

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Demokrasi

1) Definisi Demokrasi

Istilah demokrasi berasal dari bahasa Yunani yang berarti *demos* (rakyat) dan *kratos* yang berarti pemerintah. Secara sederhananya demokrasi adalah pemerintahan oleh rakyat, demokrasi telah dikenal sejak abad ke 5 sebelum masehi, munculnya karena terhadap pengalaman buruk yang dilakukan oleh monarki dan kediktatoran di Yunani sejarah tentang diperistilahan demokrasi jika ditelusuri Konsep ini ditumbuhkan pertama kali dalam praktik negara kota Yunani dan Athena (450 SM dan 350 SM). Dalam tahun 431 SM, Pericles, seorang negarawan ternama yaitu Athena (Sunarso, 2015). Agar pemahaman kita tentang demokrasi bisa lebih jelas maka peneliti akan memberikan beberapa definisi menurut para ahli dan juga kriteria yang harus dipenuhi oleh demokrasi itu sendiri.

Demokrasi berlandaskan penjelasan Abraham Lincoln bagian dari suatu sistem pemerintah dengan dibentuk dari rakyat, oleh rakyat dan juga untuk rakyatnya itu sendiri. Kemudian, menurut Charles Costello sebuah sistem sosial serta juga politik pemerintahan dimana di

dalamnya kekuasaan pemerintah dibatasi oleh hukum dan juga budaya yang melindungi segenap hak perorangan dari warna Negara itu sendiri.

Sementara pengertian dari demokrasi berdasarkan pendapat dari Hans Kelsen merupakan suatu pemerintahan yang diadakan dan dilaksanakan dari rakyat dan untuk rakyat itu sendiri. Adapun mengenai pelaksana kekuasaan Negara sendiri adalah wakil dari rakyat yang sudah dipilih oleh rakyat sesudah adanya suatu keyakinan bahwa kebutuhannya akan memperoleh perhatian di dalam aturan yang telah atau akan ditetapkan oleh wakil rakyat tersebut berhubungan dengan penerapan dari kekuasaan Negara (Windu, 2019).

Lyman Tower Sargent mengemukakan pendapat mengenai demokrasi yang berada dalam nuansa yang sama. Menurut Sargent demokrasi yakni keterlibatan adanya rakyat pada saat pengambilan keputusan, adanya kebebasan dan kemerdekaan yang diberikan pada atau dipertahankan dan dimiliki oleh warga negara, adanya persamaan hak di antara warga negara, adanya sistem pemilihan yang menjamin dihormatinya prinsip ketentuan mayoritas serta adanya sistem perwakilan yang efektif (Sunarso, 2015).

Menurut buku (Rais, 1986) menjelaskan tentang penjelasan yang secara menyeluruh maupun umum, Amien Rais menjelaskan berbagai macam kelompok demokrasi, yakni;

- (1) persamaan di depan hukum.
- (2) partisipasi dalam pembuatan keputusan.

- (3) kesempatan pendidikan yang sama.
- (4) distribusi pendapatan secara adil.
- (5) ketersediaan dan keterbukaan informasi.
- (6) kelompok kebebasan, yakni kebebasan mengutarakan pendapat, berkumpul, beragama serta persuratkabaran.
- (7) kebebasan individu.
- (8) mengindahkan tatakrma politik.
- (9) hak untuk protes.
- (10) semangat kerjasama.

Berdasarkan definisi serta kriteria yang telah dipaparkan oleh para ahli bahwasanya demokrasi bagian dari sebuah sistem pemerintah dengan menanamkan sistem kebebasan bagi rakyat dan bisa disebut dengan pemerintahan oleh rakyat. Terlepas dari sejarah lahirnya demokrasi serta terminologinya yang sudah diterapkan oleh seluruh penduduk dan oleh sistem pemerintahan, demokrasi juga mempunyai manfaat untuk perubahan dalam bidang tata kelola pemerintahan yang digunakan untuk menciptakan tata kelola yang dapat mendistribusikan hak serta kewajiban yang sama bagi warga yang ikut berpartisipasi didalamnya (Firdaus, 2015).

2) Macam-macam Demokrasi

Setelah kita memahami tentang definisi dan kriteria yang ada di demokrasi, demokrasi masih terbagi menjadi beberapa macam lagi, yang pertama yakni demokrasi berlandaskan terhadap fokus

perhatiannya. Demokrasi dalam kriteria ini masih dibagi menjadi berbagai macam, yaitu;

- (1) Demokrasi formal ini bagian dari demokrasi sebatas pusat pada bidang politik tidak adanya dalam suatu ketimpangan terhadap politiknya itu sendiri.
- (2) Demokrasi material ini bagian dari suatu demokrasi yang mempunyai titik pusat di bidang ekonomi tidak adanya pengurangan terhadap sisi kesenjangan dalam berpolitik.
- (3) Demokrasi gabungan ini bagian dari suatu demokrasi yang menjadikan campuran antara demokrasi secara formal ataupun juga demokrasi secara material.

Untuk macam dari demokrasi yang selanjutnya adalah demokrasi berdasar terhadap harapan rakyat. Dalam demokrasi tersebut yang dijelaskan dalam dua jenis, yakni;

- (1) Demokrasi langsung ataupun yang sering dikenal *direct democracy* di dalam bahasa Inggris. Demokrasi langsung merupakan sebuah demokrasi yang mengikutsertakan rakyat mengenai penentuan dan juga pemilihan keputusan tertentu kepada suatu Negara. Misalnya saja adalah dengan adanya pemilu atau pemilihan umum.
- (2) Demokrasi tidak langsung dikenal dengan *indirect democracy* bagian dari suatu sistem demokrasi terutama di dalamnya dengan melibatkan adanya kegiatan semua rakyat

terhadap kepentingan Negara dengan cara pengambilan pada suatu keputusan. Dengan demokrasi yang berjenis ini yakni mengenai ketetapan terhadap para wakil rakyat contohnya DPR, DPD, DPRD.

3) Prinsip Demokrasi

Seorang ilmuwan politik yang terkenal dengan menelaah tentang demokrasi yaitu Robert A. Dahl, menjelaskan mengenai demokrasi mempunyai tiga prinsip utama, yakni kompetisi, partisipasi, dan kebebasan (Sunarso, 2015) yakni;

(1) Kompetisi

Demokrasi selalu memiliki peluang baik dengan cara 'bersaing untuk berkelompok, individu, ataupun organisasi (khususnya partai politik) dengan mempunyai posisi kekuasaan di lingkup pemerintah. Kompetisi berlangsung dengan jangka waktu yang telah diatur secara damai maupun tertib. Dengan demikian, kompetisi tersebut berlangsung dengan adanya pemilihan umum (untuk Indonesia 5 tahun sekali, di Amerika Serikat 4 tahun sekali) serta dapat dijalankan tidak adanya kekerasan.

(2) Partisipasi

Dengan demokrasi memiliki kesempatan yang baik untuk secara keseluruhan dengan melibatkan setiap pemilihan pemimpin melalui pemilihan bebas dan teratur serta terlibat melalui pembinaan serta dalam menjalankan kebijakan publik.

(3) Kebebasan

Melalui demokrasi dengan mempunyai kebebasan pers, jaminan kebebasan berpendapat, kebebasan mendirikan serta menjadi anggota organisasi yang dijamin dapat menjadi saluran berkompetisi serta partisipasi. Demokrasi tersebut dengan penjelasan Robert, adanya batasan terhadap sistem politik.

(4) Demokrasi Indonesia

Paham demokrasi di Indonesia dibawa oleh sekelompok mahasiswa Indonesia yang melanjutkan sekolah di luar negeri terutama di negara Eropa yang semakin menyempurnakan bentuk dari demokrasi pada akhir abad 19 sampai abad 20. Kelompok mahasiswa Indonesia yang telah banyak mengenal ide-ide yang luhur agung dan memukau dari para penduduk bangsa Eropa yang memiliki kehidupan bernegara yang jauh lebih baik dan lebih demokratis. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan tanah kelahiran mereka. Munculnya kaum cendekiawan yang ingin memerdekakan bangsa ini. Sehingga cendekiawan dapat menerapkan bentuk demokrasi di Indonesia yang terinspirasi dari model demokrasi di Eropa (Kurniawan, 2016).

Perjalanan sejarah demokrasi Pasca kemerdekaan di Indonesia mengalami perubahan seperti perubahan berlakunya Undang- Undang Dasar. Mulai dari UUD 1950, Konstitusi RIS, UUD 1950, hingga kembalinya UUD 1945 dan UUD 1945 yang telah diamandemen pada tahun 2002. Secara konsep , masing - masing UUD merumuskan

pengertian dan juga hakekat demokrasi menurut visi penyusun yang terkait. Pasca kemerdekaan UUD 1945 menjadi dasar hukum di Indonesia, dan munculnya pergeseran gagasan ketatanegaraan yang mencakup pemikiran dari pemimpin - pemimpin bangsa. Pada awalnya segenap gagasan peranan masyarakat dan negara dalam ketatanegaraan lebih dikedepankan dan diutamakan. Gagasan tersebut adalah gagasan pluralisme. Namun jika dilihat dari realitanya, belum memungkinkan untuk dibentuk Lembaga-lembaga yang dikehendaki UUD 1945 sebagai aparatur demokrasi yang menjaga pluralisme, sehingga memunculkan gagasan organisme yang memberikan legitimasi terhadap MPR, DPR, DPA dengan pelaksana Presiden dibantu Komite Nasional (MD, 2003).

Bangsa ini terbentuk dari berbagai macam keberagaman yang dimana dasar negara kesatuan merupakan sebuah tiang dasar penguat terbentuknya negara ini. Hal ini harus dibarengi dengan asas kesetaraan dalam hak berpolitik, sehingga Demokrasi bisa jadi solusi baik untuk saat ini agar masyarakat terdorong untuk ikut andil dalam setiap kontestasi politik baik itu sebagai partisipan maupun pemilih.

2.1.2 Pemilihan Umum

1) Pengertian Pemilu

Pemilihan umum bagian dari sarana dengan memilih wakil mereka di pemerintahan pusat yang mana duduk dalam adanya perwakilan rakyat dan adanya hak sipil warga negara dalam bidang

politik. Melalui alasan ini sangat penting bagi pemerintah yang demokratis untuk menyelenggarakan pemilihan umum tepat waktu (Syarbaini et al., 2013). Dengan hal tersebut dapat menyimpulkan bahwasanya pemilihan umum ini yakni wadah untuk rakyat menyuarkan haknya dalam bidang politik. Kemudian menurut Undang Nomor 3 tahun 1999.

- (1) Pemilihan Umum diselenggarakan secara demokratis dan transparan, jujur dan adil, dengan mengadakan pemberian dan pemungutan suara secara langsung, umum, bebas, dan rahasia.
- (2) Pemilihan Umum adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- (3) Pemilihan Umum dilaksanakan untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tingkat I, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tingkat II yang selanjutnya disebut DPR, DPRD I, dan DPRD II, kecuali untuk anggota DPR, DPRD I, dan DPRD II dari Angkatan Bersenjata Republik Indonesia (ABRI).
- (4) Pemilihan Umum dilaksanakan setiap 5 (lima) tahun sekali pada hari libur atau hari yang diliburkan secara serentak di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- (5) Pemberian suara dalam Pemilihan Umum adalah hak setiap warga negara yang memenuhi syarat untuk memilih.

- (6) Pemilihan Umum sebagaimana dimaksud ayat (4) juga untuk mengisi keanggotaan Majelis Permusyawaratan Rakyat, yang selanjutnya disebut MPR.
- (7) Pemilihan Umum dapat dilakukan melalui sistem proporsional berlandaskan stelsel daftar.

Dapat disimpulkan pemilu merupakan sebuah bentuk dari proses pengambilan suara dari kelompok masyarakat untuk memilih salah satu dari mereka untuk memimpin atau mewakili kelompok masyarakat tersebut. Dengan ini bagian dari kewajiban dapat dilaksanakan terhadap negara dengan memiliki sistem demokrasi, dengan rakyat harus memilih pada wakil nya untuk duduk kursi pemerintahan. Pemilu dilakukan setiap 5 tahun sekali yang diselenggarakan oleh KPU sudah menjadi tradisi yang patut dilaksanakan di setiap pergantian kepemimpinan karna hanya melalui pemilihan umum lah cara terbaik untuk saat ini dalam pergantian kekuasaan.

2) Sistem Pemilu

Sistem Organisasi ataupun mekanisme mengenai sistem dalam pemilihan umum, dapat dijelaskan dalam kedudukan setiap individual rakyat, dengan hal ini adanya sistem pemilihan mekanisme serta sistem pemilihan organisasi. Sistem mekanisme melihat bahwa rakyat terdiri melalui individu yang di mana hak suara pada masing individu. Sementara sistem organisasi, rakyat dapat dijalankan melalui sejumlah kelompok individu ataupun perkataan lainnya dengan rakyat dapat

berbagi melalui kelompok individu. Kelompok tersebut yang berlandaskan lapisan sosial, geneologis ataupun organisasi terhadap kelembagaan. Maka dari itu, sistem organisasi hak suara terhadap suatu kelompok (Kusnardi & Ibrahim, 1981).

Berikutnya mengenai sistem pemilihan mekanis dengan pelaksanaannya dilaksanakan melalui dua cara yakni sistem perwakilan mayoritas/ distrik/single member constituencies, serta sistem perwakilan proporsional. Melalui sistem distrik wilayah negara yang dibagi menjadi distrik pemilihan/daerah/daerah pemilihan/constituencies dengan mempunyai jumlah sama dengan jumlah anggota badan perwakilan rakyat. Setiap distrik mempunyai wakil, dengan hal ini yang dinamakan sistem mayoritas dengan cara menentukan wakil yang terpilih melalui sistem distrik yang telah dibentuk menurut calon dengan memiliki suara paling banyak. Semenetera sistem proporsional yakni sistem yang telah menentukan persentase di setiap kursi untuk menjadi perwakilan rakyat yang disusun untuk setiap partainya, menyesuaikan persentase dengan jumlah suara. Sistem proporsional bisa dilaksanakan berbagai macam variasi, contohnya melalui list system ataupun hare system, List system, pemilih diminta memilih di antara daftar calon yang berisi sebanyak mungkin nama-nama wakil rakyat yang akan dipilih dalam pemilihan umum sedangkan hare system yang diberikan kesempatan untuk memilih pada pilihan yang pertama, kedua, ketiga dan lainnya, melalui

distrik pemilihan berhubungan. Mempunyai suara banyak dapat diperlukan dalam setiap pemilihan, serta disegerakan jumlah pertama telah dipenuhi, serta ada sisanya terhadap suara, dengan ini kelebihan tersebut bisa dipindahkan kepada calon selanjutnya, dan seterusnya.

Sistem pemilihan umum telah dilakukan di Indonesia, yakni Pemilihan Umum 1955, 1971, 1977, 1982 serta 1987 yang telah menggunakan sistem perwakilan berimbang ataupun sistem proporsional. Wilayah negara telah dibagi-bagi kedalam suatu daerah pada pemilihan yakni melalui daerah di tingkat I masing-masing menjadikan salah satu daerah untuk pemilihan para anggota DPR¹.

Selanjutnya jumlah anggota dipilih untuk di setiap daerah pemilihan yang sudah ditetapkan berlandaskan imbangan dengan jumlah penduduk di daerah pemilihan tersebut dengan memiliki perhitungan untuk setiap 400.000 penduduk memperoleh wakilnya. Namun berdasarkan ketentuan untuk jumlah penduduk bisa dijadikan ciri melalui jumlah wakil yang dapat dipilih untuk setiap pemilihan umum dari Pulau Jawa akan banyak melebihi wakil dari luar Pulau Jawa. Oleh sebab itu maka diadakan pembatasan oleh ketentuan dalam Pasal 6 bahwa jumlah anggota. Yang dipilih di dalam pemilihan umum di Pulau Jawa ditentukan seimbang dengan jumlah anggota yang dipilih untuk luar Pulau Jawa. Untuk mencapai keseimbangan ini maka ditentukan lagi bahwa tiap-tiap daerah pemilihan mempunyai wakil

¹ Pasal 4 ayat (1) huruf a, UU No. 1/1985

sekurang-kurangnya sebanyak daerah tingkat II yang terdapat dalam daerah tingkat I tersebut, dan tiap-tiap daerah tingkat II mempunyai sekurang-kurangnya seorang wakil². Selanjutnya di dalam rangka penetapan hasil daripada pemilihan baik bagi DPR maupun DPRD sesuai dengan ketentuan Pasal 5 tetap dipergunakan sistem perwakilan berimbang. Jadi dengan demikian berdasarkan hal-hal tersebut di atas dapatlah dikatakan dengan jelas bahwa sistem yang dianut dalam Undang-undang Pemilihan Umum di Indonesia adalah sistem proporsional. Kemudian daripada itu sistem proporsional yang dipraktekkan di Indonesia dilakukan dengan cara penggunaan sistem daftar (list system). Di mana di dalam teknis pelaksanaan pemungutan suara kepada pemilih disuruh memilih tanda gambar partai politik atau golongan karya yang mana masing-masing partai politik dan golongan karya tersebut membuat suatu daftar dari sejumlah nama-nama calon, yang pada akhirnya pimpinan partai politik dan golongan karyalah yang menentukan calon. olehnya, atau calon yang terpilih di atasnya mengundurkan diri³.

3) Tujuan Pemilu

Pada saat pemilu berlangsung tidak hanya wakil rakyat dengan kedudukan di dalam lembaga perwakilan rakyat ataupun parlemen, akan tetapi untuk pemimpin di pemerintahan dengan menduduki

² Pasal 5 ayat (2) UU No.1 Tahun 1985 Tentang Pemilihan Umum.

³ Pasal 21 ayat (6) Pasal 17 ayat (1) Pasal 19 ayat (2) UU No.1 Tahun 1985 Tentang Pemilihan Umum.

eksekutif. Kekuasaan legislatif, para wakil rakyat itu ada yang berkedudukan di Dewan Perwakilan Rakyat, ada yang duduk di Dewan Perwakilan Daerah, dan ada pula yang akan duduk di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, itupun bisa di tingkat provinsi maupun di tingkat kabupaten ataupun kota. Sementara cabang kekuasaan pemerintahan eksekutif, para pemimpin yang dipilih secara langsung oleh rakyat yakni oleh Presiden maupun Wakil Presiden, Gubernur maupun Wakil Gubernur, Bupati maupun Wakil Bupati, dan Walikota maupun Wakil Walikota. Hal ini yang terjadi disetiap pemilihan telah teratur ataupun berkala.

Tujuan pertama, menjelaskan pemberian kesempatan untuk para peserta pemilu dengan cara meraih kemenangan pemilu, berarti para peserta memiliki peluang sama dengan memenangkan program. Dengan demikian, sangat wajar jika terjadi pergantian pejabat baik lembaga pemerintahan legislatif ataupun di lingkungan lembaga eksekutif. Pergantian pejabat khususnya di negara totaliter ataupun otoritarian dapat dijalankan negara demokrasi. Negara otoritarian ataupun totaliter, pergantian pejabat dapat ditentukan sekelompok orang. Kelompok tersebut dapat menentukan sifat oligarkis serta dapat berpuncak di tangan satu orang. Sedangkan lingkungan negara dengan menganut paham demokrasi, praktik tersebut tidak bisa dijalankan. Negara demokrasi, pergantian untuk para pejabat pemerintahan legislatif ataupun eksekutif dapat ditentukan oleh rakyat, yakni dengan

pemilu (general election) dengan dijalankan dengan periodik (Asshiddiqie, 2006).

Tujuan kedua yakni dapat adanya kejadian tentang peralihan pemerintahan serta adanya pergantian pejabat negara diangkat dengan pemilihan (elected public officials). Dengan ini, adanya maksud untuk dapat memungkinkan dari sini tidak berarti setiap kali pelaksanaan setiap adanya pemilihan umum, dengan sifat yang mutlak harus berakibat adanya pergantian di lingkup pejabat negara ataupun pemerintahan. Kemungkinan hal tersebut dapat terjadi, sektor pemerintahan terhadap partai politik masuk ke suatu sistem parlementer pemerintahan dengan dua, tiga, ataupun empat kali, mauapun seseorang yang akan menjadi pemimpin negara seperti Presiden contohnya di negara Amerika Serikat ataupun negara Indonesia yang dapat dipilih maksimal dua kali untuk masa jabatan. Kata “memungkinkan” memiliki arti yakni sebagai pemilihan umum tersebut dengan membuka kesempatan yang sama terhadap kemenangan ataupun kekalahan untuk peserta pemilu. Adapun hanya terjadi jika melakukan dengan benar-benar melaksanakan secara jujur dan adil (Asshiddiqie, 2006).

Tujuan ketiga serta keempat dalam pemilihan umum yakni dapat melaksanakan hak asasi warga negara ataupun melaksanakan kedaulatan rakyat. Dengan menentukan setiap jalannya negara, rakyat tersebut secara individu harus mengambil keputusan dengan wakilnya yang telah mendapatkan kursi di pemerintahan pusat, tepatnya duduk di

lembaga legislatif. Hak politiknya hanya rakyat dengan memilih jalannya pemerintahan serta memiliki fungsi negara yang sangat benar, menurut UUD yakni hak rakyat sangat fundamental. Dengan demikian, penyelenggaraan pemilihan umum, merupakan sarana pelaksanaan hak-hak asasi warga negara sendiri serta bagian dari perwujudan kedaulatan rakyat. Dengan ini, dibutuhkan pemilihan umum dengan memilih para wakil rakyat dengan periodik. Adapun bidang eksekutif, rakyat tersebut harus memilih Presiden, Gubernur, Bupati, serta Walikota dengan memimpin pemerintahan, tingkat pusat, di tingkat provinsi, ataupun di tingkat kabupaten/kota (Asshiddiqie, 2006).

4) Pemetaan Dapil Daerah Kabupaten Tangerang

Kabupaten Tangerang masuk ke dalam 4 Kabupaten/Kota melalui jumlah penduduknya yang sangat tinggi negara Indonesia dikutip dari data BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Tangerang mempunyai penduduk sekitar 3,25 juta jiwa per September 2020, Sedangkan angka pemilih Kabupaten Tangerang pada 2019 yang diambil dari data KPU Kab.Tangerang sebesar 1.875.124. Kabupaten Tangerang memiliki luas 959,6 km² dengan mempunyai 29 Kecamatan, 28 Kelurahan serta 246 desa untuk pemilih dibagi atas 6 Dapil yaitu:

Dapil I terdiri dari : Jayanti, Balaraja, Cisoka, Tigaraksa,
Solear, Jambe.

Dapil II terdiri dari : Mekar Baru, Kronjo, Gunung Kaler,
Kemiri, Kresek, Sukamulya.

- Dapil III terdiri dari : Pakuhaji, Teluknaga, Kosambi, Sepatan Timur, Sepatan.
- Dapil IV terdiri dari : Rajeg, Sidang Jaya, Pasar Kemis.
- Dapil V terdiri dari : Cikupa, Curug, Panongan.
- Dapil VI terdiri dari : Legok, Kelapa Dua, Pagedangan, Cisauk.

Gambar 2.1

Peta Wilayah Kabupaten Tangerang



Sumber: KPU Kabupaten Tangerang

2.1.3 Perilaku Pemilih

Indonesia bagian dari salah satu negara dengan menerapkan sistem demokrasi, maka dari itu ciri dari negara yang demokrasi adalah kedaulatan di tangan rakyat, dengan melaksanakan aktivitas bersama dengan mencapai

tujuan yang bisa menetapkan masa depan masyarakat dengan cara memilih pemimpin yang akan datang dengan melalui partisipasi politik.

Herbert McClosky mendefinisikan pilihan politik sebagai bentuk partisipasi politik dalam aktivitas tanpa adanya paksaan melalui mana mereka partisipasi terhadap pemilu serta secara langsung ataupun tidak langsung terhadap pembentukan kebijakan publik. Bisa disimpulkan bahwasanya partisipasi politik merupakan suatu kegiatan untuk menentukan pemimpin dan masa depan dimasing masing daerah warga negara itu sendiri. Joan Nelson dan Samuel P. Huntington menjelaskan mengenai partisipasi politik yang merupakan aktivitas sipil bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pemerintah. Lobi mempengaruhi kepentingan banyak orang yang menjalani kehidupannya, mencari hubungan dengan pejabat pemerintah, serta mempengaruhi dalam menjalankan keputusan pemerintah. Tampil sebagai anggota ataupun pejabat. Atau ikut campur terhadap tindak kekerasan dengan sejumlah kecil orang dan adanya pengaruh dalam menjalankan keputusan pemerintah dapat menyebabkan kerusakan fisik pada orang dan harta bendanya. (Huntington & Nelson, 1994).

Ada sebuah fakta menarik yang dikemukakan Saiful, R. William dan Kuskridho bahwa rasionalitas memilih berdasarkan terhadap kepercayaan sifat manusia yang merupakan makhluk dengan mempunyai keputusan terhadap kepentingannya secara material, hal ini didorong terhadap perilaku melalui motif kebutuhan material diri sendiri dengan perilaku politik

mengenai pilihan politiknya yang menjadikan kebutuhan dalam ekonomi menjadi faktor pendorong utama dibanding faktor lain (Mujani et al., 2011).

Downs, meyakinkan bahwa setiap pemilih mengkalkulasi untuk merugi dalam menentukan pilihan politiknya. Partai atau calon apabila dipilih jika pemilih merasakan partai atau calon tersebut menguntungkan atau dapat memenuhi keinginan pemilih itu sendiri. Sebaliknya, pemilih tidak mau memilih calon atau partai tersebut bila dinilai dapat merugikan (Down, 1957).

Menurut (Subakti, 1999), membedakan 2 jenis partisipasi politik terhadap aktivitas yaitu:

- (1) Partisipasi aktif yakni kegiatan dengan orientasi mengenai hasil serta masukan kebijakan. Partisipasi aktif berarti mengajukan usulan kebijakan yang diajukan oleh pemerintah. Mengkritik atas perbaikan kejujuran kebijakan referendum upah dan pemilihan kepala pemerintahan.
- (2) Partisipasi pasif yakni aktivitas dengan diarahkan terhadap suatu hasil dan masukan politik. Individu dalam kategori partisipasi ini hanya mematuhi semua kebijakan dan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah tanpa memberikan kritik atau saran untuk perbaikan.

Partisipasi politik ini berimplikasi dapat dijadikan sebagai aktivitas masyarakat dapat dilakukan melalui kelompok ataupun individu terhadap aktivitas kebutuhan dalam sistem politik maupun sosial. Partisipasi politik juga merupakan sebuah bentuk komunikasi dan aspirasi dari masyarakat berkaitan dengan hak politiknya kepada pemerintah sehingga pembuatan

kebijakan politik menjadi pro kepada masyarakat. Sehingga masyarakat dapat menyampaikan pendapatnya serta ambil bagian dalam menuju pengambilan keputusan sampai perencanaan dengan berefek pada pembuatan kebijakan.

Seperti yang dikemukakan oleh Keith Faulks menjelaskan mengenai partisipasi politik adalah masyarakat berperan aktif pada proses pemerintahan ataupun individu serta kelompok (Fauls, 1999). Keterlibatan tersebut bertentangan dengan pemerintahan ataupun partisipasi mengenai setiap pengambilan keputusan. Aktifnya masyarakat dalam kegiatan politik menjadikan efek determinan dalam keputusan kebijakan yang diambil pemerintah sehingga pemerintah tidak membuat kebijakan yang menyelewengkan dasar-dasar negara dan berpihak kepada rakyat. Partisipasi melalui politik dengan menjelaskan terkait pemilihan untuk kebutuhan negara serta memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung mengenai kebijakan publik yang dilakukan kelompok ataupun individu. Setiap melakukan pemilihan umum, dengan bergabung dengan partai politik ataupun kelompok kepentingan, menghadiri rapat pemegang saham, serta menandatangani perjanjian dengan pihak pemerintah ataupun para anggota parlemen.

Menurut Cholisin pemilu yang dilakukan setiap 5 tahun sekali merupakan bentuk dari wadah yang disediakan oleh negara terhadap warga negara dalam memberikan suara dan hak politiknya yang dimana hal ini merupakan bentuk demokrasi yang dimana hak politik rakyat bebas tanpa ada ikut campurnya negara dalam hal tersebut (Cholisin & Nasiwan, 2012).

1) Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Politik

Isu dan kebijakan politik memiliki dampak besar pada pilihan politik masyarakat, namun berbagai faktor lainnya dengan mempengaruhinya yakni pemilih dapat memilih anggota dewan ataupun calon kepala daerah beranggapan menjadi wakil agama tertentu. Dengan demikian, ada masukan dari terafiliasi oleh partai-partai tertentu, dan juga dapat memilih karena mewakili parlemen kelompoknya atau bisa juga pemilih memiliki ikatan secara emosional yaitu memiliki fanatisme dan loyalitas terhadap figur atau partai politik tertentu. Agar kandidat dapat mengembangkan strategi atau program pemasaran mereka sendiri, mereka membutuhkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kebijakan mereka. Informasi tentang berbagai variabel ini membantu dalam mengembangkan dalam berbagai strategi terhadap komunikasi, mengelola kandidat, maupaun mengembangkan tema dan kebijakan menawarkan ke pemilih.

Efisiensi serta efektivitas dalam memberikan pesan politik dapat bergantung terhadap persepsi kandidat mengenai perilaku pemilih pada daerah dengan mewakili maupun peminpinnya. Bahwa akan menawarkan *strategy* seperti apa, bagaimana dan siapa untuk membawa massa ditetapkan terhadap perilaku pemilih yang di mana khalayak dapat diwakili ataupun dipimpin untuk lebih kritis dalam merencanakan waktu mereka sendiri serta dapat mengalokasikan sumber daya.

Menurut jurnal (Yustiningrum & Ichwanuddin, 2015) yang mempengaruhi pilihan politik seseorang seperti faktor sosiologi, faktor psikologi, faktor rasional / ekonomi yakni;

(1) Faktor Sosiologis

- Melalui pemilih, kesetiaan individu dengan melakukan ibadah terhadap agamanya yang tidak memberikan dampak untuk pemilihannya. Dengan hal ini, pemilih menghadapi pilihan terhadap calon legislatif didalam pemilihan umum, dalam kehidupan beragama calon tersebut memberikan dampak yang baik, karena pemilih kecenderungan untuk memilih calon dengan menganut agama sesuai dirinya sendiri.
- Melalui survei, dengan memberikan janji untuk memberikan bantuan uang/sembako yang tidak banyak pengaruh terhadap pemilih dengan menjelaskan pilihan. Oleh karena itu, untuk pemilih lanjut usia, tinggal di pedalaman, serta pendidikan yang sangat rendah, dengan memberi janji mengenai bantuan uang/sembako yang bagian dari hal dengan berbagai pertimbangan serta dapat memberikan suara pada saat pemilihan umum berlangsung.
- Dengan menentukan pilihan politik tersebut, khusus pemilih pemula gampang terpengaruh dengan pilihan orang di dalam lingkungan keluarga ataupun teman kelompok. Pemilih pemula tersebut secara khusus tinggal di suatu desa, mayoritas selalu

mengikuti sikap orang tuanya ataupun tokoh yang diseganiya dalam lingkungannya. Adapun hubungan terhadap pilihan mengenai partai politik, para pemilih pemula yang cenderung melanjutkan budaya dalam keluarga dengan memilih partai politiknya saja. Dengan dipercayai secara turun temurun dalam keluarga melalui generasi menuju generasi. Sedangkan, pemilihan calon legislatif, yang memiliki kecenderungan dalam memilih calon memiliki popularitas lebih lanjut mengenai latar belakang maupun visi misi calon yang akan dipilih.

Pendekatan tersebut intinya mendefinisikan mengenai suatu karakteristik sosial maupun kelompok sosial memiliki dampak secara signifikan yang berbentuk perilaku pemilih. Kelompok sosial misalnya usia (muda/ tua), jenis kelamin (perempuan/laki-laki), kepercayaan (agama). Kelompok sosial menganggap memiliki peran menentukan berbagai bentuk perilaku pemilih. Pemahaman tersebut mengenai kelompok-kelompok sosial baik formal misalnya keanggotaan dalam organisasi profesi, keagamaan dan multi kelompok dll maupun kelompok informal seperti keluarga, teman, atau sub kelompok lainnya, sangat baik untuk memahami suatu perilaku pemilih. Mengenai kelompok tersebut berperan penting terhadap pembentuk persepsi, orientasi seseorang serta sikap.

(2) Faktor Psikologi

- Diskusi tentang politik terhadap lingkungan kecil khususnya keluarga turut mempengaruhi pilihan dalam pemilu. Media massa

khususnya televisi memberikan informasi terbanyak mengenai perkembangan politik terkini sehingga turut serta mempengaruhi pilihan dalam pemilu legislatif lalu.

- Rendahnya loyalitas ditunjukkan kepada partai dan tidak adanya identitas kepartaian, dengan mudahnya pemilih dapat berpindah ke lain partai. Menyebabkan timbulnya jarak ideologis pemilih dengan partai.

Pendekatan psikologis merupakan respon atas reaksi ketidakpuasan terhadap pendekatan sosiologis. Pendekatan psikologis mendefinisikan perilaku pemilih dengan menggunakan serta mengembangkan dari segi konsep, sikap dan sosiologi. Sehingga dalam menentukan pilihan terpengaruh oleh kekuatan psikologis secara tumbuh dan meningkat terhadap dirinya menjadikan produk sosialisasi. Pengaruh perilaku politik bagian dari variabel seseorang berasal dari refleksi pribadinya yang dimilikinya. Dengan berbagai proses sosialisasi dapat berkembang sebuah ikatan secara psikologis kuat dengan individu maupun partai politik dan organisasi kemasyarakatan, sehingga menimbulkan rasa simpati untuk partai politik atau dapat dikenal menjadi identifikasi suatu partai yang telah dijadikan berbagai konsep variabel sentral yang ada kaitannya perilaku pemilih dalam pendekatan psikologis.

(3) Faktor Rasional/Ekonomi

Menjelaskan mengenai pemenuhan terhadap kebutuhan ekonomi yang menjadikan isu strategis untuk mayoritas pemilih. Kebutuhan ekonomi

tersebut selanjutnya dapat berkembang di kompetisi kandidat para anggota legislatif, ataupun partai politiknya, dengan adanya kedekatan terhadap pemilihnya. Adapun tujuan utama yakni bagaimana mendapatkan suatu dukungan terhadap pemilih dengan mampu memberikan kehidupan yang layak untuk para pemilihnya.

Dalam teori yang dikemukakan oleh Eep Saefulloh Fatah, bahwa pemilih dapat di kelompok menjadi empat, yakni sebagai berikut pemilih primordial, rasional kalkulatif, emosional serta pragmatis. Adapun penjelasan terhadap kategori empat pemilih yakni:

- Pemilih Primordial : pemilih ini memilih didasarkan alasan primordialisme, seperti seagama, suku yang sama, atau garis keturunannya. Pemilih ini biasanya menggunakan simbol-simbol yang dianggap luhur, dan kelompok tersebut banyak yang berasal dari pedesaan ataupun dari daerah.
- Pemilih Rasional Kalkulatif : pemilih tersebut dapat memilih politik sendiri berlandaskan pada logika ataupun rasional. Kelompok tersebut muncul terhadap kategori terdidik (berpendidikan) dan informasinya cukup luas sehingga mampu menjatuhkan pilihan politiknya.
- Pemilih emosional : pemilih tersebut memberikan keputusan pada pilihan politik sendiri karena memiliki alasan, seperti perasaan baik, romantisme, kagum akan ketampanan atau kecantikan. Kebanyakan pemilih ini berawal pemilih pemula ataupun kalangan perempuan.

- Pemilih pragmatis : pemilih tersebut banyak masukan terhadap pertimbangan kalkulasi rugi/untung, suara (pemilih) lebih dipertimbangkan untuk memberikan terhadap kandidat dengan memberikan keuntungan untuk individual. Pemilih tidak memperdulikan soal visi misi program calon (elit) dan tidak kritis melalui integritas untuk para calon.

2) Elemen Perilaku Politik

Berikut merupakan aspek mengenai disiplin ilmu politik dengan menjelaskan maupun pendefisian mengenai pengaruh dari pandangan politik ideologi, individual serta tingkatan dalam partisipasi politik:

(1) Sosiodemografi

Faktor- faktor sosiologis pemilih mempunyai dampak penting terhadap perilaku memilih, apakah termasuk ke partisipasi ataupun pilihan politiknya. Termasuk ke dalam faktor-faktor sosiologis yakni demografi dengan mencakup segala perbedaan umur, jenis kelamin, kedaerahan ataupun kelompok etnik, tingkat ketaatan serta afiliasi agama yang telah dianut, kelas sosial dalam studi kuantitatif terindikasi mengenai daerah tinggal apakah pedesaan atau perkotaan, jenis pekerjaan serta tingkat pendidikan, yang ilmu pengetahuan serta tidak modal atau dengan modal dan dengan basis ilmu pengetahuan baik. Di samping itu, tingkatan pemasukan bisa dijadikan untuk indikator berasal dari kelas sosial (Mujani et al., 2011).

(2) Identifikasi Partai

Identitas suatu partai dapat memercayai tentang pengaruh kuat serta luas dengan sikap politiknya (misalnya sikap mengenai evaluasi atas kinerja pemerintah, kebijakan publik, evaluasi calon serta partai), serta perilaku politiknya, misalkan pilihan partainya ataupun calon anggota DPR, partisipasi politik, pilihan terhadap isu kebijakan publik tertentu ataupun pilihan atas calon presiden. Identifikasi diri terhadap partai politiknya (identitas partai) memercayai terhadap adanya faktor independen untuk menjelaskan sikap dan perilaku berbagai faktor politiknya, ataupun sebaliknya. Penggagas identitas partai dapat meyakini tentang sikap ataupun perilaku politik, dengan demikian dapat berhubungan baik, yakni dua identitas berbeda. Identitas partai pada tingkat sikap (*attitude*) ataupun orientasi, tidak berada tingkat perilaku ataupun tindakan. Orang tersebut memiliki sikap belum tentu bertindak. Orang yang mengidentifikasikan dirinya dengan Partai Demokrat di Amerika, misalnya, belum tentu memilih calon dari partai tersebut, belum tentu mendukung kebijakan pemerintah dari Partai Demokrat. Sebaliknya, orang dengan mengidentikkan terhadap Partai Republik tidak memilih calonnya terhadap Partai Republik. Di Indonesia dalam Pilpres 2009, misalnya, orang PDIP tidak menentukan Megawati yang dipilih, orang Golkar belum tentu memilih Jusuf Kalla, namun Demokrat belum tentu memilih SBY (Mujani et al., 2011).

(3) Kepemimpinan (Tokoh) dan Perilaku Memilih

Demokrasi tersebut yang berlembaga dalam menata partai tidak tersusun dengan rapi. Tokoh mempunyai kemungkinan dengan menjadikan magnet untuk membawa massa pemilih partai, serta bukan pembentuk identitas partai ketika seorang tokoh membangun orang utama terhadap partai itu, dengan adanya daya tarik yang besar sebenarnya dihasilkan oleh daya tarik tokoh yang ada di partai dengan keterkaitan untuk pemilih. Dengan demikian, calon tersebut mempunyai dampak yang lebih besar untuk perilaku memilih, serta dalam setiap pembentukan identitas partai. Faktor variabel kepemimpinan ini akan menjadi bagian dari variabel penjelas dalam mempengaruhi perilaku memilih, kualitas tokoh yang mempunyai suatu “magnet” untuk membawa massa terhadap partai, serta dapat membangun terhadap identitas partai. Kemungkinan yang bisa menjadi pengaruh perilaku pemilih yaitu faktor kepemimpinan, sementara yang berkembang selama ini ada kepemimpinan formal (pejabat pemerintah, Ketua RT, Kelurahan, Bupati, Gubernur, atau pemimpin partai), tipe pemimpin ini mereka yang kecenderungan menduduki jabatan-jabatan di pemerintahan. kepemimpinan formal yakni suatu lembaga ataupun organisasi yang telah dipilih untuk menjadi pemimpin bangsa, berlandaskan pada pengangkatan ataupun keputusan resmi dengan membawa jabatan terhadap struktur organisasi didalamnya, dengan memenuhi kewajiban ataupun hak dengan ada hubungannya, dengan adanya pencapaian dalam sasaran organisasi. Pemimpin legal/rasional, dengan memiliki kesediaan ataupun kepatuhan

dengan berlandaskan karena peraturan yang telah dibangun dengan berbagai macam prinsip yang rasional serta juga legal. Bukan tipe pemimpin karisma ataupun adat kebiasaan yang menjadi ketaatan, pemimpin ini lebih didasarkan atas hukum yang tertulis menjadi rujukan, dan berdasarkan pertimbangan yang rasional. Sehingga ada pertanyaan mengapa orang-orang yang dipimpinya menjadi tertarik dan mampu patuh terhadap peraturan serta hukum berlaku secara tertulis. Birokrasi di Negara Birokratis, dan kepemimpinan informal (tradisional) seperti kepala adat, kepala suku, kepala geng, tipe pemimpin ini adalah pemimpin yang diluar struktur pemerintahan, yang mempunyai pengaruh dalam masyarakat karena keturunan atau adat-istiadat setempat (Said, 2012).

(4) Biaya Politik (*Cost Politics*)

Kemungkinan besar pentas pemilu yang membutuhkan anggaran sangat mahal untuk menjadi calon anggota DPD, DPR, Presiden serta Wakil Presiden bahkan Kepala Daerah Tingkat I serta II dengan membutuhkan anggaran sangat banyak. Biaya tersebut dapat dialokasikan dengan aktivitas kampanye untuk para khalayak umum dengan memilih serta mendukung calon anggota DPD, DPR, serta Presiden/Wakil Presiden. Adanya anggaran mahal dengan menjadikan para wakil rakyat, kepala daerah, kepala pemerintahan/negara dengan menjalankan berbagai macam tugas dalam kesehariannya dengan penyelewengan berdasarkan alasan "Balik modal" telah mengeluarkan waktu saat kampanye. Secara tidak langsung mengotori demokrasi dan pilihan rakyat karena ada harapan aspirasinya yang harus

diperjuangkan tingkat pusat ataupun tingkat I maupun II untuk pencapaian kesejahteraan yang meningkat. Dalam kegiatan kampanye para calon legislatif dan eksekutif banyak mengeluarkan political coast. Karena banyak aktivitas dijalankan, misalnya membayar saksi, pemasangan baliho, mengumpulkan konstituen, kampanye serta mengakibatkan pembiayaan politiknya bengkak (Rusyadi, 2019).

2.1.4 Marketing Politik

Menjadikan suatu disiplin ilmu dengan adanya kaitan konsumen maupun produsen. Hubungan tersebut dinamakan marketing yang tanpa satu arah, tetapi dua arah pada saat yang bersamaan. Produsen harus memperkenalkan dan memasarkan produk dan layanan mereka terhadap konsumen. Dengan upaya marketing ditujukan dengan meyakinkan konsumen terhadap produk tersebut lebih unggul dari produk yang dijual oleh saingannya. Adapun pendekatan ini tersedia terhadap ilmu marketing untuk meringankan lembaga politik mempresentasikan produk terhadap pemilih serta khalayak pada umumnya, serta dapat meyakinkan dalam produk untuk melampaui keunggulan politik dari pesaing. Menurut Firmanzah bahwa:

“Marketing politik adalah penerapan ilmu marketing dalam kehidupan politik. Penggabungan dua hal Ini sangat berbeda, tentu masih menyisakan pertanyaan untuk dijawab. Permasalahan yang ada berkaitan dengan metode dan penerapan yang dapat digunakan, etika dan moralitas, hingga konsekuensi di balik penerapan marketing politik”.

Marketing politik merupakan salah satu upaya partai politik untuk mempromosikan serta mempopulerkan partai terhadap membangun pencitraan dengan berbagai media. Kini popularitas politik tidak lepas dengan

image media. Politik Citra ada yang dapat mengakibatkan dari derasnya arus informasi serta kebebasan pers ataupun berpendapat dari seluruh khalayak umum. Dengan kekuatan media yang meliput berbagai macam kasus yang dapat memberikan perhatian masyarakat serta dapat membangun suatu opini dilakukan dengan sangat baik terhadap media. Oleh karena itu, para elit parpol dalam membangun lingkungan secara otoriter dan kerakyatan, dengan kecerdasan dan moral yang baik hingga memperoleh citra yang sangat bagus terhadap khalayak umum.

Menurut Nursal strategi pemasaran politik yakni aktivitas terorganisir, terencana, serta taktis yang bertujuan dengan menciptakan arti politik di kalangan masyarakat (Nursal, 2004).

“Proses penanaman figur berarti upaya untuk mencapai citra dan citra positif agar selalu dikenang dan didukung oleh pemilih. Oleh karena itu, dalam membangun citra dan citra positif, calon atau partai politik harus terlebih dahulu mengidentifikasi keadaan yang dibutuhkan masyarakat untuk mengatur langkah-langkah ambisius”.

Menurut Firmanzah dengan mendapatkan masukan dari pemilih untuk terpenting yakni memenuhi keperluan untuk pemilih. Dengan ini adanya tingkat kepuasan masyarakat yang sebenarnya. reputasi dan citra calon atau partai politik (Nursal, 2004). Oleh karena itu dalam menyusun strategi pemasaran politik harus melalui serangkaian langkah dan faktor-faktor dengan dipertimbangkan misalnya riset pasar, orientasi pasar, positioning politik serta segmentasi. Ilmu marketing digunakan agar strategi kampanye dapat tepat sasaran mendapatkan simpati masyarakat tentunya dengan strategi yang tepat, struktur, dan memiliki tujuan yang tepat yang mencakup

beberapa aspek sehingga menerima feedback positif di kalangan masyarakat sehingga bukan hanya menjual bualan atau omong kosong yang malah mendapat respon negatif dari masyarakat.

1) Pendekatan Marketing Politik

Menurut (Nursal, 2004) Pendekatan marketing politik sebagai bentuk pengimplemantasian sebuah metode yang digunakan untuk mengenalkan sebuah produk politik kepada masyarakat dengan tujuan mendapatkan respon terhadap produk politik. Dalam penyusunan strategi marketing politik harus melalui kajian, tahapan dan riset. Dengan didukung oleh teori marketing politik. Teori strategi pasar menurut Nursal yang menggunakan istilah *3p*, yaitu:

- (1) *Pull Marketing*, merupakan pemasaran produk dengan dukungan media massa dengan adanya citra produk ataupun image politik.
- (2) *Push Marketing*, merupakan calon ataupun partai politik yang ingin mendapatkan dukungan secara stimulan serta mampu memberikan terhadap pemilih.
- (3) *Pass Marketing*, bagian dari pemasaran produk dengan dukungan kelompok ataupun perorangan yang memiliki pengaruh terhadap opini pemilih.

Untuk lebih spesifik tentang penggunaan produk politik terhadap marketing yakni: partai, kandidat/calon, serta kebijakan, diperlukan adanya strategis secara optimal, dalam penerapannya dimodifikasi terhadap keperluan produk politik. Dengan contoh, untuk calon produk

individu, penggunaan sinergis dari ketiga strategi harus seimbang. Diperlukan strategi push untuk mengurangi kesenjangan antara calon dan masyarakat; strategi pull yang berguna dengan meningkatkan rasa kesadaran serta merekomendasikan calon dan kegiatan yang ditawarkan mereka; sedangkan strategi pass berguna dengan mendapatkan dukungan terhadap tokoh masyarakat dengan memobilisasi massa.

Menurut (Niffenegger, 1989) pendekatan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Niffenegger, yang terkenal penjelasan mengenai 4P yaitu promotion, product, place serta price yakni:

- (1) *Product*, partai politik menawarkan produknya berupa calon yang akan naik ke panggung politik yang memiliki kapabilitas yang baik.
- (2) *Promotion* yaitu penyampaian visi, misi, dan program calon untuk mengiklankan dirinya dan terlihat pantas untuk mendapatkan banyak suara.
- (3) *Price* adalah budget yang harus dikeluarkan pada masa kampanye.
- (4) *Place* merupakan strategi yang harus dilakukan oleh calon dengan melakukan pemetaan terhadap karakteristik dan struktur masyarakat.

Marketing politik merupakan bagian dari konsep pemasaran cukup klasik, pendekatan tersegmentasi seperti 4P (*price, product,*

place, promotion) misalnya yang dikemukakan oleh O'Leary dan Iredale penggunaan target pemasaran (*marketing mix*) dengan produk partai tersebut. Hal tersebut, mengadopsi rangkaian yang diyakini para aktor politik serta mereka dengan mengimplementasikannya dapat memberikan alternatif strategi untuk mendapatkan dukungan politik, terutama pada tendensi voting (O'Leary & Iredale, 1976).

Penggunaan target marketing 4P dalam riset pasar politik tetap relevan, sebagaimana McCarthy mendefinisikan 4P target marketing dalam buku Andy Wijaya, Yusuf Enril Fathurrohman, Sisca Sisca, untuk melakukan kombinasi terhadap elemen dengan dapat dilaksanakan oleh manajer dengan keperluan pasar yang ada (Wijaya et al., 2021). Target pemasaran McCarthy yang disebarkan secara luas dengan para manajer maupun akademik, menjadikan elemen penting dari teori serta praktik pemasaran.

2) Aplikasi Marketing Politik

Partai politik hendaknya membangun suatu *image* di mata publik guna membuat masyarakat bisa lebih mengetahui kontestan yang partai politik ajukan sebagai calon pemimpin publik. Terlebih lagi, publik terkadang merasa ditinggalkan oleh partai politik bahkan janji janji dari para kontestan pun ketika masa kampanye selesai, janji mereka seperti hilang begitu saja. maka public pun terkadang kehilangan rasa kepercayaan terhadap para kontestan dari partai politik yang akan maju sebagai calon pemimpin public.

Menurut Firmanzah image politik dapat dibangun melalui *Marketing Politik*. Ada beberapa strategi yang dapat diaplikasikan untuk membangun image politik di masyarakat yaitu;

- (1) Membutuhkan waktu yang relatif lama karena Memang masyarakat dan media perlu menghimpun setiap kegiatan yang dilakukan partai politik agar dapat memahami partai politik dengan baik.
- (2) Dibutuhkannya kestabilan secara keseluruhan yang dapat dilakukan oleh partai adapun contohnya dari segi ideologi program kerja, reputasinya sampai dengan pemimpin partai.
- (3) Kesan masyarakat serta persepsi masyarakat terhadap hal apa saja yang dilakukan partai politik.
- (4) Tumbuhnya kesadaran masyarakat berasal dari memory para kontestan yang terkumpul di masyarakat sendiri. Jadi masyarakat berperan sebagai subjek yang menilai bukan seperti objek yang hanya dapat menerima informasi.

Menurut Firmanzah juga mengemukakan untuk membangun image positif pada mata publik maka partai politik wajib melakukan pendekatan rasional dan emosional secara bersamaan menggunakan melakukan keempat taktik pada atas Kesemuanya ini bisa berlangsung menggunakan adanya komunikasi politik Komunikasi politik ini merupakan seluruh dapat dilaksanakan sang partai dengan cara transfer ataupun mendapat umpan balik mengenai info info politik dari seluruh

kegiatan yg dilakukannya terhadap masyarakat. Unsur dan Tahap Marketing Politik (Firmanzah, 2012).

Dalam penyusunan strategi marketing terdapat penerapan-penerapan yang seharusnya dilakukan berasal dari unsur dan tahapan tahapan guna tercapainya tujuan marketing politik yang bisa membangun kepercayaan publik sehingga publik bisa lebih mempercayai kontestan yang akan maju untuk menjadi pemimpin publik. Maka dari itu unsur dan tahapan perlu diperhatikan dalam penggunaan marketing politik. Dibawah ini beberapa unsur dan tahap marketing politik, yaitu sebagai berikut:

- 1) Orientasi Pasar menjadi isu baik untuk para calon ataupun lembaga politik seiring adanya semakin ketatnya perolehan suara calon ataupun lembaga politik harus selalu dekat dengan para pemilihan dengan mengimplementasikan strategi marketing sehingga menarik minat pemilih. Seperti yang dikemukakan oleh Firmanzah dalam penjelasannya yakni sebagai berikut:

“Seorang calon atau institusi politik harus dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan publik, kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan politik. Pemilih membutuhkan produk politik seperti program kerja, ideologi harapan dan figur pemimpin yang dapat memberikan rasa pasti untuk menghadapi suatu permasalahan dalam masyarakat”.

Para pelaku politik mampu berorientasikan kepada permintaan pasar. Sehingga menjadikan faktor eksternal tersebut yang harus menjadikan suatu pondasi dasar dengan meningkatkan terhadap produk tersebut. Sehingga pelaku politik diharuskan

untuk lebih paham terhadap perkembangan masyarakat, apa yang masyarakat inginkan, serta aksi, strategi dan regulasi dari partai politik saingannya dan regulasi politiknya sendiri (Firmanzah, 2012).

- 2) Riset pasar yang dikutip dari pendapat Firmanzah menjelaskan dengan tidak suatu informasi didapatkan dari riset pasar dengan membutuhkan perhatian, hal tersebut menjelaskan mengenai suatu informasi dengan mempunyai berbagai potensi dengan perolehan suara calon ataupun institusi politik dengan membutuhkan perhatian. Riset pasar adalah langkah pertama dalam memahami situasi dan keadaan masyarakat. Partai politik perlu melakukan riset pasar dengan kebutuhan masyarakat serta pendapat dari masyarakat. Riset pasar dilakukan untuk menemukan informasi tentang apa yang dibutuhkan masyarakat sebagai pemilih. Hal ini memungkinkan kandidat atau institusi politik yang melakukan riset pasar ini untuk mengetahui kebutuhan yang harus dipersiapkan dengan adanya strategi pemasaran politik dan mengevaluasi perubahan sosial terhadap masyarakat dan mampu menganalisis aksi yang dapat dilakukan oleh lawannya. Sehingga dapat meminimalisir segala resiko. Sehingga internal partai dapat mengambil keputusan yang tepat dan efektif Keputusan perlu didukung oleh informasi yang akurat, sangat efektif dengan melalui riset pasar terlebih dahulu karena

sulitnya memperoleh informasi yang akurat tanpa menyelidiki lingkungan eksternal kandidat atau partai politik (Firmanzah, 2012).

- 3) Segmentasi pasar, setelah penulis membahas riset pasar, langkah selanjutnya dari tahapan marketing politik yaitu segmentasi pasar. Riset pasar sendiri digunakan sebagai salah satu strategi dengan adanya peluang yang lebih luas, maka segmentasi tersebut digunakan menjadi salah satu metode yang lebih spesifik daripada segmentasi pasar. Segmentasi pasar membutuhkan karena diperlukan terhadap segi karakteristik, dan juga kebutuhan dari seseorang tidak bisa disamaratakan sampai perlunya dikelompokkan untuk menjangkaunya. Pernyataan ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Smith dalam buku (Kasali, 2008) yakni sebagai berikut;

“Konsumen pada dasarnya berbeda-beda, karena hal itu maka dibutuhkan program-program pemasaran yang berbeda-beda pula untuk menjangkaunya. Dalam konteks politik, calon atau partai politik harus melakukan pendekatan yang berbeda-beda dalam menghadapi masyarakat yang bersifat heterogen, oleh karena itu segmentasi memberikan keuntungan yang strategis dalam melakukan manajemen pemasaran politik seperti mendesain produk-produk politik yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, kemudian menganalisis pasar, menemukan peluang dan menguasai pasar yang superior dan kompetitif serta dapat menentukan strategi komunikasi yang efektif dan efisien”

Dari pernyataan diatas bisa dilihat bahwa para kontestan/para calon ataupun partai politik ini akan lebih mudah

untuk menentukan strategi yang akan digunakan dalam menjangkau dan menghadapi persaingan dari lawan guna memperebutkan suara pemilih dalam pemilihan umum. Menurut (Firmanzah, 2012) menjelaskan sebagai berikut:

“Partai harus mampu mengidentifikasi kelompok-kelompok yang terdapat dalam masyarakat. Dengan teridentifikasinya kelompok-kelompok ini, partai politik akan memahami karakteristik setiap kelompok masyarakat. Aktivitas ini dapat dikatakan sebagai segmentasi. Dalam segmentasi, masyarakat akan diidentifikasi dan juga dikelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu. Kerumitan struktur masyarakat akan disederhanakan melalui identifikasi setiap kelompok yang menjadi penyusun utama suatu masyarakat. Masyarakat tidak tersusun dari nilai dan pola tunggal, tetapi terdiri dari beragam kelompok yang membutuhkan pendekatan berbeda satu dengan yang lainnya”.

- 4) Positioning politik bisa dijelaskan mengenai kegiatan dengan menanamkan sebuah kesan di benak terhadap konsumen untuk mempunyai pilihan dan membedakan jasa ataupun produk yang telah dihasilkan melalui organisasi dengan bersangkutan tersebut. Positioning ini sendiri terdiri dari atribut jasa serta produk dapat dihasilkan kemudian dapat direkam dengan bentuk image terdapat adanya suatu sistem kognitif para konsumen. Maka nantinya, konsumen akan bisa lebih mudah dalam mengidentifikasi perbedaan produk dan jasa yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan atau organisasi lainnya. Firmanzah mengemukakan bahwasanya yakni “Partai politik harus mampu menempatkan produk dan image politik dalam benak masyarakat.

Untuk dapat tertanam produk dan image harus memiliki sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan produk-produk politik lainnya. Sesuatu yang berbeda harus dilakukan dalam positioning politik, karena hal ini akan memudahkan masyarakat dalam membedakan produk suatu partai dengan produk-produk yang lain. Suatu partai dapat memposisikan diri sebagai partai yang memperjuangkan gerakan anti korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN). Dan jika ternyata partai tersebut dalam setiap gerak dan aktivitas kader-kadernya memang konsisten dengan nilai-nilai yang diperjuangkannya maka masyarakat akan bisa menempatkan partai tersebut sebagai partai yang memperjuangkan transparansi dan accountability. Alhasil, ketika ada suatu masalah KKN, dengan otomatis masyarakat akan mensosialisasikan persoalan ini dengan partai tersebut, bukan partai lain". Aktivitas politik Menurut Lock dan Harris dalam Firmanzah adalah "Aktivitas untuk memposisikan dan memposisikan diri, dengan setiap aktivitasnya yang dilakukan sekadar untuk mendefinisikan identitas partai". Permasalahan mendasar dalam positioning adalah penciptaan consistent image yang mengerucut pada suatu tema tertentu, dimana image politiknya terdiri dari program kerja partai, isu politik, dan image pimpinan partai. Dalam positioning, atribut produk dan jasa yang dihasilkan akan direkam dalam bentuk image yang terdapat

dalam sistem kognitif konsumen. Untuk menciptakan Positioning partai tidaklah muncul dengan sendirinya, memerlukan sebuah usaha media komunikasi yang secara sistematis dan berkelanjutan dalam hal mempublikasikan pencapaian strategi positioning yang telah ditetapkan.

3) Citra Politik

Citra politik menurut Anang Anas Azhar “Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik langsung maupun tidak langsung, misalnya dari media. Pencitraan berasal dari kata citra yang didefinisikan para pakar secara berbeda-beda dan pada hakikatnya sama maknanya. Pemaknaan citra merupakan hal yang abstrak, karena citra tidak dapat diukur secara sistematis meskipun wujudnya dapat dirasakan baik positif maupun negatif. Penerimaan dan tanggapan, baik positif maupun negatif tersebut datang dari publik atau khalayak”. Citra ini sebagai akumulasi terhadap perilaku ataupun tindakan terhadap individu dengan selanjutnya dapat mengalami berbagai proses dengan membentuk opini publik secara luas (Azhar, 2017).

Menurut (Soemirat & Ardianto, 2010) memaknai citra untuk perasaan, kesan serta gambaran terhadap publik dengan perusahaan ataupun kesan sengaja dengan menciptakan suatu objek, orang ataupun organisasi. Berlandaskan penjelasan ini, Soemirat mengemukakan pendapat mengenai berbagai faktor yang menjelaskan proses pencitraan, yakni:

- (1) Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan itu sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dan dapat mempengaruhi perkembangan informasinya.
- (2) Persepsi, yaitu hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai suatu produk. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.
- (3) Sikap, yaitu kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu.
- (4) Motif, yaitu keadaan dalam individu yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

Kemudian menurut (Lippman, 1965) menjelaskan mengenai citra adalah gambaran dunia menurut persepsi kita, atau gambaran di kepala kita, gambaran realitas dan mungkin tidak sesuai dengan realitas. Citra terbentuk atas dasar informasi yang diterima melalui berbagai media yang berfungsi untuk membentuk, memelihara, atau mendefinisikan

kembali citra, khususnya media cetak dan media massa elektronik. Dari perspektif ilmu sosial, salah satu pendekatan teoritis untuk penciptaan citra adalah manajemen kesan, di mana citra dipandang sebagai kesan yang diberikan satu orang atau organisasi kepada orang atau organisasi lain.

Secara umum, partai politik dan kandidat mengambil kesempatan ini untuk menggambarkan apa yang disebut oleh Nimmo sebagai "diri politik" seorang politisi. Yaitu propaganda free-riding, menggunakan sarana masuk dan keluar atau "free-riding" untuk membantu menyebarkan propaganda sendiri. Sebagai pembicara di forum, berpartisipasi dalam acara olahraga, mensponsori kegiatan sosial, dll. Kemudian bekerjasama dengan publisitas, yaitu menggunakan berita luar biasa-peristiwa yang sangat luar biasa (Nimmo, 1993).

Misalnya, peristiwa tsunami, gempa bumi atau banjir bandang. Kandidat dapat menggambarkan diri mereka sebagai orang atau partai politik dengan kesadaran sosial yang lebih tinggi. Suatu peristiwa luar biasa selalu diberitakan oleh media-media besar, sehingga berpartisipasi di dalamnya sangat bermanfaat. Selanjutnya, paid promotion yaitu cara mempromosikan diri dengan membeli judul atau program dari media massa. Misalnya pemasangan baliho, reklame, pamflet, dll.

Bentuk pencitraan politik yang biasanya dilakukan dapat dibagi menjadi dua strategi: petahana vs penantang. Yang pertama

menunjukkan hasil yang perlu dilanjutkan. Yang kedua menunjukkan kegagalan kebijakan pemerintah, dan tema kampanye telah diubah untuk digantikan oleh Konstitusi. Para pelaku politik yang ingin terjun ke dalam pusaran pemilihan menggunakan media baliho sebagai alat pencitraan dirinya agar masyarakat dapat mengenal karakteristik pelaku politik yang memuat foto, visi, misi, seloga, dan lain sebagainya. Menurut Pujiriyanto dalam jurnal Pengukuran Efektivitas Penggunaan Media Baliho Pada Pemilihan Umum 2019 Terhadap Generasi Milenial, media baliho merupakan alat penyampaian yang ingin menjelaskan secara visual mengenai adanya suatu agenda kegiatan sehingga dapat dilihat oleh banyak orang. Ukuran media ini sangat besar, unsur-unsur di dalamnya terdapat teks dan gambar. Jangka waktu publikasi media ini relatif singkat, apalagi jika digunakan sebagai alat peraga politik (Sutarini, 2019).

4) Pengertian Baliho

Baliho merupakan sebuah media pemasaran yang sering kita lihat di tempat kerumunan baliho digunakan oleh para aktor-aktor politik dan juga partai politik untuk memperkenalkan diri ke masyarakat agar masyarakat lebih mengenal partai politik dan para aktor politik. berikut ini adalah teori - teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli;

- (1) Kesaril menyebutkan bahwa baliho merupakan salah satu cara memperkenalkan figur cagub, cawagub, dan caleg serta

mencitrakan diri mereka melalui kata – kata dan gambar (Kesari, 2014).

- (2) Addasuqi mengatakan bahwa baliho merupakan sebuah bentuk komunikasi politik peserta pemilu kepada masyarakat bertujuan untuk menyampaikan informasi seputar calon legislatif baik itu berupa visi dan misi maupun sebagai bentuk pencitraan peserta pemilu kepada masyarakat (Andu, 2019).
- (3) Teori tersebut dapat disimpulkan bahwa periklanan untuk memperkenalkan sebuah produk kepada masyarakat luas. menjadikan baliho sebuah komunitas media iklan yang menjanjikan bagi pengenalan tokoh politik yang ingin maju di pemilihan umum.

5) Fungsi Baliho

Menurut jurnal (Prasetyo et al., 2018) baliho merupakan komunikasi nonverbal dari sebuah media cetak yang memiliki fungsi seperti:

- (1) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang calon yang disebutkan dalam bentuk nama nomor urut visi dan misi serta program kerja atau hal-hal lain yang menurut calon harus dicantumkan untuk mensukseskan simpati dan perhatian masyarakat.
- (2) Ekspresi keakraban dimana sering ditemukan baliho dengan slogan-slogan politik yang mengungkapkan pandangan politik

kandidat dalam kaitannya dengan tujuan perusahaan yang berwawasan politik akan menyeleksi kandidat.

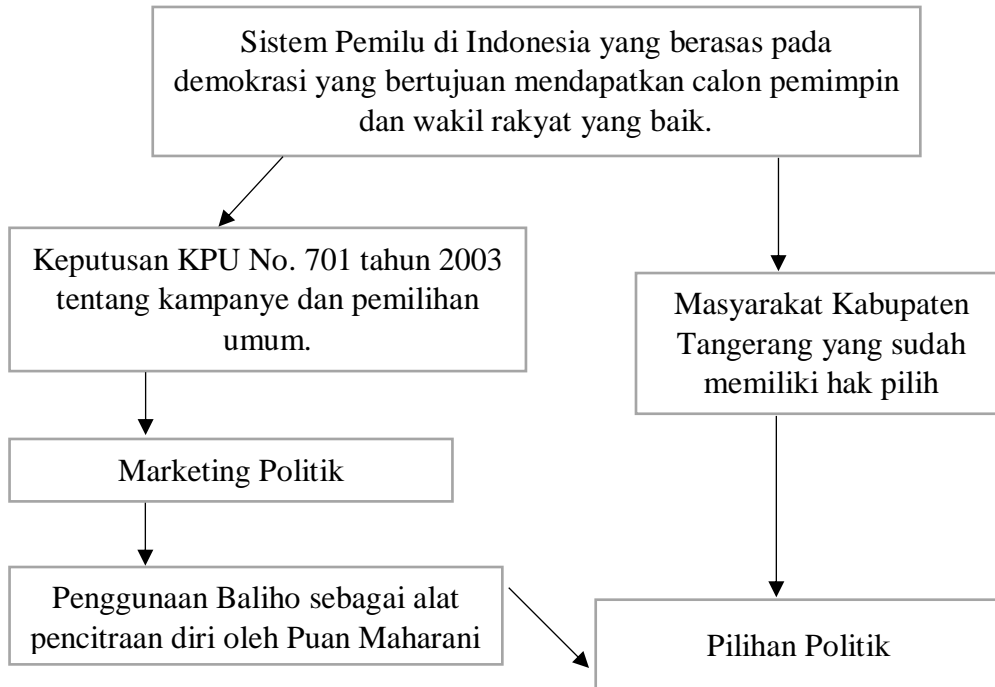
- (3) Tailor interaction yaitu kandidat secara tidak langsung ingin menciptakan interaksi antara dirinya dengan calon pemilihnya misalnya dengan memasukkan informasi yang menurut kandidat penting bagi masyarakat misalnya program kerja atau apa yang diusulkan kandidat atau apa yang akan dilakukan kandidat. Jika kemudian memenangkan kontes politik. Hal ini secara tidak langsung mengatur atau mengarahkan bagaimana seharusnya masyarakat bereaksi terhadap apa yang ditawarkan calon yang kemudian memunculkan interaksi pemilih-calon.
- (4) Melakukan kontrol sosial apabila seorang calon secara tidak langsung memberikan arahan atau mengajak masyarakat untuk melakukan suatu tindakan misalnya dengan memberikan nasihat tentang cara memilih nomor urut yang tercantum atau dengan menghafal dan memilih nama calon yang ditulis di papan pengumuman yang mudah diacak.
- (5) Untuk membantu pencapaian cita-cita dalam hal ini sangat jelas bahwa caleg melakukan sosialisasi atau kampanye melalui baliho dengan menggunakan sebagai strategi untuk mencapai sasaran mendapatkan atau mendapatkan banyak suara masyarakat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan definisi yang telah disebutkan diatas, maka peneliti membuat kerangka berpikir untuk penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut. Variabel penelitian terbagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependent untuk variabel independen pada penelitian ini yaitu image politik dan variabel dependen yaitu pilihan politik. Image politik salah satu cara untuk membangun persepsi masyarakat terhadap apa saja yang dilakukan oleh Puan Maharani yang akan maju dalam pencalonan presiden. Puan Maharani harus mampu menciptakan kesan, citra dan reputasi mereka didalam benak masyarakat. Sehingga membentuk pilihan politik yang merupakan sebuah bentuk kebebasan masyarakat dalam menentukan pilihan politik baik itu kepada partai atau calon pemimpin di saat diadakannya konsentrasi politik.

Masyarakat Kabupaten Tangerang memiliki populasi dengan berjumlah 3,909 Juta (berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang 2020) masyarakat Kabupaten Tangerang karena jumlah pemilih di Kabupaten Tangerang berada di kisaran 1.875.124 (Data KPU Kabupaten Tangerang 2019).

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya yaitu citra politik dalam hal khususnya penggunaan baliho Puan Maharani dapat mempengaruhi pemilihan masyarakat Kabupaten Tangerang.

Hipotesis :

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara image politik terhadap pilihan masyarakat Kabupaten Tangerang.

Ha: Terdapat pengaruh antara image politik terhadap pilihan masyarakat Kabupaten Tangerang.