Suku, Ras, dan status sosial Pasangan Jokowi-JK termasuk kedalam semua golongan yang turut memperjuangkan cita cita kemerdekaan itu bersama masyarakat Indonesia dan Jokowi-JK adalah kita.

*“Jokowi dan Pak Jusuf Kalla melambangkan keindonesiaan, Jokowi yang dari Jawa dan Pak Jusuf Kalla yang dari Sulawesi, satunya suka memakai baju kotak-kotak, satunya lagi suka memakai baju putih itulah pengejawantahan pancasila berbeda beda namun satu tujuan mas ,mereka adalah cerminan ke Indonesiaan, mereka saling melengkapi”.*⁴²

c. Person

Pencitraan diri yang positif perlu dilakukan agar dapat mempengaruhi publik. Dalam menggelar kampanye untuk sosialisasi profil dirinya, visi dan misi yang ditawarkan kepada calon konstituen harus teliti dalam memilih metode karena kampanye yang dipilih merupakan

⁴² wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015, Pukul 10.00 Wib, di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

bagian dari bentuk komunikasi massa.

Tentunya para kandidat dituntut memahami bahwa Komunikasi massa adalah satu kegiatan penyampaian pesan, gagasan, informasi dari seseorang kepada sekelompok orang lainnya. Diterima atau tidaknya pesan yang disampaikan tersebut bukan hanya terletak pada isi pesan meskipun isi pesan yang disampaikan merupakan hal yang cukup penting namun hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana seseorang atau kandidat tersebut dalam penyampaiannya mempunyai kualitas personality yang baik maka hal tersebut akan membuat masyarakat tertarik untuk melihat kemudian memperhatikan dan mendengarkan pesan yang disampaikan oleh kandidat tersebut. *Apakah akan dicitrakan sebagai sosok yang cerdas, berani, berwibawa, religius ataupun tampilan fisik yang gagah dan kharismatik yang akan ditonjolkan merupakan hak masyarakat yang nantinya akan memberi penilaian kepada kandidat.*

Photo 3.10

Calon presiden dan Wakil Presiden Jokowi-JK



Memimpin bukanlah sebuah persoalan mudah. Terlebih memimpin masyarakat Indonesia yang sangat besar dan beranekaragam latar belakangnya. Mulai dari bermacam suku, agama, ras, golongan, dan kepentingan individu maupun kelompok lainnya. Selain itu, secara geografis bangsa yang terdiri dari 5 pulau besar ini satu sama lainnya “masih” terpisah dan tersekat oleh hamparan laut luas. Hal itulah yang menjadi hambatan tercapainya interaksi fisik yang menyatu, merata, dan meluas antar anak bangsa.

Tantangan tersebut adalah tugas besar dan utama bagi pemimpin di Indonesia pada era kebebasan informasi sekarang ini. Mereka dituntut mampu menyatukan seluruh elemen rakyat Indonesia utamanya secara fisik. Bukan kesatuan yang hanya melalui media informasi (dunia maya) dan di atas kertas saja. Namun dalam tataran riil perlu adanya daya dukung dari pemimpin, agar interaksi tersebut

terbangun secara utuh dan kokoh sehingga membawa manfaat luas bagi bangsa ini.

Bila masyarakat Indonesia memiliki prespektif sama dalam membangun bangsa, serasa sepenanggungan, dan salah satu tak merasa dianaktirikan maka kesatuan bangsa yang hakiki akan bisa terbentuk. Kesatuan yang bukan didasarkan pada kepentingan nafsu sehingga bersifat temporal, misalnya kesatuan yang lahir dari hasil lobi-melobi. Namun sikap kesatuan yang tumbuh dari kesadaran dirilah yang ideal dimiliki oleh anak bangsa, di mana dilakukan secara reflek sehingga menjadi karakter.

Dengan demikian, konsep kesatuan bangsa yang ideal terbentuk bukan disebabkan rasa ketakutan masyarakat dari tekanan pasukan keamanan (baca: militer). Akan tetapi yang didasarkan karena memiliki tekad, visi, misi, dan tujuan yang sama. Serta tentu karena adanya figur pemimpin yang mampu menyatukan masyarakat dan patut dijadikan contoh dalam menjaganya.

“Memimpin tidak hanya masalah memerintah atau mengatur saja. Apalagi hanya dengan bermodal ketegasan, keberanian, dan kedisiplinan semata. Idealnya, pemimpin baik adalah yang mampu mempengaruhi orang lain dengan kesabaran dan keteladanannya di lapangan. Yakni, sosok yang dekat dengan rakyat, bekerja cepat, tidak risih melakukan blusukan untuk mengetahui keadaan rakyat yang sesungguhnya, dan tanggap terhadap keluhan masyarakat serta permasalahan di lapangan. Bukan dengan cara menekan bawahan dan rakyatnya melalui

ancaman maupun kekuatan fisik, misalnya petugas keamanan Satpol PP dan sebagainya”.⁴³

Dalam konteks keadaan bangsa Indonesia yang beranekaragam tersebut, gaya kepemimpinan *blusukan* dirasa “masih” sangat relevan digunakan. Mengingat, birokrasi di beberapa pemerintahan kita masih ruwet, formal, prosedural, struktural, dan menyulitkan. Di lain pihak, pucuk pimpinan birokrasi kita belum tentu mendapatkan informasi yang utuh dan *up to date* tentang keadaan masyarakat dari para bawahannya. Oleh karena itu, wajar bila pucuk pimpinan harus terjun ke lapangan, mendekati pada masyarakat guna mengetahui akar permasalahan.

Hal itu bukan berarti menandakan pemimpin yang “berkarakter” *blusukan* tersebut tidak percaya kepada anak buahnya. Malah itu salah satu cara bagi pemimpin untuk memberikan teladan bagi mereka agar lebih peduli dan berempati dalam melayani masyarakat. Sebuah kenistaan bila ada pemimpin yang menyuruh anak buahnya untuk peduli dan berempati dengan sopan santun pada masyarakat bila ia sendiri tak memberikan contoh. Kendati bawahannya mau melakukan, itu bukan karena kesadaran dan ketulusan diri. Namun karena rasa takut pada atasannya sehingga sifatnya temporal, yakni ketika mendapat pengawasan dari atasannya saja.

⁴³ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

“Dengan blusukan pemimpin bisa memberikan solusi yang tepat atas permasalahan yang terjadi. Mampu merespon dengan cepat keluhan dari rakyat, bahkan bila memungkinkan seketika itu juga diselesaikan di tempat kejadian. Dengan kata lain, dalam kegiatan blusukan masalah yang bisa diselesaikan hari itu tidak perlu ditunda-tunda diselesaikan pada hari yang lain. Oleh karena itu, gaya kepemimpinan blusukan dapat disebut sebagai gaya kepemimpinan yang efektif (tepat sasaran) dan efisien (tidak berbelit-belit/boros).”⁴⁴

Dapat disimpulkan, bangsa Indonesia yang besar ini sangat membutuhkan sosok pemimpin yang mau *blusukan*, merespon fenomena dengan cepat, *humanistic*, dan bisa diterima di hampir semua kalangan. Dengan gaya kepemimpinan tersebut seorang pemimpin bisa fokus pada substansi permasalahan sehingga cenderung mengutamakan solusi. Selain itu dengan *blusukan* secara “merata” seluruh wilayah Indonesia maka pemimpin tidak akan mungkin melakukan pilih kasih. Selanjutnya secara alami ia akan meraih dukungan maupun simpati rakyat. Dengan potensi itu, tidak mustahil seorang Presiden dan Wakilnya mampu dalam menyatukan seluruh anak bangsa dari Sabang sampai Marauke dengan karakter yang santun, tulus, lembut, dan merakyat.

Joko Widodo atau panggilan akrabnya Jokowi adalah sosok pemimpin yang “hadir” bukan secara instan atau karbitan. Karakter Jokowi yang populer dan diterima oleh rakyat sekarang ini terbentuk dan terbangun sejak ia masih kecil. Lingkungan keluarga, tetangga, masyarakat

⁴⁴ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

desa, dan tempat ia mencari uang di masa kecilnya telah mencetak karakter yang hadir secara alami seperti sekarang ini.

Dia merupakan pemimpin yang memiliki sikap hidup bersifat jujur, berpihak pada rakyat kecil, konsisten dalam mengabdikan pada bangsa, revolusioner, *humanistic*, ikhlas, transparan, menepati janji, dan tegas yang komunikatif (bukan diktator). Selain itu ia juga dikenal sebagai orang yang sabar, cinta pada alam serta budaya, sederhana, penuh senyum alami, melayani dengan empati, menyelesaikan masalah dengan fokus pada substansinya, dan berketeladanan. Itulah sosok yang memiliki segudang karakter sehingga wajar bila diidam-idamkan oleh rakyat Indonesia selama ini untuk menjadi Presiden.

Jokowi tidak dilahirkan dari seorang tokoh, bangsawan, konglomerat, dan pejabat negara sebagaimana kebanyakan tokoh politik. Ia hanya dilahirkan dari keluarga yang sederhana, sudah mandiri sejak kecil, dan mendapat pendidikan karakter secara layak dari orang tua yang telah menjadi “guru” baginya. Bukan pula pemimpin yang populer karena “diangkat” namanya oleh elite politik tertentu. Namun terangkat dan dipilih oleh rakyat secara alami dan wajar, diakibatkan karakter dan banyak prestasi hampir di segala bidang yang telah dicapainya. Dengan kata lain, pencapaian yang ia peroleh sekarang ini memang

benar-benar dimulai dari bawah, buah dari ketulusan dan kepedulian pada rakyat yang terbukti nyata.

Dalam dunia kerja, Jokowi setelah lulus kuliah pada fakultas Kehutanan UGM tahun 1985 pernah merantau ke luar Jawa. Ia menjadi pegawai BUMN di daerah Aceh. Tak lama setelah itu ia memutuskan kembali ke Solo untuk bekerja di CV. Roda Jati, perusahaan yang fokus di bidang perkayuan. Kemudian pada tahun 1988, Jokowi berinisiatif membuka usaha sendiri yang bergerak pada dunia permebelan. Dengan karakternya yang sabar dan pekerja keras, lambat laun bisnisnya berkembang, ia pun akhirnya menjadi eksportir mebel hingga ke Benua Biru Eropa.

Saat berkunjung ke Eropa, Jokowi kagum dengan sistem pengembangan kota-kota di Eropa. Di sisi lain, ia melihat banyak ketimpangan yang ditemukan di dalam negeri. Kondosi rakyat kecil yang memprihatinkan dan penataan kota serta birokrasi yang tak memihak *wong cilik*. Hatinya pun tergugah untuk memajukan kota kelahirannya, yaitu Solo. Ia bertekad mengadakan perubahan-perubahan yang berorientasi pada kesejahteraan rakyat kecil. Adapun jalan yang ia tempuh agar tujuannya tercapai adalah ia masuk struktur kepartaian, yaitu PDI Perjuangan.

Berawal dari situ karir politik Jokowi sedikit demi sedikit mengalami perkembangan yang mengagumkan.

Walaupun pada awalnya ia diremehkan oleh sebagian kalangan ketika tahun pertama menjadi walikota Solo. Namun, bukanlah Jokowi kalau tak bisa membuktikan kerjanya dengan banyak capaian prestasi dan mampu mengambil hati masyarakat dengan “empatinya.”

Setelah beberapa tahun menjadi Walikota Solo karena beberapa prestasinya, maka menjadi keniscayaan bila ia dipandang sebagai figur pemimpin yang benar-benar “baru.” Yakni pemimpin yang belum pernah ada satupun menyamai gaya kepemimpinannya. Maupun dalam membuat gebrakan-gebrakan pro-rakyat dan juga karena “kebersihan” dan kejujurannya ketika menjabat.

Dari pembahasan di atas bisa disimpulkan, karakter yang ada pada Jokowi bukan karena diatur, dibuat-buat, tapi karakter “bawaan” sejak lahir. Karakter yang tidak bisa ditiru oleh orang lain secara berkelanjutan. “Kemujuran” dan melesatnya karir dan kepopuleran Jokowi pun menjadi idaman bagi siapa saja yang ingin berkarir di dunia politik. Jokowi sosok fenomenal yang tidak hanya “menghentak” media nasional, tapi juga media internasional. Oleh karena itu, pantaslah jika Jokowi menjadi Presiden bagi bangsa ini yang sangat membutuhkan karakter pemimpin seperti ini.

Berikut adalah beberapa prestasi yang pernah diukir Jokowi

:

1. Satya Bhakti Kadin Jawa Tengah 2007.
2. Solo Pos Award Solo Pos 2007, 2008.
3. IKAPI Awards IKAPI 2008.
4. Leadership Awards Menteri Aparatur Negara & Leadership Park 2008.
5. Perhumas Award Perhimpunan Hubungan Masyarakat 2008.
6. Tokoh Pilihan Tempo 2008 Majalah Tempo 2008.
7. Kpl Daerah Tingkat II Terbaik Pengembangan MICE Majalah Venue 2009.
8. Pelopor Inovasi Pelayanan Prima Presiden RI 2010.
9. Kepala Pem Daerah berjiwa Enterpreneur Berhasil Property and Bank 2010.
10. Innovative Government Award Kementerian Dalam Negeri 2010.
11. Bung Hatta Anti Corruption Award 2010.
12. Marketer Award Markplus Inc. 2010.
13. Alumnus Berprestasi Kategori Penggerak Sosial UGM 2010.
14. Visit Ind mengembangkan destinasi wisata Kementerian Pariwisata 2010.
15. IAI Award IAI Jawa Tengah 2011.
16. Inovasi Manajemen Perkotaan Awards Kementerian Dalam Negeri 2011.
17. UNS Awards Tanda Jasa Dharma Budaya Bhakti Praja Rektor UNS 2011.

18. Realestat Indonesia Penataan Lingkungan, Relokasi PKL dan Penataan Pasar. Tradisional serta Peremajaan Kawasan Kumuh DPP REI 2011.
19. Tokoh Perubahan 2010 Republika 2011.
20. MIPI Awards Masyarakat Ilmu Pemerintahan Indonesia 2011.
21. Satya Lancana Pembangunan Bidang Koperasi Presiden RI 2011.
22. Tanda Kehormatan Bintang Jasa Utama Presiden RI 2011.
23. GATRA Award Walikota Terbaik GATRA 2011.
24. Charta Politika Award III TokohKepala Daerah 2012.
25. Soengeng Sarjadi Award on Good Governance untuk Kategori Tokoh Inspirasi. Pemberdayaan Masyarakat 2012.
26. Pembina Bank Daerah Terbaik 1 2012.
27. Anugerah Integritas Nasional 2013.
28. Jak Award.
29. Tokoh News Maker 2012.
30. Best of The Best "The Right Man On The Right Place 2013".
31. Pembina BUMD Terbaik 2013.
32. Tokoh Yang Memiliki Sikap dan Kebijakan Politik Yang Berpihak Pada Rakyat.
33. Anak Bangsa Yang Layak Memimpin Bangsa.
34. RMOL Democracy Award.
35. PenghargaanTerbaik II "Rencana Kerja Pemerintah Daerah 2013 Tingkat Provinsi. Kelompok A (DKI Jakarta)

2013.

36. Penghargaan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

37. Penghargaan Satya Lencana Karya Bakti Praja Nugraha
Presiden RI.

38. Soegeng Sarjadi Award "Award On Good Government"
Kategori Pemerintahan. Terbaik Soegeng Sarjadi 19
September 2013.

39. Prominent Figure With Positive Sentiment In Social
Media 2013.

40. Wreda Nugraha Utama 2013.

41. Bung Hatta Anti Corruption Award 2013.

42. Akuntabilitas Kinerja Pemprov DKI.

43. Jakarta Tahun 2013 dengan Predikat "CC" Menpan
Azwar Abu Bakar 2013.

44. Anugerah Parahita Eka Praya 2013 Provinsi DKI
Jakarta 2013.

45. Mens Obsesion Decade Award 2004-2014, Rising
Leades.

46. Pemerintah Daerah dengan Laporan Gratifikasi
Terbanyak ke KPK.

47. Tokoh Masyarakat Peduli Sosial Moestopo.

48. Peran dan Dukungan yang Besar dalam Pengendalian
Tembakau di Indonesia.

49. Tokoh Pluralis Lembaga Pemilih Indonesia.

50. Anugerah Tokoh Seputar Indonesia 2013.

51. Provinsi Terbaik ke-2 Pencapaian Tujuan Pembangunan
Milinium Bappenas.

52. Tokoh Terinspirasi Was-Was.
53. Piagam Penghargaan Anubhawa Sasana Kelurahan Menteri Hukum dan HAM.
54. Tokoh Peduli Ekonomi Kerakyatan Universitas Bung Hatta.
55. Future Gov Award 2013 DKI Jakarta Winner of the category of E-Government.
56. Rekor Dunia Pemprov DKI Kategori Parade Jenis Busana Tradisional Terbanyak.
57. Tokoh Pelestari Kebudayaan Jakarta Penghargaan dari Soekarno Center Bali Indonesia sebagai Tokoh Teladan Demokrasi Indonesia.

Jusuf Kalla atau sering dipanggil “JK” adalah figur pemimpin yang mampu bergerak cepat dalam menangani masalah. Terkenal dengan perannya yang sangat luar biasa dalam penyelesaian konflik di Indonesia. Ia punya andil besar dalam menciptakan perdamaian di Aceh, Ambon, Poso, dan Papua. Jasanya tersebut merupakan prestasi besar terutama bagi kesatuan bangsa ini. Bagaimanapun, konflik pada daerah tersebut bila tidak “dihentikan” akan merembet dan berdampak besar bagi seluruh bidang kehidupan negara ini. Terlebih bila “dibiarkan” berkepanjangan bisa menyebabkan disintegrasi bangsa sehingga bisa saja terjadi “perang saudara” berkepanjangan.

Sejak kecil JK terdidik dari keluarga yang berjiwa pengusaha. Saat masa muda yaitu tak lama setelah ia lulus

kuliah pada fakultas Ekonomi di Universitas Hasannudin, ia dipercaya mengembangkan usaha kecil yang dirintis oleh ayahnya. Di bawah kepemimpinannya perusahaan yang bergerak di bidang distributor dan eksportir hasil bumi itu melesat dengan cepat. Banyak anak perusahaan yang lahir setelah kepemimpinannya, sehingga wilayah garapannya berkembang pada bidang konstruksi dan rekayasa industri.

Pengalaman hidupnya dari masa sekolah hingga sekarang dipadati dengan berbagai kegiatan berorganisasi, menjadi pengusaha, tokoh politik di parlemen maupun pemerintahan, dan pengabdian masyarakat. Organisasi yang telah mewarnai dan membentuk karakter hidupnya adalah bergerak pada bidang pelajar, kemahasiswaan, agama, politik, ekonomi, sosial, pendidikan, kesehatan, dan kemanusiaan. Bisa dikatakan Jusuf Kalla adalah pemimpin yang hampir menguasai di segala bidang. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila ia juga pandai mengaji dan mengkaji teks keagamaan (tokoh agama), menjadi tokoh kemanusiaan, tokoh sekaligus “arsitek” ekonomi, tokoh politik, dan tokoh pendidikan.

Seperti halnya Jokowi, karakter JK “ada” seperti sekarang ini bukan dari hasil rekayasa politik. JK dikenal memiliki karakter yang mampu dan berani berkata apa adanya secara mantap-rasional, *blak-blakan* (terbuka), tegas tapi terukur dengan kondisi sekitarnya, bergerak cepat untuk menemukan solusi, dan mampu diterima semua kalangan. Karakter tersebut terbentuk karena ia mampu mengambil pengalaman perjalanan

kehidupannya semasa kecil hingga sekarang. Ia merupakan pribadi yang berani mengambil keputusan dengan tegas walaupun tidak populer. Namun ia bertanggung jawab dan konsisten dalam mengembangkan sesuatu yang telah menjadi keputusannya tersebut. Ia pun mampu meredam keresahan masyarakat atas berbagai keputusan yang telah ia ambil.

“Hal menarik dari gaya kepemimpinan Jokowi-Kalla adalah keduanya sama-sama tidak suka untuk berpidato panjang lebar. Walaupun kita akui Kalla sebenarnya lebih jago dalam berpidato di forum formal dan seremonial ketatanegaraan. Mereka lebih suka bekerja serta mengambil keputusan dengan cepat dan menyelesaikan masalah secara efektif-efisien. Tidak menunda-nunda pekerjaan untuk dipolitisasi atau menunggunya hingga mendapat reaksi keras dari masyarakat terlebih dahulu.”⁴⁵

Keduanya terbebas dari fitnah dan beban sejarah yang hitam. Karir kepemimpinan mereka dicapai benar-benar dari bawah, walaupun sama-sama bukan keturunan tokoh politik. Inilah yang mungkin membuat mereka benar-benar “orisinil” dalam berpolitik. Mereka belajar politik pertama kali dari realitas rakyat, bukan dari seorang tokoh atau pun dari orang tuanya. Oleh karena itu, menjadi keniscayaan bila melejitnya pun tidak “dibantu” oleh partai politik atau tokoh tertentu. Namun karena memang dikehendaki oleh rakyat, efek dari berbagai capaian prestasi dan kedekatan mereka terutama keterpihakan pada kalangan bawah.

⁴⁵ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

Dalam hal upaya pemberantasan korupsi sebagaimana dalam visi dan misi pencapresan, keduanya menginginkan agar Independensi dan kenetralan KPK terjaga. Tidak ada tebang pilih dan menjaga keobjektifitasan dalam pemberantasan korupsi. Memberantas korupsi hingga keakar-akarannya tanpa pandang bulu dari mana latar belakangnya, mulai dari Sabang hingga Merauke. Sesuai dari pengalaman dan karakter keduanya selama ini, semuanya akan dilakukan demi membela kepentingan rakyat kecil termasuk dalam bidang pemberantasan korupsi. Oleh karena itu, bukan suatu mustahil bila mereka akan mampu dan berkomitmen dalam pemberantasan korupsi secara konsisten yang sudah “menggila” ini.

Meski di antara mereka ada perbedaan usia, pengalaman, dan gaya kepemimpinan bukan berarti tak bisa disatukan dan saling bekerja sama. Bahkan mereka bisa saling melengkapi, saling mengisi kelemahan maupun kelebihan, dan bersinergis menjadi satu untuk tercapainya kesejahteraan rakyat. Kolaborasi mereka akan menciptakan iklim kehidupan bangsa Indonesia yang menyejukkan, membarukan, merakyatkan, mengindonesiakan, dan menyatukan.

Jokowi berhasil menjadi politikus “baru” kaliber nasional terpopuler karena gaya kepemimpinannya yang pro rakyat kecil. Sedangkan JK berpengalaman dalam dunia perpolitikan nasional dan internasional, serta sudah pernah menjalani hiruk pikuk kehidupan di “istana.” Keduanya juga mampu dan berani membuat keputusan-keputusan yang tidak

populer. Awalnya banyak dicibir tapi setelah itu kenyataannya rakyat malah lebih menikmatinya.

Kerja sama Jokowi-JK merupakan manifestasi dan aset bagi kemajuan dan kesatuan bangsa. Mereka memiliki banyak kecocokan karakter. Adapun untuk gaya kepemimpinannya satu sama lain bisa saling melengkapi dan disinergikan. Jokowi mampu menyelesaikan masalah terutama terkait dengan masyarakat kecil (hubungan horisontal), seperti pembebasan lahan, relokasi pedagang maupun rumah kumuh, dan berani menindak tegas para birokrat yang tidak memihak rakyat kecil. Sedangkan di sisi lain Jusuf Kalla bisa bekerja secara mandiri untuk mengurus bidang-bidang yang ia kuasai seperti urusan ekonomi, agama, perdamaian, kemanusiaan, hubungan secara vertikal-struktural, dan dinamika hubungan politik nasional maupun internasional.

“Pasangan Jokowi-JK dalam konteks menjadi Capres-Cawapres merupakan solusi nyata bagi masyarakat Indonesia. Khususnya bagi masyarakat yang menginginkan seorang pemimpin yang peduli, ramah, adil, bersih, berpengalaman, terbukti nyata prestasinya, dan tegas. Keduanya merupakan sosok yang dielu-elukan oleh rakyat kecil bukan karena partai yang diikutinya, ideologi apa yang ia miliki, dan dengan siapa “koalisi”nya. Namun dipilih karena memang benar-benar dari figur pribadi mereka yang berkarakter, berprestasi, sudah teruji, dan berpengalaman.”⁴⁶

c. Party

⁴⁶ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

Menurut Sigmund Neumann, Partai Politik adalah organisasi dari aktivitas politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat melalui persaingan dengan suatu golongan atau golongan lain yang memiliki pandangan berbeda. Partai Politik seyogianya juga merupakan alat untuk memobilisasi masa.

Marketing Politik adalah "*Party*". Dari perspektif manajemen operasional, *party* merupakan sebuah mesin politik dengan aneka kegiatan politik, tujuannya tidak lain dan tidak bukan adalah untuk memperoleh kekuasaan atau ikut mengendalikan kekuasaan. Untuk memperoleh dan mengendalikan kekuasaan, Partai berusaha berebut simpati para pemilih dengan menawarkan *policy* dan *person* yang diharapkan sesuai dengan aspirasi pemilih. Dengan demikian Partai juga dapat disebut sebagai organisasi yang menghasilkan produk- produk politik.

Dari perspektif *political marketing* Partai juga dapat dipandang sebagai produk politik. Pasalnya, Partai dengan berbagai atribut juga akan membentuk makna politik dalam kalangan pemilih tertentu. Banyak pemilih yang menjatuhkan pilihannya semata mata karena faktor Partai, tanpa memperhatikan apa kebijakan yang ditawarkan dengan siapa kandidat yang diajukan, hal ini terjadi saat Indonesia

menganut sistem proporsional terbuka pada pemilu legislatif tahun 2014 lalu yang mencoblos Partai dan calegnya.

Telah terbukti bahwa partai politik seyogianya merupakan alat marketing politik yang paling ampuh untuk memasarkan calon tertentu. Kita bisa melihat Koalisi Indonesia Hebat yang dimana di dalam koalisi tersebut ada banyak partai besar. Sebut saja, PDIP, NASDEM, PKB, PKPI dan HANURA. Partai-partai ini terbukti memiliki suara loyal. Ketika DPP Partai telah memutuskan untuk mendukung Pasangan Jokowi-JK, maka dari tingkat elite sampai grass root partai pasti akan mengikuti keputusan DPP. Inilah menjadi hal positif untuk pasangan nomor urut dua untuk memenangkan 2014 lalu. Kemilitanan kader kader dari partai yang ada di dalam Koalisi Indonesia Hebat sudah terbukti dilapangan untuk mengajak warga Negara memilih pasangan yang mereka dukung. Didalam Koalisi ini pun menariknya ada partai partai Islam. Partai partai Islam memiliki peran sentral untuk memenangkan Jokowi-JK meskipun tidak sebanyak partai di KMP. Karena selain membutuhkan suara kalangan nasionalis, Jokowi-JK juga membutuhkan suara dari kalangan Islam, mengingat Indonesia adalah bermayoritas muslim. Di Jogjakarta PDIP sebagai partai pemenang Pemilu Legislatif tentu adalah modal yang sangat besar, modal ini akan sangat menyokong faktor lainnya atau modal lain seperti kepupuleran sosok Jokowi. Namun keperkasaan PDIP di Jogja bukan berarti tidak membutuhkan kontribusi Partai

lainnya yang dberada di KIH mengingat segmen pemilih Kota Yogyakarta yang beragam tentu memerlukan sumbangan ide serta strategi yang beragam pula. Karena itu Koalisi partai pengusung Jokowi-JK Koalisi Indonesia Hebat, merupakan suatu modal politik bagi pasangan ini untuk maju dalam Pilpres 2014.

3. *Penyampaian Produk Politik Pasangan Jokowi-JK*

Dalam menyampaikan produk politik kepada masyarakat, banyak cara yang digunakan oleh partai politik ataupun kandidat dalam menarik simpatik masyarakat. Begitu pula halnya yang dilakukan oleh pasangan Prabowo Hatta dalam Pilpres 2014.

Berikut penyampaian produk politik yang dilakukan oleh pasangan Jokowi-JK :

1). *Push Marketing Pasangan Jokowi-JK*

Dalam push marketing, pendekatan dalam menyampaikan produk politik, suatu partai ataupun kandidat dilakukan secara langsung dengan kata lain dilakukan dengan bertemu atau bertatap muka secara langsung kepada pemilih. Dalam strategi ini partai politik atau kandidat berupaya untuk mendapatkan dukungan melalui stimulant yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat perlu mendapatkan dorongan dan energi untuk pergi kebilik suara dan

mencoblos kandidat bersangkutan, selain itu juga perlu mempersiapkan dengan sebaik mungkin alasan-alasan yang rasional dan emosional kepada masyarakat dalam hal ini merupakan pemilih agar dapat memotivasi pemilih untuk tergerak dan bersedia mendukung kandidat tersebut. Maka dari itu untuk meyakinkan pemilih maka perlunya interaksi secara langsung antara kandidat dan masyarakat agar masyarakat dapat benar-benar mengenal pasangan calon yang akan dipilih nantinya.

Dalam kampanye yang dilakukan pasangan Jokowi-JK kepada pemilih adapun pendekatan push marketing dilakukan dengan menggunakan metode tatap muka secara langsung dan melakukan dialog kepada masyarakat Yogyakarta secara langsung. Adapun kegiatan yang dilakukan tim sukses pasangan Prabowo-Hatta adalah sebagai berikut.

Photo 3.11
Jokowi bersama pendukungnya di Malioboro



Pada kampanye yang dilakukan pasangan Jokowi-JK pada tanggal, di Alun-alun Utara (*alun-alun Lor*) yang diawali dengan kirab budaya yang mengesankan bahwa Jokowi-JK peduli dan tahu mengenai Jogja sebagai Kota Budaya, kemudian Pasangan Jokowi-JK dan tim sukses berjalan kaki dari jalan malioboro menuju ke Alun-alun utara kota jogja , sambil berdialog dengan pedagang kaki lima jokowi yang mengenakan kemeja kotak-kotak berjanji akan membela nasib kaum kecil jika terpilih menjadi Presiden dengan mewujudkan ajaran Trisakti Bung Karno, turut hadir dalam acara itu yakni Anies Baswedan yang menjadi juru bicara tim Jokowi-JK , Anies berpesan kepada seluruh relawan pendukung Jokowi-JK untuk menjaga perilaku simpatik terhadap publik.

"Di saudara ada foto Jokowi-JK Karena itu, berperilakulah seperti mereka. Ingat juga ya, Jokowi-JK

*adalah kita,"*⁴⁷

Pernyataan tersebut dilontarkannya menyusul semakin banyaknya kelompok relawan Jokowi-JK yang mendeklarasikan diri di Yogyakarta, tanpa dikomandoi oleh internal partai atau tim kampanye. Kelompok-kelompok relawan itu murni dari masyarakat.

*"Ingat ya, relawan ini tidak dibayar dan bukan bayaran. Tidak dibayar bukan karena tidak punya harga, justru karena relawan tak ternilai harganya,"*⁴⁸

Anies pun menyanjung berdirinya kelompok-kelompok relawan tersebut. Di dalam alam demokrasi, bentuk partisipatif semacam itu memang sangat dibutuhkan. Anies berharap pola serupa terjadi jika Jokowi terpilih menjadi presiden, yakni partisipasi atas pembangunan. Setelah berkampanye Pasangan Jokowi-JK kemudian bertemu Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Sri Sultan Hamengkubuwono ke X di Keraton.

Photo 3.12
Kirab Budaya Gaya Khas Kampanye Jokowi-JK



47

<http://nasional.kompas.com/read/2014/06/03/1214188/pesan.anies.baswedan.kepada.relawan.jokowi-jk>, diakses pada tanggal 20 april 2015, pukul 20.00wib.

⁴⁸ Ibid

Photo 3.13
Relawan Jokowi-JK



Photo 3.14
Panggung Hiburan Kampanye Jokowi



Photo 3.15
Usai Kampanye Jokowi-JK bertemu Sri Sultan HB X di Keraton



2). Pass Marketing Pasangan Jokowi-JK

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan individu maupun influencer groups (kelompok berpengaruh) yang tentunya memiliki daya tarik yaitu citra yang positif yang selama ini telah dikenal oleh masyarakat sebagai seseorang yang cukup berpengaruh dimasyarakat dan nantinya dapat pula mempengaruhi opini publik. Dengan menggunakan strategi penyampaian produk politik pass marketing, sukses tidaknya penggalangan massa akan sangat ditentukan oleh pemilihan para influencer. Semakin tepat influencer yang dipilih, efek yang diraih pun menjadi semakin besar dalam mempengaruhi pendapat keyakinan dan pikiran publik.⁴⁹

Dalam menyampaikan produk politiknya, pasangan Jokowi-JK juga menggunakan individu atau kelompok influencer, hal ini dilakukan tidak lain adalah untuk mempengaruhi publik melalui individu ataupun kelompok yang berpengaruh dimasyarakat.

Banyak tokoh yang mendukung Jokowi-JK dari kalangan Ekonom, Pemikir, Akademisi Pengusaha, Budayawan Tokoh Agama, dan seniman dan lain sebagainya. Dikalangan Akademisi nama Anies Baswedan tentu bukan lagi nama yang asing ditelinga kita, mengingat Anies merupakan Tokoh Intelektual muda dengan berbagai gebrakan. Rektor Universitas Paramadina ini, yang juga merupakan pencetus gagasan Indonesia Mengajar mempunyai kontribusi nyata dalam memajukan dunia pendidikan. Namanya sempat dicantumkan oleh salah satu majalah terkenal diluar negeri sebagai salah satu dari 100 tokoh muda paling berpengaruh didunia. Keputusannya untuk terjun ke dunia politik nasional dimulai ketika ia mengikuti capres konvensi Partai Demokrat, bersama relawan turun tangan ia memulai perjalanannya, hingga akhirnya ia memutuskan untuk memilih untuk mendukung Jokowi-JK sebagai Capres dan Cawapres.

“Bukankah selama ini kita selalu mengatakan, jangan hanya

⁴⁹ Firmansyah. *Marketing Politik Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. 2007. Hal 218

urun angan, jangan diam dan mendingkan; kita harus siap untuk terlibat dan membantu. Haruskah saya diam agar aman? Saya pribadi tidak mau pilih diam dan mendingkan. Pilihan saya bisa jadi berbeda dengan orang lain, tapi saya tidak akan pernah memaksakan pilihan dan tetap akan menghargai orang lain”

Pemilihan presiden bukan arena mencari orang sempurna, tetapi adalah penentuan pada siapa otoritas negeri ini akan ditiptkan. Di Indonesia ada banyak pemimpin.

“Kita bisa memilih pemimpin kapan saja tapi pergantian pemegang otoritas negeri ini hanya berlangsung sekali dalam 5 tahun. Pertanyaan yang harus kita jawab adalah pada pemimpin yang mana otoritas itu akan diberikan? Otoritas untuk mengatasnamakan kita selama 5 tahun ke depan, untuk mengelola uang pajak kita, untuk menentukan arah perjalanan pemerintahan dan sebagainya”.

Menurut Anies kita sebagai warga negara yang baik tidak boleh diam dan mendingkan diri, orang baik yang lain akan kalah orlah orang jahat apabila kita sebagai orang yang baik tidak peduli dan mendingkannya. Bagi Anies Baswedan Indonesia butuh pemimpin yang baru, sosok yang bersih dan jujur, bukan pemain lama yang penuh dengan masalah, Jokowi-JK rekam jeaknya sangat jelas masyarakat bisa melihat kalau merekalah yang betul-betul pantas memimpin negeri ini.

“Di sinilah kemudian saya merasa pasangan Jokowi-JK lebih sesuai. Mereka berdua tidak sepenuhnya kombinasi kebaruan karena Jusuf Kalla adalah tokoh senior, pernah jadi Wakil Presiden. Tapi potensi memunculkan kebaruan dan terobosan dari pasangan Jokowi-JK ini terlihat lebih besar. Ada lebih besar harapan bahwa pasangan ini bisa menjalankan misi yang disebut diatas secara lebih optimal. Dengan latar belakang misi yang selama ini kita jalankan maka saya menyatakan bersedia untuk membantu pasangan Jokowi-JK. “

Selain Akedimisi ada juga birokrat seperti Dahlan Iskan, menteri BUMN dan juga mantan Dirut PLN, Dahlan Iskan juga salah satu peserta Konvensi Partai Demokrat. Dahlan juga populer di beberapa survey ia merupakan calon alternatif selain Jokowi. Dahlan dikenal karena kesuksesan kinerjanya karakternya hamper sama dengan Jokowi yakni pekerja keras, sederhana, penuh gebrakan dan santun, beberapa kali ia

tertangkap media melakukan berbagai macam gebrakan, misalnya saat ia membuka pintu TOL dan memarkir mobil di bandara, saat mendukung Jokowi Dahlan mengaku tak ada calon yang lebih baik selain Jokowi.

"Semua calon Presiden dan yang ingin menjadi Presiden harus berpikir ulang untuk maju, karena ada fenomena baru bahwa Jokowi akan menjadi calon Presiden dari Ibu Mega".

Budayawan dan Seniman juga tak kalah penting, nama-nama beken seperti Arswendo, Butet Kertarajasa, dan Band Rock terkenal Indonesia seperti SLANK dan beberapa artis lainnya tentu sangat membantu pasangan Jokowi-JK dalam memenangkan Pilpres 2014. Dalam setiap kampanye misalnya tagline Jokowi match atau serasi dengan jargon band slank yakni salam dua jari Jokowi dan Peacena Slank, hal ini membuat para pengikut atau penggemar band Slank yang notabene adalah anak muda memilih pasangan Jokowi-JK.

Di tataran Jogja sambutan hangat Sri Sultan HB ke X saat menerima kedatangan Jokowi usai kampanye seolah memberikan angin segar. Meski tidak langsung diucapkan namun hal ini tentu akan berdampak positif terhadap perolehan suara pada Pilpres 2014.

Photo 3.16
Jokowi bersama tim sukses bertemu Sri Sultan HB X



3). Pull Marketing pasangan Jokowi-JK

Bagi pasangan Jokowi-JK, penggunaan media massa dirasa sangat penting bagi pasangan ini dalam menyampaikan produk politiknya kepada masyarakat ataupun upaya untuk pencitraan dimasyarakat.

“Pasar politik itu sangat luas sekali, maka untuk menjual produk politik harus menggunakan media yang bisa menjangkau masyarakat secara luas.”⁵⁰

Mengamati penggunaan media untuk iklan politik Jokowi-JK terlihat bahwa dia ingin menjangkau seluruh audiens sasaran walaupun audiens yang dituju tidak memiliki hak suara dalam pemilu.

Pemilihan media dan sarana guna mendukung kampanye politik Jokowi-JK , berbagai media digunakan secara maksimal oleh tim suksesnya berikut adalah media-media tersebut :

Tujuan iklan politik Jokowi-JK lebih kepada pembangunan citra Jokowi-JK dimata publik secara umum. Sedangkan populeritas Jokowi tidak diragukan lagi karena kepopuleran Jokowi di masyarakat dimulai sejak menjadi Gubernur DKI Jakarta. Citra yang dibangun oleh Jokowi adalah pemimpin yang suka bekerja keras, sederhana, santun dan dekat dengan rakyat kecil. Hal ini

⁵⁰ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

tercermin dari beberapa media yang dipakai Jokowi untuk suksesi kemenangannya, misalnya baliho dibawah ini :

Photo 3.17
Salah satu baliho Jokowi-JK



Strategi pesan dalam iklan Jokowi-JK, penulis membaginya menjadi dua strategi, yakni strategi komunikasi dan strategi visual. Strategi komunikasi Jokowi dalam iklan politiknya sangat berbeda dari pesaingnya. Jika pada waktu kampanye Jokowi sebagai calon Gubernur DKI, acapkali menggunakan kemeja kotak-kotak dalam setiap kampanyenya yang menandakan bahwa Jokowi adalah sosok yang dekat dengan masyarakat, karena kemeja kotak-kotak sering diasosiasikan dengan pekerja keras, anti kemewahan, dan hal ini berhasil membantu pembangunan image

politik Jokowi yang membuatnya berhasil menjadi Gubernur DKI, sementara dalam Kampanye Pilpres Jokowi sering menggunakan kemeja putih, kadang kotak-kotak, hal ini mencoba merepresentasikan konsep persatuan bangsa dan Pancasila relevan dengan tagline yang digunakan yakni “*Jokowi-JK adalah kita*” apapun agamanya, pekerjaannya, jenis kelamin dan status sosialnya selama ia masih merupakan warga Negara Indonesia maka ia berhak mendapatkan apa yang dijanjikan oleh kemerdekaan yang termaktub dalam Pancasila dan UUD 1945. Bagi kalangan muda Jokowi juga sering diberitakan menyukai musik metal, Jokowi sering menghadiri konser-konser musik metal misalnya ketika ia menghadiri konser Band Luar *Gun n Roses*, atau ketika ia diberikan gitar bass oleh bassis band metal terkenal Metallica, semuanya selalu menggemparkan media tak hanya itu bass itu kemudian diberikan Jokowi kepada KPK karena baginya itu merupakan gratifikasi. Bagi sebagian kalangan musik metal adalah musik keras, di Indonesia sendiri musik metal tidak mempunyai banyak penggemar, namun melalui ini Jokowi mencitrakan bahwa selera dalam bermusik bisa sibilang “*anti mainstream*” secara tidak langsung ingin dikesankan bahwa Jokowi merangkul semua kalangan, tanpa memandang mayoritas dan minoritas.

Photo 3.18
Jokowi memamerkan Bass yang diberikan oleh Bassis Metallica



Bagi rakyat kecil, seringnya Jokowi mendatangi mereka dengan blusukan membuat masyarakat terkesan Jokowi adalah pemimpin yang tidak eksklusif, anti kemapanan dan kenyamanan artinya Jokowi mampu merasakan apa yang dirasakan oleh masyarakat yang selama ini jarang diperhatikan pemerintah dengan turun dan berada langsung ditengah mereka, di beberapa kesempatan Jokowi sering blusukan bahkan masuk got kotor tanpa merasa jijik.

Photo 3.19
Jokowi memasuki gorong-gorong saat sedang blusukan



“Blusukan membuat pemimpin menjadi dekat dengan rakyat, dengan turun langsung kelapangan, membuat pemimpin memahami apa yang dirasakan rakyat, apa yang dibutuhkan rakyat, untuk kemudian menjadi catatan mereka sebagai pemimpin untuk kemudian dibuatkan program yang tepat dan pas”

Jokowi juga sering di identikkan dan dimirip-miripkan dengan Bung Karno, dari pencalonannya Megawati Soekarno Putri sebagai Ketua Umum PDIP menyatakan bahwa:

*"Kenapa Jokowi jadi capres? Tidak semua capres harus dari ketua umum partai, tapi itu sudah takdirnya, seperti Bung Karno, ratusan tahun Indonesia dijajah tapi tidak ada yg bisa menyatukan masyarakat sehingga muncul pemimpin sejati Bung Karno,"*⁵¹

Photo3.20

Salah satu photo Jokowi yang beredar di internet



Selain strategi komunikasi, strategi visual dalam iklan politik Jokowi-JK pun sangat berbeda dengan kandidat lain, misalnya pada Baliho inovasi dari tim kreatif Jokowi-JK yang membuat gebrakan dengan mencatumkan photo Jokowi *Full Body* dari kepala sampai kaki. Diatas Photo tertulis” Pejabat Foya-foya Rakyat Menderita”dilandjutkan dengan “Jokowi Presiden pilihan rakyat, jujur, merakyat sederhana, dibawah tulisan terpampang

⁵¹ Surat kabar : Republika Edisi Senin 31Maret 2014

photo Jokowi dengan pakaian sederhananya lengkap dengan harga dari masing-masing item pakaiannya berikut adalah baliho tersebut

Photo3.21
Salah satu baliho Jokowi



E. Perbandingan Strategi Marketing Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK

1. Strategi Pemasaran Politik

Meskipun secara keseluruhan strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Prabowo-Hatta sudah cukup baik dan maksimal, namun tentu saja belum pada tahap sempurna, hal itu pula yang cukup disadari oleh Prabowo-Hatta dan tim sukses pasangan ini. Prabowo-Hatta yang merupakan sosok lama dalam dunia politik tanah air cukup menyadari bahwa citranya di mata publik sudah buruk karena beberapa kasus yang dituduhkan kepada pasangan ini oleh lawan politik mereka, sehingga perlu kerja keras agar masyarakat bisa menerima mereka dengan tidak hanya melihat mereka dari sisi negatifnya saja.

Sedangkan Jokowi yang terbilang sosok baru memulai karier politiknya dari bawah dengan mengukir segenap prestasi, kebaruan Jokowi dilevel atas membuat masyarakat mempunyai preferensi yang terbatas terhadap sosok Jokowi sehingga yang dilihat hanya sisi-sisi positif yang diekspose oleh media pendukungnya.

Meskipun kampanye Prabowo-Hatta dilakukan sebelum momen Pilpres digelar namun pada kenyataannya hingga Pilpres akan digelar pun tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pasangan ini tidak meningkat terlalu signifikan. Hal tersebut memang wajar adanya mengingat bahwa luasnya daerah Indonesia yang terdiri dari beberapa pulau tentu tidak sebanding dengan momen kampanye Pilpres yang cuma 1 bulan, selain iklim politik tanah air yang tidak stabil propaganda media juga sangat menentukan. Sementara Jokowi yang merupakan sosok baru disandingkan dengan Jusuf Kalla yang merupakan pemain lama yang identik dengan terobosan baru karena mempunyai rekam jejak yang positif maka membuat media pendukung pasangan ini sedikit lebih mudah dalam mempromosikan mereka.

Penyampaian produk politik pass marketing juga merupakan faktor kalahnya pasangan Prabowo-Hatta, dimana pada strategi ini pasangan Prabowo-Hatta tidak mampu menarik individu maupun kelompok berpengaruh, sebagai "alat" untuk memengaruhi opini publik. Meskipun pada setiap kampanyenya pasangan ini menggunakan

tokoh-tokoh yang cukup dikenal seperti Amien Rais, Rhoma Irama, Ahmad Dhani, Abu Rizal Bakrie, dan Mahfud MD namun sebagian besar tokoh yang mendukung Prabowo-Hatta merupakan pemain lama yang rekam jejaknya juga sudah diketahui publik baik itu dari sisi positif maupun negatifnya contohnya sisi negatif Aburizal Bakrie dengan kasus lumpur lapindo nya. Hal yang sangat berbeda ditunjukkan oleh pasangan Jokowi-JK yang didukung oleh tokoh-tokoh yang berprestasi dan bersih seperti Dahlan Iskan dan Anies Baswedan sehingga sangat pas ungkapan Anies “orang baik memilih orang baik” hal ini memposisikan Jokowi adalah orang baik atau mengangkat citra Jokowi karena Anies sendiri merupakan orang baik, sekaligus menjatuhkan atau menyerang kubu lawan (jahat) dan kenyataan ini juga susah di tepis oleh kubu lawan mengingat banyaknya orang yang bermasalah di kubu lawan politik mereka, sebut saja Surya Dharma Ali yang mendukung Prabowo-Hatta mantan menteri agama yang tersangkut kasus korupsi. Pada tataran Yogyakarta pasangan Prabowo-Hatta tidak memaksimalkan membangun kedekatan dengan keraton, Jokowi dan tim suksesnya yang faham medan membangun kedekatan dengan keraton dalam hal ini Sri Sultan Hamengku Buwono X, sambutan hangat sultan saat menjamu Jokowi saat kampanye memberikan sinyal positif bagi pasangan ini, kubu Jokowi faham betul bahwa Kota Yogyakarta merupakan daerah yang dikenal karena ke

istimewaannya dimana gubernur DIY adalah seorang raja, hal inilah yang kemudian membuat Yogyakarta berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia.

Dari segi positioning, kelemahan pasangan Prabowo-Hatta adalah bahwa pasangan ini kurang cermat dalam memahami pesaingnya (kandidat lain). Pasangan ini seringkali mengkritik kesalahan-kesalahan pemerintahan SBY, padahal saingan atau lawan mereka dalam Pilpres adalah pasangan Jokowi-JK. Misalnya tentang tagline pasangan ini yang berbunyi” Indonesia bangkit” apabila masyarakat awam melihat tagline ini secara sekilas yang terfikir dalam benak mereka tentu Indonesia dibawah pemerintahan SBY tertidur atau terkapar, berbeda dengan Jokowi yang mengapresiasi pemerintahan SBY dengan menggunakan tagline “Indonesia Hebat”.

Gaya berbahasa Prabowo yang mirip Pak Harto(kata “an”menjadi “en”) dan bicaranya yang berapi-api terkesan galak dan kejam, membuatnya menjadi semakin di identikkan dengan kesalahan dan dosa-dosa rezim orde baru, berbeda dengan Jokowi yang berbicara sopan dan santun pas dengan mimik mukanya yang lugu. Prabowo juga sering terlihat eksklusif saat berkampanye, sering menggunakan helikopter dan mobil-mobil mewah, gaya Jokowi yang sederhana tentu akan mudah merebut hati pemilih di segmen petani, pedagang, nelayan dan buruh ketimbang Prabowo. Peran media memang dirasa penting

bagi kedua kandidat, luasnya pasar politik dan singkatnya momen kampanye pilpres membuat kedua kandidat harus mempersiapkan strategi yang matang dalam penggunaan media.

Meskipun di Koalisi Merah Putih terdapat beberapa bos media yang mendukung Prabowo-Hatta namun sekali lagi pemilih sudah mempunyai pertimbangan sendiri terhadap rekam jejak mereka, sehingga pembentukan opini publik yang mempromosikan pasangan Prabowo-Hatta cukup sulit. Sedangkan figur Jokowi yang baru, rekam jejaknya positif dan bersih membuat pekerjaan media pendukungnya menjadi lebih mudah karena figur Jokowi yang sudah dikenal dengan gebrakan positif dan prestasi yang ia ukir. Selain itu penggunaan media sosial oleh kubu Prabowo-Hatta masih belum maksimal, sangat berbeda dengan Jokowi yang sangat Populer di media sosial ini.

2. Figur Bung Karno sebagai Komoditas Politik

Dapat kita lihat di kedua capres mereka memakai Figur Bung Karno sebagai komoditas politiknya. Pasangan Prabowo-Hatta menggunakan Figur Bung Karno pada positioning politiknya, gaya Prabowo yang ber api-api dalam berpidato, penggunaan mikropohone vintage yang sering digunakan Bung Karno, juga repetisi kata-kata kah

retorika Bung Karno, dan hal ini dibenarkan Amien Rais yang menyatakan bahwa ;

"Saya bukan tukang baca wajah manusia, tapi Pak Prabowo ini dari samping seperti Bung Karno,"⁵²

Pernyataan Amien ini dipertegas dengan pesan-pesan Prabowo ketika berpidato yang sering menyuarakan dirinya anti terhadap asing, sebagaimana pernyataan Bung Karno terhadap amerika “ Go to hell with your aid” Prabowo merasa Indonesia adalah negara yang kaya karena memiliki sumber daya alam yang berlimpah ruah, namun Prabowo prihatin terhadap kondisi Indonesia yang merupakan negara agraris namun hingga kini masih saja Indonesia mengimpor beras dan bahan pangan lainnya yang mengindikasikan bahwa Indonesia butuh pemimpin yang mampu membuat Indonesia kemabali berdaulat dan disegani oleh negara negara lain sebagaimana di jaman pemerintahan Bung Karno , Prabowo ingin membuat Indonesia kembali menjadi macan Asia. Harus diakui memang karakter Prabowo tidak dibuat-buat (kosmetik) dan dalam beberapa hal ia memang mirip dengan Bung Karno. Sikap keras kepala misalnya Prabowo dan Bung Karno sama-sama orang yang keras kepala dan teguh pendirian, hal ini bisa kita lihat dari ikhtiar Prabowo untuk ikut seta dalam urusan memajukan bangsa, tahun 2009 ia mencalonkan diri menjadi Wakil Presiden bersama Megawati, dan 2014 bersama Hatta Rajasa ia mencalonkan diri menjadi

⁵² <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/05/19/amien-rais-sebut-prabowo-mirip-bung-karno>, diaskes pada tanggal 20 april 2015, pukul 14.00 wib.

Presiden, meskipun berbagai kalangan mencibirnya dengan berbagai isu negatif, namun sedikitpun nyali Prabowo tidak pernah ciut, sekali kaki melangkah kedepan pantang surut mundur kebelakang meskipun ia juga juga dicibir haus kekuasaan. Ia tidak tampil hanya menjelang momen Pemilu saja keseharian Prabowo sebagai Ketua Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI) membuatnya mengerti persoalan apa saja yang harus di atasi terkait dunia pertanian, dan hal ini menunjukkan iklan politiknya tentang Nelayan, Buruh, dan Petani bukan hanya pencitraan semata. Meski jarang sekali diliput media Prabowo tetap berjuang untuk kerukunan Petani, Nelayan, Buruh, pedagang dan kaum kecil. Prabowo orang yang percaya diri berangkat dari keyakinan bahwa ia adalah orang yang tegas, berani dan kesatria, maka jika Indonesia mau mengembalikan kejayaannya seperti pada masa Bung Karno menurut Prabowo Indonesia harus dipimpin oleh orang yang seperti dirinya.

“Pak Prabowo orangnya tegas dan disiplin mas, saya pernah beberapa kali ketemu dengan beliau, saat acara resmi ia memang formal dan kaku, namun beliau juga humoris, Pak Prabowo tidak seperti yang dibayangkan orang-orang atau yang sering diberitakan di media-media”⁵³

Terkait menggunakan Figur Bung Karno sebagai komoditas Politik Ririk Banowati menyatakan

“kita sama- sama tahu sosok negarawan seperti Bung Karno, ide dan gagasannya terhadap bangsa ini sangat

⁵³ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

*bagus, pak Prabowo sebagai orang yang peduli terhadap bangsa dan tanah air tentu juga akan menyukai dan mendukung apa yang baik bagi perkembangan bangsa ini kedepan, pun misalnya pak Prabowo dalam iklannya peduli dengan kaum tani, nelayan, pedagang, dan buruh dan ketika beliau sering bilang anti asing hal itu betul betul ia yakini dan sudah ia lakukan tidak hanya pencitraan di iklan*⁵⁴

Di lain pihak pasangan Jokowi-JK bisa dikatakan paling banyak menggunakan figur Bung Karno sebagai komoditas politiknya. Dalam setiap ruang pada strategi mereka untuk memenangkan Jokowi-JK selalu menggunakan figur Bung Karno, Bahkan sejak awal Jokowi menyatakan kesiapannya sebagai capres dari PDIP, setelah melalui serangkaian proses panjang. Saat itu Jokowi yang masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta berziarah ke makam Bung Karno bersama Megawati, menjelang momen Pilpres akhirnya Megawati mengumumkan bahwa Jokowi menjadi calon presiden dari PDIP karena sosoknya dipercaya oleh Bung Karno hal ini diketahui Mega melalui wangsit yang diberikan ayahnya melalui mimpi, menjadi capres yang diusung PDIP Jokowi selalu di identikan dengan Bung Karno terutama media sosial, misalnya photo Jokowi dan Bung Karno yang di gandengkan saat memakai sepatu photo ini di edit oleh salah satu pendukung Jokowi.

⁵⁴ Wawancara dengan Ririk Banowati selaku Bendahara tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 20 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

Photo 3.22

Salah satu photo editan Tim sukses Jokowi



Dari sisi strategi, Visi, misi, dan program kerja Jokowi yang didaftarkan ke KPU di ilhami dari ajaran Trisakti Bung Karno, tim sukses Jokowi-JK beranggapan bahwa Bung Karno adalah sosok negarawan sejati dengan berbagai sumbangan dan dedikasinya terhadap bangsa dan tanah air ini, termasuk sumbangan ide dan gagasan. Pancasila dan Trisakti merupakan buah dari pemikiran Bung Karno yang menandakan bahwa Bung Karno merupakan pemimpin yang melampaui zamannya.

“Bung Karno tokoh yang sangat berjasa untuk republik ini, beliau sosok negarawan sejati dengan berbagai kelebihan, sumbangan ide dan gagasannya merupakan bukti bahwa ia juga merupakan pemikir yang handal, dan gagasannya itu masih relevan dengan kondisi kekinian”⁵⁵

⁵⁵ wawancara Danang Rudyatmoko Sekretaris Tim Kampanye Jokowi-JK, Tgl 20 Juni 2015 Di Kantor DPRD Kota Yogyakarta

Janji Reformasi adalah Indonesia baru yang lebih demokratis, sejahtera, berkeadilan, dan bermartabat. Namun kenyataannya 16 tahun setelahnya jalan pemenuhan janji-janji itu tampak semakin terjal dan penuh dengan ketidakpastian. Selama 16 tahun itu pula Indonesia terbelenggu dalam transisi yang berkepanjangan. Menurut pasangan Jokowi-JK ada tiga problem pokok bangsa yakni merosotnya kewibawaan negara, melemahnya sendi-sendi perekonomian nasional, dan merebaknya krisis intoleransi kepribadian bangsa. Merosotnya kewibawaan negara terjadi ketika negara tidak mampu memberikan rasa aman terhadap warga negaranya. Lemahnya sendi perekonomian bangsa terlihat dari belum terselesaikannya persoalan kemiskinan, kesenjangan sosial dan kesenjangan wilayah. Sementara Politik penyeragaman telah mengikis karakter bangsa Indonesia sebagai bangsa pejuang, memudarkan solidaritas dan gotong royong, serta meminggirkan kebudayaan lokal hal ini membuat merebaknya krisis intoleransi dan krisis kepribadian bangsa dan merobek tenun tenung bangsa ini. Jalan perubahan bagi Jokowi-Jk adalah jalan ideologis, bangsa ini mampu bertahan dalam deraan gelombang sejarah apabila dipandu oleh suatu ideology, sebagai penuntun, penggerak, dan penentu perjuangan ideologi yang dimaksud adalah Pancasila 1 juni dan Trisakti.

“Keadaan Indonesia saat ini relevan dengan konsep-konsep kenegaraan Bung Karno, baik dari segi kesejahteraan masyarakat, kemandirian ekonomi, dan membentuk bangsa

yang adil dan makmur sesuai apa yang dicita-citakan dan sudah tertera dalam pembukaan UUD 1945”⁵⁶

Pada kenyataannya PDIP sebagai partai pengusung pasangan Jokowi-JK dengan segelumit sejarah perjalanan panjangnya hampir tak bisa dipisahkan dari figur Bung Karno. Partai berlogo banteng ini dalam setiap kampanyenya baik dari pemilihan umum tingkat bawah (Pemilukada) sampai pada tataran atas (Pilpres) selalu menggunakan figur Bung Karno dalam alat peraga kampanye maupun program-program yang ditawarkan. Megawati yang merupakan ketua umum dan anak biologis dari Bung Karno merupakan salah satu faktor yang sedikit bisa menjawab ada apa diantara PDIP dan bung karno kedekatan ini membuat Megawati faham betul apa yang di inginkan oleh Bung Karno terhadap Republik ini.

“Ketua umum kami Bu Mega merupakan anak biologis dari bung karno, yang kedua sebagian besar kader-kader PDI Perjuangan murni kader-kader yang paling tidak mempunyai benang merah dengan Partai Nasional Indonesia, sehingga dari segi ideologi PDIP bisa dikatakan meneruskan apa yang pernah diperjuangkan oleh Bung Karno,”⁵⁷

Sejalan dengan cita-cita luhur untuk membangun dan mewujudkan Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil, dan makmur serta berkeadaban dan berketuhanan, PDIP memandang jalan untuk mewujudkannya adalah dengan kembali kepada ajaran Bung Karno.

⁵⁶ Wawancara dengan Danang Rudyatmoko selaku Sekretaris tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 7 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

⁵⁷ Wawancara dengan Danang Rudyatmoko selaku Sekretaris tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 7 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

“Sampai saat ini PDIP sesuai namanya masih terus berjuang untuk mewujudkan apa yang pernah dicita-citakan oleh Bung Karno ketika membangun bangsa ini, membuat negara demokratis misalnya, kami memahami Bung Karno sebagai orang yang turut serta dalam perjuangan kemerdekaan faham betul bagaimana cara mewujudkan negara yang demokratis itu dan konsep yang ia tawarkan salah satunya dengan berdikari, negara harus mandiri, dan tentang Bung Karno sudah sangat jelas tertera di AD/ART Partai misalny dalam fungsi PDIP ssebagai partai politik,kami memberikan pendidikan politik denagan tujuan menerapkan ajaran Bung Karno, contoh lainnya setiap bulan Juni setiap stakeholder PDIP di seluruh Indonesia pasti mengadakan kegiatan-kegiatan seperti diskusi dan lain sebagainya untuk memperingati bulan Bung Karno”⁵⁸

Sejarah kelam bangsa Indonesia dibawah rezim orde baru membuat bangsa ini bergejolak, menyebabkan meledaknya Reformasi tahun 1998, PDIP sebagai Partai yang ikut merasakan getirnya berada dibawah rezim orde baru tentu sangat memahami kalau Indonesia dibawah rezim pemerintahan Bung Karno jauh lebih baik karena rezim Orde Baru telah gagal mewujudkan amanat kemerdekaan, Memang Bung Karno bak nafas didalam jiwa PDIP, setiap ruang geraknya sebagai partai selalu di iringi oleh bayang-bayang Bung Karno. Fungsi pendidikan politik misalnya, PDIP menyelipkan ajaran Bung Karno dalam setiap pendidikan politiknya, ini dilakukan untuk mewujudkan cita-cita kemerdekaan yakni membangun dan mewujudkan Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil, dan makmur serta berkeadaban dan berketuhanan.

“Yang namanya cita-cita akan tetap hidup di hati rakyat Indonesia, sekarang ini eranya membangkitkan kembali, dan motornya adalah PDIP, meskipun rezim orde baru

⁵⁸ Wawancara dengan Danang Rudyatmoko selaku Sekretaris tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 7 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

mencoba untuk melenyapkan figur Bung Karno dengan Desoekarnoisasi pada waktu itu, namun sejarah membuktikan Indonesia dibawah rezim Bung Karno jauh lebih baik”⁵⁹

Sikap Optimisme PDIP sebagai salah satu partai politik yang ikut membuka pintu gerbang Reformasi, membuat PDIP merasa bertanggung jawab terhadap apa yang pernah dijanjikan Reformasi. Maka dengan turut serta dalam proses ber Negara dengan menjadi bagian pada kontestasi Pemilihan Umum merupakan salah satu jalan mewujudkan cita-cita Bung Karno terhadap bangsa dan tanah air ini. Berangkat dari rasa tanggung jawab inilah PDIP tidak pernah mempermasalahkan menang atau kalah, saat kalah PDIP siap menjadi oposisi dan mengawal jalannya pemerintahan misalnya pada rezim pemerintahan SBY 2004-2014, sikap konsisten PDIP inilah yang menarik simpati masyarakat sehingga pada Pemilu 2014 perolehan suara PDIP berada di urutan teratas, dan pada Pilpres 2014 kandidat yang mereka usung bersama Koalisi Indonesia Hebat yakni pasangan Jokowi-JK berhasil memenangkan Pemilu Presiden.

Bung Karno memang tokoh masa lalu yang peran peran positifnya telah banyak terdistorsi oleh bermacam-macam proses. Namun, kondisi sosial-politik selalu berubah secara dinamis dan pada suatu masa, ide identitas, dan figur bung Karno dapat relevan kembali dengan

⁵⁹ Wawancara dengan Danang Rudyatmoko selaku Sekretaris tim Kampanye pasangan Prabowo-Hatta di Kantor DPRD Kota Yogyakarta pada tanggal 7 Juni 2014 Pukul 10.12 Wib.

fenomena hari ini. Inilah yang terjadi pada iklim demokrasi di pilpres 2014. Kekecewaan-kekecewaan masyarakat terhadap kesejahteraan sosial yang belum juga mencapai tahap adil dan merata seperti yang dijanjikan oleh kemerdekaan, membuat Partai Politik berlomba-lomba untuk mencari formula yang mampu untuk merebut simpati masyarakat. Hingga Figur negarawan seperti Bung Karno pun di eksploitasi dengan memanfaatkan simbol-simbolnya sebagai perangkat penggalangan massa. Figur Bung Karno sebagai pemimpin yang populis dan altruis, dan menggunakan retorika-retorika masa lalu Bung Karno. Dalam kampanye Pemilu 2014 PDIP sebagai partai pengusung kandidat capres Jokowi-JK selalu mengidentifikasikan diri dengan partainya *wong cilik*, dan Bung Karno dikenal sebagai pemimpin yang sangat mencintai *wong cilik*. hingga sebagai partai pemenang pemilu, dalam menetapkan Figur calon presiden yang mereka usungpun harus merepresentasikan sosok kedekatan dengan *wong cilik* ini. Dalam hal ini sosok Jokowi sangat tepat bagi PDIP untuk mengisi posisi tersebut. Dari sinilah preferensi terhadap PDIP terbangun, dan terbukti efektivitasnya untuk menarik simpati pemilih.

Disisi lain, kondisi masyarakat Indonesia yang mulai bosan terhadap krisis multidimensional yang di alami Indonesia membuat mereka muak dan pesimis terhadap keberlangsungan masa depan bangsa ini. Terbukanya

gerbang Reformasi pada tahun 1998 harusnya menyudahi masalah-masalah di republik ini. Namun 13 tahun setelahnya bangsa makin merosot dan makin memprihatinkan, terlalu lama bangsa berada dalam masa transisi, masyarakat muak dan krisis kepercayaan dengan para elit politik di negeri ini. Secara alamiah mereka merindukan perubahan dan hadirnya alternatif baru, mereka butuh inspirasi, spirit baru, proses idolasi, dan dalam proses pencariannya mereka menemukan Figur Kenamaan (*the towering figure*) Bung Karno dalam skema kesadaran historis mereka.

“sudah menjadi budaya bagi masyarakat Indonesia dalam mengidolakan seseorang, cenderung berlebihan bahkan bisa dikatakan pengkultusan. Harusnya dalam momen Pilpres seperti kemarin masyarakat bisa lebih cerdas dalam menentukan pilihannya, harus melihat juga rekam jejak kandidat capres, karena kalau tidak kita akan jadi korban pencitraan”⁶⁰

Pernyataan Inu Kencana Syafii senada dengan apa yang dikatan oleh Bambang Eka Cahya Widodo yang menyatakan bahwa:

“Kedua kandidat capres ingin mencitrakan diri mereka sebagai kandidat yang ingin membuat bangsa ini mandiri, dan ketika berbicara kemandirian satu-satunya figur yang pas untuk menggambarkan itu adalah Bung Karno, namun masyarakat harusnya lebih cerdas dalam menilai kedua kandidat capres, dengan tidak hanya melihat apa yang dijanjikan kandidat dan apa yang mereka klaim”⁶¹

⁶⁰ Wawancara dengan Inu Kencana Syafii tokoh masyarakat dan pemuka agama di Kediannya pada 27 Juni 2015 Pukul 17.00 Wib

⁶¹ Wawancara dengan Bambang Eka C.W pengamat politik dan akademidi kampus UMY pada 28 Juni 2015 Pukul 12.20 Wib

Masyarakat mendambakan sosok idola yang populer dan revolusioner yang akhirnya mereka dapatkan dalam diri Bung Karno. Hal ini disadari oleh partai politik pengusung kandidat capres sebagai formula baru untuk menarik simpati pemilih, sehingga dengan menggunakan simbol-simbol Bung Karno harapannya pemilih dapat dipengaruhi dan menjatuhkan pilihannya pada kandidat yang diusung. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa sengitnya pertarungan di dalam pilpres 2014 karena hanya diikuti oleh dua kandidat saja, hal ini meniscayakan para kandidat untuk menyiapkan strategi yang betul-betul matang tak ayal jika satu kandidat mengkomoditaskan figur Bung Karno maka kandidat lainpun juga berhak melakukan hal yang sama demi menarik simpati pemilih.

F. Implikasi Hasil Analisis

Sebagai keseluruhan pembahasan dalam bab ini maka penulis dapat mengimplikasikan sebagai berikut :

1. Figur Bung Karno menjadi komoditas politik dalam Pilres 2014 karena :
 - a. Kondisi sosial masyarakat Indonesia yang sedang dilanda krisis multideimensional yang mengakibatkan kurangnya kepercayaan masyarakat kepada elit politik, membuat mereka

berharap akan datangnya sang *hero* , yang akan menyelamatkan mereka dari berbagai kesulitan politik, ekonomi, dan sosial yang terjadi. Sehingga mereka menemukan Figur Bung Karno sebagai sosok Idola.

- b. Budaya politik masyarakat Indonesia yang sangat paternalistik, membuat mereka cenderung menginginkan sosok pemimpin kharismatik yang dapat diterima oleh semua suku,ras,agama,dan golongan mempunyai kapasitas untuk menanamkan satu bangsa satu negara (nasionalisme) pada mereka. Pada titik inilah kekuatan *nostalgic* Bung Karno sering dibangkitkan kembali sehingga keinginan alam bawah sadar masyarakat itu secara “imajiner” terfokus pada Bung Karno.
- c. Keberhasilan PDIP memenangi Pemilu legislatif 2014 sebagai partai yang sering mengkomoditaskan figur Bung Karno, mengilhami kandidat capres dan partai lain untuk mengikuti strategi mereka.
- d. Propaganda media terhadap masyarakat yang berlebihan, pentingnya peran media dalam membentuk opini publik membuat media menjadi salah satu pilar demokrasi, namun apabila disalahgunakan, misalnya untuk kepentingan golongan tertentu maka akan

membahayakan sendi sendi kenegaraan atau menjadi boomerang bagi demokrasi itu sendiri.

2. Figur Bung Karno menjadi komoditas politik dalam pilpres 2014 yang digunakan oleh kedua kandidat calon presiden adalah sebagai berikut :

a. Pasangan Prabowo-Hatta

1) Nama dan Julukan *Dwi Tunggal*

Dwi tunggal adalah julukan untuk Bung Karno dan Bung Hatta, pada Pilpres 2014 Prabowo dan Hatta menggunakan julukan ini untuk julukan pada kampanye mereka. Melalui hal ini ingin dicitrakan bahwa perpaduan Prabowo dan Hatta sangat pas atau cocok, dan akan membawa bangsa Indonesia ini bangkit dan kembali jaya sebagai macan Asia seperti di zaman Bung Karno dan Bung Hatta. Atas alasan ini pula nama kampanye Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa adalah “Prabowo-Hatta” mengilhami Soekarno-Hatta.

2) Gaya Prabowo ketika berpidato

Dalam setiap pidatonya Prabowo juga mengidentikkan diri dengan Bung Karno, Mulai dari pakaian yang digunakan seperti seragam militer ala jaman kolonial, microphone *vintage* yang sering digunakan Bung Karno ketika berpidato, hingga penyampaian pidatonya dengan suara lantang dan berapi-api juga gaya bahasa yang ia gunakan sama seperti Bung Karno yang banyak

memakai repetisi. Prabowo ingin mencitrakan dirinya adalah pemimpin kesatria yang berani, tegas, disiplin dan berpendirian teguh, Seperti Bung Karno yang berhasil mengharumkan nama Indonesia dikancah Internasioal karena sikap kesatrianya yang berani, tegas, disiplin dan berpendirian teguh.

3) Sikap anti terhadap *Asing*

Prabowo dalam beberapa kampanyenya sering menyuarakan sikapnya yang anti asing, Prabowo berkeyakinan Indonesia akan kembali menjadi macanAsia dan disegani negara- negara lain hanya kalau Indonesia mampu mengatur urusan rumah tangganya sendiri, karena Indonesia merupakan negara yang sangat kaya dengan berbagai sumber daya yang dimiliki. Gagasan seperti ini disebut berdikari oleh Bung Karno.

b. Pasangan Jokowi-JK

1) Megawati mendapat wangsit dari Bung Karno

Saat mendeklarasikan Jokowi sebagai capres yang akan diusung PDIP, megawati mengatakan kepada wartawan bahwa ia mendapat wangsit dari ayahnya (Bung Karno), artinya Jokowi direstui Bung Karno untuk menjadi Presiden Republik Indonesia. Melalui hal ini ingin dicitrakan bahwa Bung Karno sebagai salah satu pendiri Bangsa yang berjuang segenap tumpah darahnya demi kemerdekaan, hanya rela jika pengorabanannya itu diteruskan dengan perjuangan oleh orang yang tepat

yakni Jokowi, hal ini tentu tidaklah aneh mengingat masyarakat Indonesia masih percaya pada hal-hal yang berbau mistis.

2) Sosok Jokowi dekat dengan rakyat kecil (*Wong Cilik*)

Jokowi terkenal sebagai pemimpin yang suka *blusukan*, mendatangi dan turun langsung ketengah masyarakat guna memahami dan ikut merasakan apa yang dirasakan oleh masyarakat tersebut. *Blusukan* merupakan jembatan Jokowi dengan masyarakat, dari beberapa kali blusukan dengan baju yang sederhana Jokowi kemudian didaulat sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat. Jokowi anti kemapanan saat elit politik dinegri ini hidup bermewah-mewahan ia datang ditengah masyarakat dengan gaya yang biasa- biasa saja, hal ini membuat Jokowi mampu merebut hati *wong cilik* . Bung Karno adalah pemimpin yang sangat dekat dan menyayangi *wong cilik* kecintaannya pada wong cilik bisa dilihat dari beberapa pidatonya yang selalu mengucapkan salam untuk mereka, seperti: “*saudaraku nelayan, petani, tukang becak, tukang sayur.*”⁶²

Kedekatan Jokowi dengan rakyat dimanfaatkan oleh tim suksesnya untuk mengidentikkan jokowi dengan Bung Karno.

3) Visi dan Misi Jokowi JK

Visi dan misi Jokowi-JK di Ilhami dari Ajaran Trisakti Bung Karno dan Pancasila 1 Juni 1945. Melalui visi

⁶² Kutipan pidato Bung Karno

misi ini PDIP sebagai partai pengusung Jokowi-Jk membuktikan komitmennya untuk terus membumikan ajaran dan gagasan Bung Karno demi tercapainya cita-cita kemerdekaan.

