

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu ciri dari sebuah negara demokrasi dapat dilihat dari bagaimana sebuah negara melibatkan masyarakatnya dalam proses perencanaan dan pelaksanaan pemilihan umum. Ini karena partisipasi politik masyarakat merupakan aspek yang penting dalam demokrasi. Pemilihan umum secara universal diakui sebagai sarana untuk membentuk atau membangun demokrasi perwakilan dan menyelenggarakan perubahan secara berkala dalam sebuah pemerintahan. Menurut teori *minimalism* (Schumpetrian), “Pemilu merupakan arena yang menghadirkan persaingan antar aktor politik untuk mendapatkan kekuasaan, dan partisipasi politik rakyat untuk menentukan pilihan. Demokrasi juga menekankan bahwa pemilu merupakan kesempatan bagi partai oposisi dan rakyat untuk melakukan *check and balances* terhadap partai yang berkuasa” (Liando, 2016).

Pemilihan umum untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD) dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah untuk masa jabatan 2019 - berlangsung pada tanggal 17 April 2019. sistem politik dengan menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat 10 Tahun 2008. Legislatif, khususnya Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) merupakan badan yang majemuk dengan lebih banyak anggota daripada eksekutif, dan memberikan kesempatan,

baik untuk representasi penuh maupun keragaman dalam politik, dan untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara perwakilan dan konstituen mereka.

Pemilihan umum legislatif 2019 dengan sistem proporsional daftar terbuka menimbulkan persaingan sengit antar calon perolehan suara. Untuk memenangkan persaingan di arena pemilu, para kandidat partai politik saling bersaing dengan menerapkan berbagai strategi, taktik, dan cara yang tepat untuk menang secara politik. Sistem proporsional terbuka adalah sistem perwakilan proporsional yang memungkinkan pemilih untuk berpartisipasi dalam proses penentuan urutan calon dari partai yang akan dipilih.

Adanya strategi merupakan kunci kemenangan seorang kandidat dan memegang peranan penting dalam kemenangan tersebut. Keberhasilan pemilu legislatif tidak lepas dari kerja perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi, sehingga harus terus dilakukan upaya untuk meyakinkan pemilih agar memilihnya. Strategi politik ini merupakan seperangkat metode untuk memenangkan perang antara berbagai kekuatan politik yang menginginkan kekuasaan. Itu merupakan dampak dari proses reformasi yang terjadi seiring dengan semakin dinamisnya proses politik, sehingga pada akhirnya diperlukan strategi politik untuk melepas topi dan merebut simpati pemilih dalam peran kelemahan dalam menentukan suatu keputusan politik.

Marketing politik adalah strategi terencana, terstruktur, jangka panjang, dan jangka pendek yang menggunakan riset pasar untuk mempelajari realitas politik. Dari penelitian ini, kita akan dapat mengetahui bagaimana cara memproduksi atau mengemas produk yang bernilai dan berdaya saing, serta cara mempromosikan produk tersebut kepada masyarakat. Produk yang baik adalah

produk yang kehadirannya memenuhi kebutuhan masyarakat, dan tujuan akhir dari penggunaan strategi ini adalah untuk mengubah pilihan kebijakan sehingga mereka dapat memilih kandidat yang terbaik.

Menurut Lees-Marshment (2001:693) *marketing* politik adalah “hasil dari perkawinan antara pemasaran dan politik dan secara empiris merupakan peleburan arena politik dengan pemasaran.” Dalam pandangannya, kombinasi ini memberikan gambaran yang lengkap tentang perilaku aktor politik.

“Persaingan merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari dalam lingkungan demokrasi. Untuk memegang kekuasaan, partai politik atau kandidat harus memenangkan pemilihan umum dengan suara terbanyak di antara kandidat lainnya.” (Firmanzah, 2012:146) Dengan demikian persaingan dapat dikatakan sebagai suatu keniscayaan dalam kehidupan demokrasi. Hanya kandidat tertentu yang mampu mengemas produk dengan baik dan berdaya saing untuk menjadi seorang pemenang.

Seperti halnya Mamat Rahmat, SH yang terpilih menjadi pemenang bahkan terpilih sebagai wakil ketua Legislatif Kota Tasikmalaya, bagi penulis ada yang menarik untuk melakukan penelitian ini karena Mamat Rahmat, awalnya berlatar belakang seorang kepala Desa yang kemudian terpilih menjadi anggota legislatif dan akhirnya sekarang menjadi wakil Ketua parlemen kota tasikmalaya.

Menarik untuk diteliti karena perjalanan karir politiknya yang panjang menjadi salah satu hal yang membuktikan bahwa beliau dipercaya di mata masyarakat. Awal karirnya menjadi kepala Desa dimulai dari tahun 1988-2006, Mamat Rahmat, menjabat kepala desa di Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu Kabupaten Tasikmalaya. Sebelumnya, Kota Tasikmalaya merupakan ibu kota

dari Kabupaten Tasikmalaya, kemudian pada tahun 19176 statusnya meningkat menjadi Kota Administratif dan sekarang Ibu Kota Kabupaten Tasikmalaya sudah menjadi Kota tasikmalaya pada tahun 2001.

Tabel 1.1
Perjalanan karir Mamat Rahmat, Sebelum menjadi Wakil Ketua Parlemen Kota Tasikamlaya

Kepala Desa Gunung Gede	1988-1966
Pj. Kepala Desa Gunung Gede	1996-1999
Pj. Kepala Desa Gunung Gede	1999-2001
Kepala Desa Gunung Gede	2001-2004
Pj. Kepala Kelurahan Gunung Gede	2004-2006
Anggota DPRD Kota Tasikmalaya	2009-2014
Anggota DPRD Kota Tasikmalaya	2014-2019
Wakil Ketua DPRD Kota Tasikmalaya	2019-

Sumber : CV. Biografi Mamat Rahmat,

Tabel 1.2
Perolehan suara dalam Pemilu Legislatif Dapil IV Kecamatan Kawalu dan Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya

Tahun	Kecamatan Kawalu	Kecamatan Mangkubumi	Jumlah Perolehan Suara
2009	3.176	78	3.254
2014	2.395	360	2.755
2019	2.694	725	3.419

Sumber :Rincian Jumlah Perolehan Suara Partai Politik Dan Suara Calon KPU Kota Tasikmalaya

Beberapa penelitian serupa juga pernah oleh dilakukan salah satunya oleh Ridho Bramulya Ikhasan dan Muchsin Saggaf Shihab pada tahun 2010 yang mengkaji tentang *marketing politik* campuran dan pengaruhnya pada keputusan mahasiswa Universitas Lampung . Mereka menggunakan metode pnelitian analisis regresi berganda. Penelitian tersebut menunjukkan hasil dimana

keputusan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kehadiran *marketing* politik campuran yang terdiri dari tempat, harga, promosi dan produk yang berpengaruh secara parsial maupun secara bersamaan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah dalam proses pemungutan suara serta penggunaan metode analisis.

Penelitian yang dilakukan oleh Anny Nurbasari (2013), dengan judul penelitian yaitu Pengaruh pemasaran politik terhadap keputusan walikota Bandung, metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dimana pembobotan Fokus pemasaran politik dikaitkan dengan kepentingan pemilih, dari penelitian tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan adanya pemasaran politik campuran yang didukung dengan konsep pendukung dalam kepuasan pemilih. Persamaan dalam penelitian yang akan digunakan adalah proses proses pemilihan dalam pemungutan suara dan penggunaan metode analisis yang digunakan dalam *marketing* politik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dengan ini penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut, Bagaimana *marketing* politik pemenangan Mamat Rahmat menjadi Wakil Ketua Parlemen Kota Tasikmalaya?

C. Pembatasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan penelitian maka penulis melakukan batasan masalah yang akan dibahas atau diteliti. Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai topik bagaimana strategi pemenangan Mamat Rahmat dalam pemilihan legislatif.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yaitu bagaimana strategi *marketing* politik yang dilakukan Mamat Rahmat untuk mendapatkan kursi menjadi Wakil Ketua Parlemen Kota Tasikmalaya tahun 2019-.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangan pengetahuan yang berhubungan dengan ilmu politik terkhusus mengenai *marketing* politik.

2. Manfaat Praktis

Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dalam bidang akademik untuk mengembangkan pembelajaran khususnya di dalam mata kuliah *marketing* politik. Dalam bidang pemerintahan diharapkan penelitian ini memberikan alternatif strategi yang dapat dipakai oleh politikus untuk mencapai suatu keberhasilan di dalam meraih cita-cita politiknya.