Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strategi kampanye politik untuk jabatan calon presiden RI dari Partai Amanat Nasional: Kampanye Amien Rais dalam pilpres 2004

Usman Abdhali Watik, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=108859&lokasi=lokal

---

Abstrak

Tesis ini mengkaji strategi kampanye seorang calon presiden RI. Studi sejenis ini belum banyak dilakukan di Indonesia karena pemilihan presiden secara langsung barn pertana kali diadakan. Amien Rais sebagai kandidat presiden pada pilpres 2004 memperoleh kekalahan dengan sangat telak. Padahal ia adalah kandidat yang paling kompeten di antara kelima pasangan. Mengapa ia gagal, apakah ia telah menjadi korban dari pemeo yang berlaku di Amerilra Serikat bahwa kandidat terbaik tidak akan pernah terpilih.
Kajian tentang kampanye politik dalam tesis ini didasari oleh perkembangan riset kampanye politik yang kini telah memasuki sebuah era di mana kampanye modem menggunakan pendekatan strategi pemasaran dan strategi komunikasi (Kotler,1996 dan Kavanagh,1997). Perkembangan ini di motivisir oleh kemajuan dnnia industri yang telah terbukti jitu menaikkan angka penjualan dengan menggunakan strategi pemasaran. Seiring dengan itu pula proses politik yang terjadi semakin menjurus ke arah manipulasi uang atau korupsi, sehingga memaksa pars aktivis politik untuk menerapkan prinsip-¬prinsip pemasaran agar kampanye berjalan efektif dan efisien. Prinsip-prinsip tersebut mendorong tim kampanye untuk bertindak dan mencapai tujuan berdasarkan riset yang ketat. Apalagi antara dunia pemasaran dan kampanye sesungguhnya memiliki kesamaan, jika dalam pemasaran, penjual menawarkan barang dan jasa guna menperoleh keuntungan maka kampanye menawarkan janji dan kepribadian kandidat untuk memperoleh dukungan suara darn pemilih. Meski demikian keduanya juga memiliki perbedaan, kampanye politik selalu diliputi persoalan kepercayaan, emosi bahkan juga konflik.
Teknik pengumpulan data untuk menjawab permasalahan penelitian dalam tesis ini dilakukan melalui wawancara terhadap sembilan informan, dan didukung oleh studi yang memanfaatkan berbagai dokumen yang terkait dengan masalah penelitian. Teknik analisa data ideal types digunakan oleh peneliti dengan pertimbangan teknik ini menyajikan model atau abstraksi Bari sebuah relasi sosial ataupun proses-prosesnya, dengan cara menyandingkan konsep dengan realitas (Neuman,2000:431-432). Dengan kata lain dengan teknik analisa data ideal types, peneliti akan membandingkan strategi kampanye yang telah berlangsung di banyak negara di dunia dalam hal ini strategi kampanye yang ada di Amerika dan Eropa dengan strategi kampanye yang dijalankan oleh pasangan Amien Rais-Siswono Yudo Husodo.
Hasil penelitian ini menunjukkan penyebab utama kegagalan kampanye pasangan Amien Rais-Siswono Yudo Husodo bersumber dari langkah politik Amien Rais yang cenderung konfrontatif dan sikapnya yang tidak tegas dalam menentukan orang-orang yang akan menjadi tim kampanyenya. Hal ini berimplikasi pada kinerja tim kampanye yang cenderung diliputi oleh suasana rivalitas antara kepentingan untuk mengusung Amien Rais sebagai tokoh pluralis atau tokoh Islam modern (sektarian). Rivalitas yang terjadi dalam tim kampanye Amien Rais membuat strategi kampanye menjadi tumpul. Tahapan pemasaran politik dilalui tanpa ketelitian karena menafikan beberapa hasil riset popularitas dan riset segmentasi pemilih, sehingga aktivitas kampanye tidak sinkron dengan hasil riset. Di samping itu terbatasnya dukungan finasial dan menurunnya perolehan suara Partai Amanat Nasional juga menjadi kelemahan dari aktifitas kampanye

pasangan iai. Namun demikian media massa telah berjasa dalam menggambarkan Amien Rais secara positif dalam berbagai program berita. Hal tersebut didukung oleh kejelian tim kampanye dalam merancang aktivitas kampanye yang berpeluang memiliki nilai berita sehingga mengundang liputan media massa. Sayangnya iklan politik pasangan Amien Rais-SiswonoYudo Husodo kontraproduktif dengan upayanya dalam membangun citra. Penelitian ini menyimpulkan bahwa aktifitas kampanye pasangan ini belum termasuk pada penerapan strategi kampanye modem.

Dari hasil penelitian ini, ditemukan beberapa implikasi teori, antara lain: (1) Langkah politik kandidat presiden turut menentukan upaya pembangunan citra. Hal ini berkaitan dengan langkah politik konfrontatif dan akomodatif. Semakin konfrontatif langkah politik sang kandidat maka citra positifnya akan cenderung menurun, demikian pula sebaliknya; (2) Ikan politik yang mengandung pesan berupa visi, nisi dan program kandidat presiden tidak efektif bagi pemilih tradisional, karena karakteristik pemilih seperti ini lebih peka dalam menangkap pesan non verbal (visualisasi kepribadian kandidat presiden); (3) Sikap positif media (pemberitaan media massa) terhadap kandidat presiden tidak serta merta mempengaruhi pilihan pemirsa dalam hal ini pemilih.