

Moralitas dalam kerja konsultasi politik : studi pendampingan PolMark Indonesia pada Pemilu Kota Medan tahun 2010 dan Pemilu Provinsi Kalimantan Tengah 2010 = Morality in political consulting : study of PolMark Indonesia's assistance at Local Elections in the city of Medan and the Province of Central Kalimantan in 2010 / Galuh Shinta Wardhani

Galuh Shinta Wardhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329820&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Melalui perspektif moral dan hakikat manusia, maupun dari kegiatan bisnis konsultasi politik itu sendiri, kita semua kiranya dapat bersepakat bahwa konsultan politik tidak hanya bertanggung jawab dan berkewajiban kepada klien. Sebagai sebuah perusahaan, konsultan politik juga bertanggung jawab kepada publik dan masyarakat, terlebih atas kredibilitas dan integritas kandidat yang mereka dukung. Kerja konsultan politik atas penggunaan perangkat Political Marketing dengan layak dan optimal tak semata-mata hanya berfokus pada kerjasama dengan klien, lebih dari itu konsultan harus mencari dan mendapatkan kandidat yang kompeten dan berintegritas untuk dijadikan klien. Namun mendapatkan klien yang kompeten dan memiliki integritas tidaklah mudah. Pada umumnya kandidat yang berlimpah dengan dana kampanye dan kemenangan adalah mereka yang tak memiliki integritas dan kerap bermasalah dalam hal kompetensi. Sebaliknya mereka para kandidat yang sejatinya layak untuk dijadikan partner kerja oleh konsultan politik kerap kali terbatas dan terhambat oleh dana. Prinsip pemilihan klien yang kompeten dan berintegritas ini merupakan seleksi awal bagi konsultan politik dalam fungsi dan kerjanya secara umum. Maka pasar industri politik yang ramai tersebut, serta merta akan berkurang dan menyusut sebagai konsekwensi atas prinsip atau pola seleksi yang dilakukan oleh konsultan politik. Untuk memahami dan menggali kait mengait konsultan politik dan dinamika kerja konsultasi pemenangan seorang kandidat, Penulis melakukan studi yang berfokus pada:

1. Aktivitas konsultasi PolMark Indonesia pada kemenangan Pemilu Kota Medan 2010 dan Pemilu Provinsi Kalimantan Tengah 2010, dimana fenomena dan situasi yang terjadi pada kedua kerja konsultasi tersebut berlatar masifnya black campaign dengan terpaan keruhnya isu sara sebab latar kandidat non-muslim.

2. Penggunaan kajian teori utama pemahaman konsep political marketing (Lees, Jenifer; Marshment., 2009. ?Political marketing: principles and applications?. New York: Routledge). Sementara itu, penggunaan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus dalam penelitian ini diterapkan untuk memberikan penekanan pada spesifikasi dari unit atau kasus yang diteliti. Studi Kasus dilakukan untuk melakukan penelitian yang terperinci tentang sesuatu unit sosial selama kurun waktu tertentu. (Denzin, Norman K., Yvonna S. Lincoln; 2000. ?Handbook of Qualitative Research?. California: Sage Publication.)

**ABSTRACT**

From the perspective of either morality and the human's nature or from the business of political consulting,

it is agreed that a political consultant's responsibility and obligations goes not only to his or her client. As a corporate entity, political consultants uphold public and societal responsibility, particularly when endorsing candidates with certain credibility and integrity. Thus the works of such consultant using political marketing tools appropriately and optimally goes beyond client cooperation. But clients with such criteria are not easy to get, as generally clients with big campaign funds do not necessarily come with strong integrity and competency. On the other hand, those with moral qualifications do not have adequate funding. In this context, clients' selection process represents the initial step that a political consultant should take. This in turn would result into the reduction of size of the otherwise crowded political industry. To comprehend the political consultant's works and the dynamic in the assistance process of a political candidate, this thesis studies about and focuses on:

<br><br>

1. PolMark Indonesia's consultation activities during elections in the City of Medan and the Province of Central Kalimantan in 2010, which involved a high level of black campaign and hate speech that touched the fundamentally-sensitive religious issues.
2. The implementation of political marketing concepts (Lees, Jenifer; Marshment., 2009. "Political marketing: principles and applications". New York: Routledge). Meanwhile, the use of qualitative research methodology and case-study approach are chosen to focus on specific unit or case in the selected study. Case-study approach is deployed to conduct a specific research on social unit in a particular time (Denzin, Norman K., Yvonna S. Lincoln; 2000. "Handbook of Qualitative Research". California: Sage Publication.)