

**FAKTOR PENENTU KEMENANGAN MEGAWATI  
DALAM PILPRES 2009 DI KECAMATAN SEPULU,  
KABUPATEN BANGKALAN**

**SKRIPSI**



**Diajukan Kepada  
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu  
Program Studi Filsafat Politik Islam**

<b>PERPUSTAKAAN</b> IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS K U-2011 006 PI	No. REG : U-2011/PI/006 ASAL BUKU : TANGGAL :

Oleh

**SITI SYAMSIYAH  
NIM. E04206006**

**PROGRAM STUDI POLITIK ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2011**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Skripsi yang disusun oleh Siti Syamsiyah ini telah  
diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 31 Januari 2011

Pembimbing



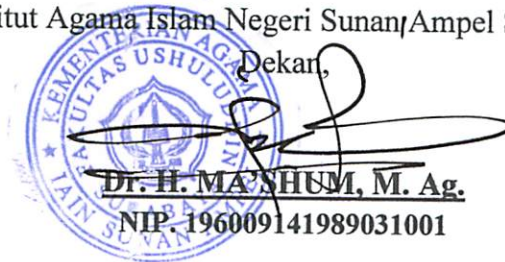
**DR. BIYANTO, M. Ag.**  
NIP.197210101996031001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang disusun oleh Siti Syamsiyah ini telah dipertahankan di depan  
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 9 Pebruari 2011

Mengesahkan,  
Fakultas Ushuluddin  
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Dekan,



**Dr. H. MASHUM, M. Ag.**  
NIP. 196009141989031001

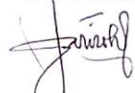
Tim Penguji :

Ketua,



**Dr. BIYANTO, M. Ag.**  
NIP.197210101996031001

Sekretaris,



**LAILI BARIROH, M. Si**  
NIP. 1977110320009122002

Penguji I,



**AINUR ROFIQ AL AMIN, S.H., M. Ag**  
NIP. 197206252005011007

Penguji II,



**HOLILAH, M. Si**  
NIP. 197610182008012008

## ABSTRAK

- Judul** : **Faktor Penentu Kemenangan Megawati Dalam Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan**
- Penulis** : **Siti Syamsiyah**
- Pembimbing** : **DR. Biyanto, M. Ag**
- Kata Kunci** : **Kemenangan Megawati, Pilpres 2009, Kecamatan Sepulu**

Skripsi ini berjudul Faktor Penentu Kemenangan Megawati Dalam Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan. Rumusan masalah: pertama, apa faktor yang menentukan kemenangan Megawati dalam Pilpres 2009. Kedua, apa faktor yang paling dominan kemenangan Megawati di Kecamatan Sepulu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Setting penelitian adalah Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer merupakan hasil wawancara bersama informan yang terdiri dari tim pemenang Megawati Kecamatan Sepulu dan masyarakat pemilih Megawati. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, *interview*, dan dokumentasi.

Kerangka konseptual dan teoritik yang digunakan adalah pengertian marketing, konsep marketing politik, teori budaya politik parokial serta Pemilihan Presiden 2009.

Temuan penelitian ini : pertama, faktor yang menentukan kemenangan Megawati dalam Pemilu Presiden 2009 di Kecamatan Sepulu adalah implementasi dari konsep marketing politik. Kedua, faktor yang paling dominan kemenangan Megawati di Kecamatan Sepulu adalah faktor keturunan dari Bung Karno, sehingga memiliki karisma yang tinggi. Hal inilah yang menjadi *image* Megawati di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan.

## DAFTAR ISI

Sampul Dalam .....	i
Persetujuan Pembimbing Skripsi .....	ii
Pengesahan Tim Penguji Skripsi .....	iii
Motto .....	iv
Persembahan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	11
E. Telaah Pustaka .....	12
F. Metodologi Penelitian .....	14
G. Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II KERANGKA TEORITIK .....</b>	<b>23</b>
A. Pengertian dan Konsep Marketing .....	23
B. Pengertian dan Konsep Marketing Politik .....	27
C. Budaya Politik .....	30

D. Pemilihan Presiden 2009.....	41
E. Faktor-faktor yang Menentukan Kemenangan Calon Presiden .....	47
BAB III SETTING PENELITIAN .....	51
A. Sejarah Kecamatan Sepulu .....	51
B. Keadaan Geografis .....	55
C. Keadaan Demografi .....	58
D. Keadaan Sosial Politik Masyarakat Kecamatan Sepulu .....	64
E. Data Pemilih di Kecamatan Sepulu .....	69
BAB IV FAKTOR PENENTU KEMENANGAN MEGAWATI.....	71
A. Calon Presiden dan Wakil Presiden .....	72
B. Visi dan Misi .....	80
C. Faktor–Faktor Kemenangan Megawati.....	82
D. Faktor Penentu yang Paling Dominan Kemenangan Megawati .....	88
BAB V PENUTUP .....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran .....	90
Daftar Pustaka.....	91
Lampiran–lampiran .....	93

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1-Hasil Rekapitulasi Penghitungan Suara Pemilu Presiden 2009 Tingkat KPU Kabupaten Bangkalan .....	9
Tabel 2-Hasil Rekapitulasi Penghitungan Suara Pemilu Presiden 2009 Tingkat KPU Kabupaten Bangkalan (Lanjutan).....	9
Tabel 3-Jumlah Penduduk dan Luas Wilayah di Kecamatan Sepulu Tahun 2008 ....	44
Tabel 4-Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Pertanian Tanaman Pangan di Kecamatan Sepulu Tahun 2008 .....	48
Tabel 5-Luas Areal dan Produksi Tanaman Perkebunan Rakyat .....	48
Tabel 6-Data Pemilih di Kecamatan Sepulu .....	51

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) adalah salah satu partai dari 48 partai politik yang ikut dalam Pemilu 1999. Awal PDI Perjuangan tidak akan bisa dipisahkan dari sejarah Partai Demokrasi Indonesia yang mempunyai *platform* nasionalisme.<sup>1</sup>

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) adalah sebuah partai politik di Indonesia. Lahirnya PDI Perjuangan dapat dikaitkan dengan peristiwa 27 Juli 1996. Hasil dari peristiwa ini adalah tampilnya Megawati Soekarnoputri di kancah perpolitikan nasional. Walaupun sebelum peristiwa ini Megawati tercatat sebagai Ketua Umum Partai Demokrasi Indonesia (PDI) dan anggota Komisi I DPR, namun setelah peristiwa inilah, namanya dikenal di seluruh Indonesia.<sup>2</sup>

Ketua Umum PDI Perjuangan adalah Megawati Soekarnoputri yang lahir pada Tanggal 23 Januari 1947 di Yogyakarta. Dia mulai masuk dan aktif di PDI pada tahun 1987 sehingga dipilih menjadi ketua PDI. Terangkatnya Megawati ini karena merupakan sosok yang bebas konflik, selain itu masuknya anak-anak

---

<sup>1</sup> Megandaru W. Kawuryan, *Kamus Politik Modern* (Yogyakarta: Pura Pustaka, 2008), 562.

<sup>2</sup> "[http://id.wikipedia.org/wiki/Partai\\_Demokrasi\\_Indonesia\\_Perjuangan](http://id.wikipedia.org/wiki/Partai_Demokrasi_Indonesia_Perjuangan)" (25 Januari 2011)



Soekarno (Megawati dan Guruh) ternyata mempengaruhi kenaikan suara PDI. Walaupun mendapat suara mayoritas, pemerintah rupanya tidak merestui langkah Megawati. Hal ini dapat dilihat dari berbagai usaha untuk menjegal dan menghalang-halangi Megawati dan pendukungnya.<sup>3</sup>

Sikap Megawati yang cenderung diam, sering menimbulkan salah pengertian. Berbeda dari calon presiden lain, yang secara lugas dan cepat memberikan tanggapan terhadap suatu isu yang berkembang di masyarakat. Kalaupun Megawati berbicara, sifatnya sangat umum, tidak argumentatif, bahkan hanya merupakan pesan, nasihat atau himbauan. Ironisnya, pesan, nasihat atau himbauan itu adakalanya berlawanan dengan aspirasi yang sedang berkembang di tengah-tengah masyarakat.

Kesahajaan dalam mengungkapkan pendapat itulah yang kemudian menimbulkan kesan Megawati tidak memiliki kapasitas yang memadai untuk menduduki posisi presiden. Apalagi dibandingkan calon presiden lain, Megawati memang tidak menyanggah gelar akademis seperti halnya Amien Rais, Sri Bintang Pamungkas, Yusril Ihza Mahendra maupun Habibie.

Secara objektif Megawati adalah calon kuat yang mempunyai basis dukungan paling solid dan sangat konstan sejak awal hingga saat itu. Hal itu berbeda dari calon presiden lainnya, yang kemunculannya di pentas politik nasional baru belakangan, mengiringi naiknya gerakan reformasi. Sehingga ketika

---

<sup>3</sup> W. Kawuryan, *Kamus Politik Modern*, 564.

gerakan reformasi mulai menyusut, dukungan kepada mereka tidak sekuat pada saat puncaknya keberhasilan gerakan reformasi –yang ditandai dengan lengsernya Soeharto sebagai presiden–.

Para elit politik dan kalangan atas tampaknya tidak begitu menyambut gembira atas kemenangan PDI Perjuangan. Pernyataan-pernyataan yang meragukan kemampuan Megawati masih terus dilansir di media massa. Dikesankan, seolah-olah kapasitas personal Megawati belum siap untuk mengurus negara yang sedang menghadapi banyak masalah.

Bagaimanapun harus ditegaskan, betapa ketokohan Megawati sulit dibandingkan dengan calon presiden lainnya. Itu karena Megawati memiliki latar belakang keluarga secara khusus. Dia adalah anak presiden pertama republik ini, yang sepanjang masa kanak-kanaknya hingga berkembang dewasa hidup dalam suasana protokoler istana kepresidenan. Tentu Megawati sangat memahami bagaimana pendekatan kenegaraan yang harus dilakukan.

Dari sisi pengalaman batin lainnya, Megawati dapat diibaratkan pernah hidup pada suasana bersuhu minimum nol derajat celcius sampai suhu maksimum 100 derajat celcius. Megawati mengalami kehidupan yang penuh belenggu akibat represifnya rezim Orde Baru. Namun, justru lantaran silsilah keluarga yang spesial itu pula, Megawati dianggap besar bukan karena kapasitas pribadi, melainkan karena kharisma ayahnya, Bung Karno.<sup>4</sup> Lawan-lawan politiknya

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, 47

menyatakan, dengan kharisma saja tidak cukup untuk memimpin Bangsa Indonesia.

Katakanlah soal keraguan para elit politik atas kemampuan Megawati dapat diatasi. Namun masih ada ganjalan yang cukup pelik, yakni menyangkut status Megawati sebagai sosok perempuan yang dipersoalkan oleh sebagian kalangan Umat Islam. Menurut salah satu penafsiran hukum Islam, ada kalangan yang tidak bisa menerima seorang perempuan menjadi pemimpin pemerintahan.

Persoalan itu, sebenarnya masih bisa diperdebatkan. Di kalangan Umat Islam pendukung PDI Perjuangan misalnya, tidak pernah mempersoalkan hal ini. Tetapi, sebagian Umat Islam pendukung PKB mungkin tidak mudah untuk menerima kepemimpinan Megawati sebagai presiden. Demikian pula, di beberapa partai berbasis Massa Islam, seperti Partai Keadilan, Partai Kebangkitan Umat dan Partai Bulan Bintang.

Pemilu 2004 merupakan babak baru bagi sejarah demokrasi Indonesia. Karena, Juli 2004 merupakan era pertama diadakannya Pemilihan Presiden secara langsung. Setelah melalui serangkaian tahapan pemilihan calon anggota legislatif baik tingkat pusat, daerah propinsi, maupun daerah kabupaten –maupun calon anggota DPD– pada Bulan April 2004.

Walaupun perolehan suara PDI Perjuangan mengalami penurunan suara, sehingga menduduki peringkat kedua setelah Partai Golkar dalam meloloskan calegnya menduduki kursi DPR. Namun, PDI Perjuangan yang lulus *threshold*

dapat mengantarkan Megawati secara otomatis, berpasangan dengan Hasyim Muzadi, mantan ketua NU saat itu.

Setelah melalui Pemilu Presiden 2004 yang dua kali putaran. Sungguh jauh dari matematika politik yang diperkirakan sebagian besar kalangan. Walaupun PDI Perjuangan berhasil merangkul partai-partai besar –Partai Golkar dan PKB- dan partai-partai kecil. Namun hal itu, tidak berhasil meraup suara pemilih. Sehingga pemilu presiden untuk kali pertama ini dimenangkan oleh Susilo Bambang Yudhoyono dan Jusuf Kalla, yang diusung oleh Partai Demokrat.

Rentang waktu telah berlalu, namun Megawati Soekarno Putri tidak mau menyerah untuk menuruti ambisinya untuk memimpin Indonesia menjadi seorang presiden, sekarang dia menebarkan pesonanya melalui kendaraannya PDI Perjuangan dalam Pemilu Tahun 2009. Pemilu ini merupakan peristiwa penting dalam sejarah ketatanegaraan kita. Untuk kali kedua dalam sejarah nasional pemilihan umum dilakukan secara langsung untuk memilih presiden, wakil presiden dan anggota legislatif.

Dalam Rapat Kerja Nasional II dan Rapat Koordinasi Nasional di Jakarta, Ketua Umum DPP PDI Perjuangan Megawati Soekarnoputri menyatakan bersedia dicalonkan sebagai presiden pada Pilpres 2009. Kesiediaan Megawati terutama untuk mengonsolidasikan PDI Perjuangan yang kian rentan dengan perpecahan dan sebagai partai oposisi. Strategi PDI Perjuangan mengajukan calon presiden

lebih awal dibandingkan partai lain adalah langkah tepat. Meski, hal itu tidak mudah bagi Megawati untuk menang dalam Pilpres 2009.

Pada dasarnya, Pemilu nasional merupakan evaluasi bagi seorang pemimpin yang sedang berkuasa. Kekalahan penguasa dalam Pemilu membuktikan bahwa rakyat tak menginginkan pemimpin itu kembali ke singgasana. Yang juga perlu dipertimbangkan dalam membaca peluang Megawati adalah fenomena munculnya sejumlah kecenderungan baru dalam jagat politik, baik secara nasional maupun global.

Secara nasional, menurut sejumlah survei, sedang tumbuh keinginan akan munculnya figur-figur baru sebagai pemimpin alternatif pada Pilpres 2009, terutama tokoh-tokoh yang bukan berasal dari partai politik. Sebab, kepercayaan rakyat pada partai politik tengah berada di titik nadir. Selain itu, rakyat sudah pandai menilai sejauh mana kualitas dan kemampuan para pemimpinnya, terutama yang pernah atau tengah berkuasa.

Adanya transparansi di segala lini kehidupan berdampak sangat positif bagi pendidikan politik rakyat. Rakyat tak bisa lagi dikibuli dengan segala macam statistik yang dijadikan pedoman baku para penguasa dalam mengukur keberhasilan dirinya. Penguasa tak bisa lagi menyembunyikan kesalahan-kesalahan yang pernah dilakukannya.

Dampak lain dari kecenderungan itu ialah semakin longgarnya basis ideologi partai-partai. Rakyat tak bisa lagi dibuai dengan jargon-jargon

ideologis, baik yang sekuler seperti nasionalisme, sosialisme, maupun religius seperti janji-janji menegakkan syariat Islam. Rakyat tak bisa lagi dibohongi.<sup>5</sup>

Pada Pemilu 2009 ini Megawati mencalonkan diri dari PDI Perjuangan yang berkoalisi dengan Prabowo Subianto dari Partai Gerindra. Megawati dan Prabowo mempunyai misi mengentaskan kemiskinan, atau setidaknya mengurangi angka kemiskinan bisa dilakukan dengan mengupayakan kedaulatan pangan, tak hanya swasembada pangan atau ketahanan pangan. Terlalu banyak barang dari luar negeri. Karena itu hentikan impor beras dan gula untuk memperbesar produksi dalam negeri. Ini akan dapat mengurangi pengangguran. Belum optimalnya otonomi daerah menyebabkan tingginya tingkat urbanisasi, yang justru menambah tingginya kaum miskin kota.<sup>6</sup>

Banyak hal yang membuat kalangan tertarik untuk mengkaji karena permasalahan dalam pemilu bukan hanya permasalahan yang terbatas pada kampanye, pemberian suara, penghitungan suara, konflik massa ataupun gerakan-gerakan protes dari ketidak-puasan kontestan pemilu, tapi pemilu merupakan media pendidikan politik bagi warga negara.

Pemilu dilaksanakan serempak di semua daerah dan secara umum Pemilu Tahun 2009 berhasil dengan sukses, namun dibalik kesuksesan besar itu masih

---

<sup>5</sup> <http://jawapos.com/Pemilu2009>” (25 Januari 2011)

<sup>6</sup> [http://okezone.com/Pemilu\\_2009](http://okezone.com/Pemilu_2009)” (25 Januari 2011)

meninggalkan permasalahan yang belum dapat dituntaskan. Bukan hanya berada pada tingkat pusat, namun sampai pada wilayah-wilayah lokal.

Di Kabupaten Bangkalan pelaksanaan pemilu berjalan dengan sukses, kesuksesan ini tidak lepas dari peran semua pihak terutama masyarakat sebagai faktor pendukung dan penentu dengan melakukan partisipasi politik didalamnya. Adapun bentuk partisipasi politik masyarakat beraneka ragam, ada yang sebatas memberikan suara namun ada juga yang memilih bentuk partisipasi politik seperti mengikuti kampanye, menjadi juru kampanye, ataupun menjadi saksi dalam pemilu.

Sementara di Kabupaten Bangkalan hasil Pemilu Presiden yang lalu (8 Juli 2009) dimenangkan oleh SBY, kecuali di Kecamatan Sepulu yang dimenangkan oleh Megawati Soekarno Putri. Seperti hasil perolehan suara di Kabupaten Bangkalan sebagai berikut:

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

Tabel 1. Hasil Rekapitulasi Penghitungan Suara Pemilu Presiden 2009 Tingkat Kabupaten Bangkalan

A	SUARA SAH PASANGAN CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN	KECAMATAN									JUMLAH DIPINDAHKAN
		BANGKALAN	SOCAN	BURNEH	KAMAL	AROSBAYA	GEGER	KLAMPIS	SEPULU	TJ. BUMI	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	HJ. MEGAWATI-PRABOWO	4092	7411	6040	5487	4105	9179	6444	8141	6336	<b>57235</b>
2	Dr. H. SUSILO YUDHOYONO- Prof. Dr. BOEDIONO	28803	13375	20345	14368	11553	12245	13882	7890	12864	<b>135325</b>
3	M. YUSUF KALLA-WIRANTO	3353	1132	2326	1067	1192	2067	1561	1289	1391	<b>15378</b>
JUMLAH SELURUH SUARA SAH PASANGAN CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN		36248	21918	28711	20922	16850	23491	21887	17320	20591	<b>207938</b>
B	SUARA TIDAK SAH	2148	1925	1026	1103	1534	1187	1687	1243	1463	<b>13316</b>

Sumber: Lampiran Model DB1 PPWP  
KPU Kab. Bangkalan (hal.1)

Tabel 2. Hasil Rekapitulasi Penghitungan Suara Pemilu Presiden 2009 Tingkat Kabupaten Bangkalan (lanjutan)

A	SUARA SAH PASANGAN CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN	JUMLAH PINDAHAN	KECAMATAN									JUMLAH AKHIR
			KOKOP	KWANYAR	LABANG	MERAH	TRAGAH	BLEGA	MODUNG	KONANG	GALIS	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	HJ. MEGAWATI-PRABOWO	<b>57235</b>	4107	4497	5918	7669	4025	4372	4367	6531	5951	<b>104672</b>
2	Dr. H. SUSILO YUDHOYONO- Prof. Dr. BOEDIONO	<b>135325</b>	21401	12151	8633	26366	8037	16785	15583	13418	27535	<b>285234</b>
3	M. YUSUF KALLA-WIRANTO	<b>15378</b>	2250	1304	691	2287	2631	1856	3170	1459	2350	<b>33376</b>
JUMLAH SELURUH SUARA SAH PASANGAN CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN		<b>207938</b>	27758	17952	15242	36322	14693	23013	23120	21408	35836	<b>423282</b>
B	SUARA TIDAK SAH	<b>13316</b>	1937	1738	776	793	501	1355	1640	966	2061	<b>25083</b>

Sumber: Lampiran Model DB1 PPWP  
KPU Kab. Bangkalan (hal.2)



Dari Hasil Penghitungan Suara Pemilu Presiden 2009 secara manual di Kabupaten Bangkalan, yang tampak pada Tabel 1 dan Tabel 2, menunjukkan pasangan nomor urut dua (SBY–Boediono) berhasil meraih kemenangan mutlak (67,39 persen). Namun, dari 18 kecamatan yang ada di Kabupaten Bangkalan, pasangan SBY–Boediono gagal menyapu seluruhnya. Mereka dikalahkan pasangan Megawati–Prabowo di Kecamatan Sepulu.<sup>7</sup>

Kondisi inilah yang membuat penulis tertarik memilih judul tersebut, sehingga dapat menganalisis faktor penentu kemenangan Megawati dalam Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu dengan menggunakan teori marketing politik sehingga memperoleh kemenangan dan memperoleh suara yang tinggi di Kecamatan Sepulu

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan melihat latar belakang masalah, kemudian dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apa faktor-faktor yang menentukan kemenangan Megawati dalam Pemilu Presiden 2009 di Kecamatan Sepulu?
2. Apa faktor penentu yang paling dominan dalam kemenangan Megawati?

---

<sup>7</sup> Radar Madura, *Rekap, Golput Capai 37 %* (Bangkalan: Jawa Pos Group, 17 Juli 2009), 37

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan kemenangan Megawati dalam Pemilu Presiden 2009 di Kecamatan Sepulu.
2. Untuk menemukan faktor paling dominan kemenangan Megawati di Kecamatan Sepulu.

### D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dibagi menjadi dua, yaitu dari segi teoritik dan praktis. Dengan penjelasan sebagai berikut :

#### 1. *Teoritik*

Penelitian ini akan menambah khazanah dalam disiplin ilmu pengetahuan, khususnya disiplin ilmu politik dan sub disiplin ilmu marketing politik. Di sisi lain, bermanfaat untuk mengetahui dan memahami teori, konsep, maupun isu yang berkembang tentang Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu.

#### 2. *Praktis*

Strategi marketing sangat bermanfaat bagi kehidupan perpolitikan, dapat digunakan sebagai faktor penentu kemenangan pada Pemilu presiden-wakil presiden, kepala daerah, maupun pemilu legislatif. Faktor ini dapat diterapkan untuk menarik simpati massa untuk kemudian dipilih.

Penerapan marketing politik dapat dibagi dua: jangka pendek dan jangka panjang. Penerapan jangka pendek dapat dilakukan pada masa kampanye pemilu. Penerapan jangka panjang dimaksudkan untuk menjaga *image* partai maupun tokoh politik (kampanye politik). Strategi ini dilakukan bersama konsultan politik dan lembaga survei untuk melakukan langkah-langkah dalam memprediksi perolehan suara tokoh dan partai.

#### **E. Telaah Pustaka**

Untuk menjadi bahan telaah dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan buku-buku, jurnal-jurnal atau catatan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penulisan judul skripsi. Di antara buku-buku yang menjadi bahan telaah adalah:

1. *Megawati Soekarno Putri Menolak Politik Anti Nurani*, karya Cornelis Lay, dkk, BIGRAF Publishing, Yogyakarta, Agustus 1999. Yang berisi tentang kumpulan tulisan para intelektual yang tersebar di berbagai media massa di era 1993-1998.
2. *Megawati Usaha Taklukkan Badai*, karya Agus Harimulyana dan Satrio Arismunandar, mBoro Kinasih, Jakarta, Oktober 1999. Yang membahas tentang perjalanan politik Megawati menuju kursi presiden dalam Sidang Umum MPR 1999.

3. *Megawati dalam Tangkapan Pers*, karya Hasrullah, LKiS Yogyakarta, Yogyakarta, September 2001. Yang membahas mengenai perjalanan politik Megawati untuk menjadi Ketua Umum Partai Demokrasi Indonesia (PDI) dalam Musyawarah Nasional (Munas) di Medan dan Kongres Luar Biasa (KLB) PDI di Surabaya pada tahun 1990-an dengan melakukan analisis isi terhadap tiga surat kabar: Kompas, Republika dan Suara Karya.
4. *Kamus Induk Istilah Ilmiah Seri Intelektual*, Karya M. Dahlan Y. Al-Barry dan L. Lya Sofyan Yacub, Target Press, Surabaya, 2003. Yang memuat istilah-istilah dari dari pelbagai bidang ilmu pengetahuan.
5. *Mendesain Manajemen Pilkada, Panduan bagi Stakeholders*, Karya Muhammad Asfar, Pustaka Eureka dan PuSDeHAM, Surabaya, Agustus 2006. Yang membahas tentang hasil evaluasi penyelenggaraan Pilkada Tahun 2005 (penyelenggaraan Pilkada Bupati dan Walikota di Jawa Timur serta Pilkada Gubernur di Kalimantan Selatan) dan membahas tentang desain manajemen Pilkada di masa mendatang.
6. *Demokratisasi di Daerah: Pelajaran dari Pilkada Secara Langsung*, karya Kacung Marijan, Pustaka Eureka dan PuSDeHAM, Surabaya, Oktober 2006. Yang membahas tentang kaitan antara Pilkada (pemilihan kepala daerah) dan demokratisasi politik di tingkat lokal serta berbagai implikasi Pilkada 2005 dan 2006.

7. *Catatan Perjuangan Politik Perempuan*, Karya I Gusti Agung Ayu Ratih, dkk., Yayasan Jurnal Perempuan, Jakarta Selatan, 2009. Yang berisi tentang kumpulan jurnal yang merangkum kisah–kisah perjuangan politik perempuan setelah Pemilu 2009.

## F. Metodologi Penelitian

Metode ialah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Ditinjau dari sudut filsafat, metodologi penelitian merupakan epistemologi penelitian. Yaitu menyangkut bagaimana kita mengadakan penelitian.<sup>8</sup>

Metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### 1. *Jenis dan Pendekatan Penelitian*

Jenis penelitian ini adalah kualitatif (*paradigma naturalistik*) yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan pendekatan *analisis deskriptif*, yaitu penelitian yang tujuannya

---

<sup>8</sup> Husaini Usman, Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 41

untuk menguraikan, menerangkan atau menjelaskan secara mendalam tentang variabel tertentu.

## **2. *Karakteristik Subyek Penelitian***

Dalam penelitian kualitatif, sasaran penelitian dianggap sebagai subyek yang ditempatkan sebagai informan, yang darinya peneliti belajar mengenai apa yang diinginkan. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat, memegang jabatan struktural dalam panitia penyelenggara pemilu dan Tim Pemenangan Mega-Prabowo.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel lima desa dari 15 desa yang ada di Kecamatan Sepulu. Kelima desa tersebut adalah Desa Sepulu, Desa Kelbung, Desa Saplasmah, Desa Gunelap, dan Desa Prancak. Di masing-masing desa dipilih dua informan, yaitu masyarakat yang memilih Mega-Prabowo serta memiliki pengaruh di desa tersebut namun bukan termasuk Tim Pemenangan Mega-Prabowo.

Selain itu, subyek yang dipilih adalah Ketua dan Anggota Panitia Pemilihan Kecamatan Sepulu, selaku penyelenggara pemilu di tingkat kecamatan. Mereka juga pemilih Mega-Prabowo. Serta, Tim Pemenangan Mega-Prabowo, yaitu seorang Sekretaris Pengurus Anak Cabang Sepulu, yang otomatis sebagai Tim Pemenangan Mega-Prabowo, dan Wakil Tim Pemenangan Mega Prabowo Desa Saplasmah.

Alasan penulis memilih informan dari kelima desa tersebut adalah: pertama, Desa Gunelap dan Desa Saplasmah merupakan desa dengan kemenangan Mega-Prabowo dalam prosentase tertinggi pertama dan kedua; kedua, Desa Kelbung adalah desa dengan penduduk terbanyak di Kecamatan Sepulu, dan; tiga, Desa Sepulu dan Desa Prancak mewakili desa “pesisir”.

Adapun alasan penulis memilih Ketua dan Anggota PPK Sepulu, karena selaku penyelenggara pemilu di tingkat kecamatan, mereka lebih memahami kondisi politik di Kecamatan Sepulu. Demikian juga, dengan penggunaan Tim Pemenangan Mega-Prabowo karena merekalah pelaku pemasaran Mega-Prabowo di Kecamatan Sepulu.

### 3. *Fokus Penelitian*

Fokus dari penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh Megawati terhadap Masyarakat Sepulu dengan menggunakan pendekatan *analisis deskriptif*, peneliti berusaha untuk menguraikan, menganalisis, dan menjelaskan faktor-faktor yang menentukan kemenangan Megawati pada Pemilu Presiden Tahun 2009.

Untuk itu, peneliti melakukan tahapan-tahapan berikut:

#### a. Tahap pra-lapangan.

Tahap pra-lapangan merupakan sebuah langkah awal di dalam melakukan sebuah penelitian. Bentuk dari tahap dan langkah awal ini adalah peneliti mengawali dengan membuat proposal penelitian, memilih

lapangan penelitian dengan pertimbangan letak geografis serta hemat dan praktisnya dalam mempergunakan waktu, tenaga serta biaya.

Oleh karena itu sebelum melakukan penelitian maka peneliti melakukan kegiatan pra lapangan yaitu:

- 1) Menemukan masalah.
  - 2) Menemukan topik dan fokus masalah.
  - 3) Menyusun rancangan penelitian.
  - 4) Memilih lapangan penelitian.
  - 5) Mengurus perijinan kepada instansi yang terkait.
- b. Tahap pekerjaan lapangan.

Tahapan pekerjaan lapangan siap dilaksanakan ketika melalui beberapa tahap:

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri.

Untuk memasuki pekerjaan lapangan terlebih dahulu peneliti memahami latar penelitian, selain itu peneliti mempersiapkan diri secara fisik dan mental.

- 2) Tahap memasuki lapangan.

Pada tahapan ini peneliti harus terjun langsung ke lapangan dan ikut peran serta dalam kegiatan lapangan guna memperoleh data yang ada di lapangan. Ketika memasuki lapangan, peneliti harus mampu



menjalin hubungan yang akrab dengan subyek penelitian serta mencoba menyesuaikan diri dengan keadaan dan kebiasaan, menggunakan tutur kata yang baik, sopan, kekeluargaan dan menjaga norma-norma yang berlaku di lapangan penelitian tersebut agar kehadiran peneliti dapat diterima dengan baik.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang diharapkan, pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yakni:

a. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah terjun ke lapangan melibatkan seluruh panca indra. pengamatan yang dibantu melalui media visual atau media audiovisual, yaitu *handphone* sebagai alat perekam. Adapun data yang diobservasi adalah hasil wawancara dengan masyarakat dari lima desa tersebut, dan data dokumentasi berupa dokumen–dokumen dari instansi terkait.

b. Wawancara (*Interview*).

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dengan cara bertanya langsung dengan daftar pertanyaan atau panduan pewawancara (*Interview Guide*), dan disertai dengan alat perekam.

Dalam pelaksanaan wawancara ini, peneliti menemui langsung informan dan subyek penelitian sesuai dengan waktu dan lokasi yang telah disepakati untuk memperoleh data yang sesuai dengan pokok permasalahan yang diajukan. Dalam hal ini, peneliti menggali informasi dari informan untuk mengetahui faktor-faktor kemenangan Mega-Prabowo di Kecamatan Sepulu.

Wawancara ditujukan pada masyarakat yang memilih Megawati-Prabowo pada waktu Pemilu. Yaitu, dua orang masyarakat Desa Saplasmah dan Wakil Tim Pemenangan Desa Saplasmah; dua orang masyarakat Desa Gunelap; dua orang masyarakat Desa Kelbung; seorang masyarakat Desa Prancak dan Sekretaris PAC PDI Perjuangan Sepulu, yang kebetulan juga termasuk masyarakat Desa Prancak; Serta dua orang masyarakat Desa Sepulu, yang pada Pemilu Presiden 2009 yang lalu adalah seorang Ketua dan Anggota PPK Sepulu.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu suatu teknik penggalan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berupa catatan-catatan, buku-buku, berkas-berkas maupun dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penulisan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen-dokumen yang ada di suatu instansi tertentu.

Dokumen–dokumen yang berhubungan dengan partisipasi Masyarakat Sepulu dan perolehan suara masing–masing calon peroleh, diperoleh dari data–data melalui pencatatan atau data–data yang tertulis yang ada di lembaga KPU Bangkalan. Dokumen yang berupa laporan perolehan suara Pemilu Presiden 2009, jumlah kontestan pemilu, dan data jumlah pemilih di Kecamatan Sepulu. Data tersebut diperoleh, baik melalui KPU Kabupaten Bangkalan secara langsung, maupun melalui Panitia Pemilihan Kecamatan Sepulu, selaku penyelenggara di tingkat kecamatan.

Selain itu, data mengenai keadaan geografis dan demografis serta data statistik kependudukan diperoleh dari Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Bangkalan. Sedangkan data mengenai lahan pertanian dan perkebunan di Kecamatan Sepulu diperoleh dari Kantor Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Bangkalan. Serta data–data penunjang lainnya diperoleh dari dokumen yang ada di Kantor Kecamatan Sepulu.

##### **5. *Objektivitas dan keabsahan data***

Objektivitas dalam penelitian ini atas dasar paradigma mikro (naturalistik) yaitu objektif yang dimaksud adalah realitas sebagaimana dipahami dan dihayati oleh subjek (*objectivied subjectivites*). Sedangkan untuk mendapatkan keabsahan data (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria

tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Teknik yang digunakan untuk mengetahui objektivitas dan keabsahan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik trigulasi sumber. Denzin dan Patton menjelaskan tentang teknik trigulasi sumber yaitu pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara kemudian membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara kemudian membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memahami penulisan skripsi, maka dibuat sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa subbab.

**Bab I :** berisi Pendahuluan. Bab ini adalah permulaan dari pembahasan skripsi, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan

**Bab II :** berisi Kerangka Teoritik. Bab ini membahas tentang pengertian marketing dan marketing politik, konsep marketing politik, teori budaya politik dan faktor-faktor yang menentukan kemenangan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilihan Presiden (Pilpres)

**Bab III :** berisi Setting Penelitian. Bab ini membahas gambaran umum Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan yang meliputi sejarah, keadaan geografis, demografis dan kondisi dari segi keagamaan serta jumlah pemilih pada Pemilu 2009 di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan

**Bab IV :** berisi Analisa data. Bab ini membahas tentang analisis faktor penentu dan faktor yang paling dominan kemenangan Megawati di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan dalam pemilu Presiden 2009.

**Bab V :** Penutup, berisi kesimpulan dan saran

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KERANGKA TEORITIK

#### A. Pengertian dan Konsep Marketing

Marketing (pemasaran) adalah sebuah proses dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi, segala kegiatan dalam hubungannya dalam pemuasan kebutuhan dan keinginan manusia merupakan bagian dari konsep pemasaran.<sup>1</sup>

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Jadi, marketing adalah sebuah proses seni yang berusaha untuk membuat orang puas (konsumen puas). Jadi tujuan utama bukanlah penjualan itu sendiri (*sales oriented*) akan tetapi lebih kepada pemenuhan kebutuhan manusia yang paling mendasar.<sup>2</sup>

Marketing sebagai subjek ilmu pengetahuan merupakan hal baru, namun dilihat dalam segi praktik, aktifitas marketing telah dilakukan sejak lama, misalnya yang dilakukan oleh Peradaban Aztek dan Maya. Hal tersebut dapat

---

<sup>1</sup> [http://www.google.com/definisi\\_marketing](http://www.google.com/definisi_marketing) (28 Januari 2011)

<sup>2</sup> Ibid.

dilihat dari pembuatan kerajinan tangan, hasil pertanian, penetapan harga, negosiasi, komunikasi, persuasi, kualitas produk, inventaris produk dan strategi jalur distribusi.<sup>3</sup> Begitu pula dengan pendirian Bank Medici di Eropa, sebagai fasilitas perdagangan.

Aktifitas marketing berkembang sampai penemuan iklan dan publikasi, setelah ditemukan mesin cetak oleh Johann Gutenberg. Penemuan tersebut telah mereduksi pemikiran dan cara pandang mengenai aktifitas promosi. Kemudian ditemukan penemuan-penemuan lain yang membawa Eropa pada revolusi industri.

Ilmu marketing biasanya dikenal sebagai sebuah disiplin yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Hubungan dalam marketing tidak hanya terjadi satu arah, melainkan dua arah sekaligus dan simultan.<sup>4</sup> Produk yang dihasilkan oleh produsen dikomunikasikan pada masyarakat, dengan tujuan memberitahukan kepada masyarakat bahwa produk yang dihasilkan dan dijual memiliki keunggulan dan kualitas yang lebih baik dari produk yang dihasilkan pesaing.

Marketing hampir digunakan dalam setiap aspek kehidupan, mulai dari iklan di TV, tabloid, radio, majalah, reklame di jalanan, poster, diskon di *mall*, dan lain – lain. Cara tersebut merupakan cara persuasif yang dikemas secara baik untuk menarik minat konsumen dan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

---

<sup>3</sup> Firmanzah, *Marketing Politik* (Jakarta: Obor, 2008), 135

<sup>4</sup> *Ibid.*, 127

Hal yang perlu dicatat dalam penerapan marketing adalah adanya persaingan antara dua pihak atau lebih. Dengan adanya persaingan akan memungkinkan adanya inovasi dan kompetensi yang lebih intens untuk menarik konsumen. Sementara apabila tidak ada persaingan, maka pihak yang menguasai pasar tidak akan membutuhkan konsep dan pendekatan marketing untuk memamerkan produk dan jasanya karena konsumen tidak memiliki pilihan lain.

Persaingan beberapa pihak mengakibatkan munculnya inovasi dan strategi baru sesuai dengan keinginan konsumen dan perkembangan jaman. Strategi yang diterapkan pada lima tahun lalu misalnya, tidak relevan lagi untuk diterapkan pada lima tahun berikutnya. Begitu pula dengan penerapan marketing, yang pada awalnya menggunakan mekanisme marketing transaksional, yaitu fokus orientasi pada penjualan produk dan jasa dengan orientasi jangka pendek mengakibatkan hal tersebut tidak lagi dianggap relevan untuk kepentingan jangka panjang, sehingga relasi yang dibangun dengan konsumen akan sulit dilakukan. Dengan mekanisme tersebut akan sulit mempertahankan konsumen lama, untuk menarik konsumen baru juga akan lebih sulit.

Dengan beberapa pertimbangan, muncul mekanisme baru dalam marketing, yaitu marketing relasional. Mekanisme marketing relasional lebih menguntungkan produsen maupun konsumen, namun dengan resiko mahal penerapan strategi marketing relasional. Mekanisme ini menekankan pada pembuatan produk sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga produsen tidak



dapat membuat atau menghasilkan produk sesuai dengan keinginan produsen atau hanya dilihat dari pertimbangan nilai yang dianut produsen. Preferensi konsumen merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan dalam pembuatan produk. Tujuan dari marketing relasional adalah mempertahankan konsumen lama dan mencari konsumen baru, kepuasan konsumen menjadi hal yang utama.

Meningkatnya persaingan juga mengakibatkan pihak yang menggunakan marketing tidak cukup menjual produk saja, tapi juga mempertimbangkan konsep *brand*. Dengan adanya standard karakteristik yang ditentukan, maka perlu suatu konsep yang lebih atau faktor yang membedakan produk yang dihasilkan satu pihak dan pihak lain. Konsep *branding* mencoba menjawab permasalahan ini. *Brand* dapat diasosiasikan sebagai nama, terminologi, simbol, atau logo atau juga kombinasi dari kesemua hal itu sebagai identitas produk dan jasa.<sup>5</sup> Tujuan *branding* adalah *positioning* atau menempati posisi tertentu di pasar.

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam konsep marketing adalah pergeseran orientasi internal (perusahaan) menuju orientasi pasar. Orientasi internal atau produk memang diperlukan, namun perusahaan di era sekarang dituntut berorientasi pasar, yang terdiri dari orientasi pesaing dan orientasi konsumen.<sup>6</sup> Orientasi konsumen diperlukan untuk membangun relasi jangka panjang dan pembuatan produk.

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, 141

<sup>6</sup> *Ibid.*, 142

Marketing yang seharusnya dilakukan di dunia ekonomi untuk meningkatkan atau memperkenalkan barang atau jasanya ke konsumen, kemudian di adopsi oleh ilmu politik untuk memperkenalkan pula barang-barang politiknya, seperti jargon, partai, kandidat, visi-misi, dll. Dalam dunia nyata memang marketing politik telah dilakukan oleh beberapa orang dan itu berhasil.

## B. Pengertian dan Konsep Marketing Politik

Menurut O'Shaughnessy, marketing politik berbeda dengan marketing komersial. Marketing politik bukanlah konsep untuk "menjual" partai politik (parpol) atau kandidat kepada pemilih, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah parpol atau seorang kandidat dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual. Di samping itu, marketing politik merupakan sebuah teknik untuk memelihara hubungan dua arah dengan publik.<sup>7</sup>

Dari definisi tersebut terkandung pesan; *Pertama*, marketing politik dapat menjadi "teknik" dalam menawarkan dan mempromosikan parpol atau kandidat. *Kedua*, menjadikan pemilih sebagai subjek, bukan objek. *Ketiga*, menjadikan permasalahan yang dihadapi pemilih sebagai langkah awal dalam penyusunan program kerja. *Keempat*, marketing politik tidak menjamin sebuah kemenangan, tapi menyediakan *tools* untuk menjaga hubungan dengan pemilih sehingga dari

---

<sup>7</sup> Nicholas J. O'Shaughnessy and Stephen C.M Henneberg, "The Idea of Political Marketing", associate ed. p.cm. (Cambridge: Prager Publisher, 2002), 68

hal itu akan terbangun kepercayaan yang kemudian diperoleh dukungan suara pemilih.

M. N. Clemente mendefinisikan marketing politik sebagai pemasaran ide-ide dan opini-opini yang berhubungan dengan isu-isu politik atau isu-isu mengenai kandidat. Secara umum, marketing politik dirancang untuk mempengaruhi suara pemilih di dalam pemilu.

Menurut A. O’Cass marketing politik adalah analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol terhadap politik dan program-program pemilihan yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran hubungan yang menguntungkan antara partai dan pemilih demi tujuan untuk mencapai *political marketers objectives*.

Butler dan Collins mendefinisikan marketing politik sebagai “adaptasi” dari konsep dan teknik marketing komersial yang dilakukan oleh para aktor politik untuk mengorganisasi, mengimplementasi dan memanager aktivitas politik untuk mewujudkan tujuan politik.<sup>8</sup>

Menurut Firmanzah, paradigma dari konsep marketing politik adalah; *Pertama*, Marketing politik lebih dari sekedar komunikasi politik. *Kedua*, Marketing politik diaplikasikan dalam seluruh proses, tidak hanya terbatas pada kampanye politik, namun juga mencakup bagaimana memformulasikan produk

---

<sup>8</sup> Patrick Butler and Neil Collins (1999), “A Conceptual Framework for Political Marketing”, in *Handbook of Political Marketing*, ed Bruce I. Newman Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 55-72, 56

politik melalui pembangunan simbol, *image*, *platform* dan program yang ditawarkan. *Ketiga*, Marketing politik menggunakan konsep marketing secara luas yang meliputi teknik marketing, strategi marketing, teknik publikasi, penawaran ide dan program, desain produk, serta pemrosesan informasi. *Keempat*, Marketing politik melibatkan banyak disiplin ilmu, terutama sosiologi dan psikologi. *Kelima*, Marketing politik dapat diterapkan mulai dari pemilu hingga *lobby* politik di parlemen.<sup>9</sup>

Implementasi konsep *political marketing* oleh Bill Clinton dalam persaingan menjadi Presiden Amerika. Ucapan, gerakan, dan tindakan Bill Clinton dalam menghadapi dunia politik Amerika dilakukan sedemikian rupa berdasarkan riset dan jajak pendapat yang melibatkan marketer.<sup>10</sup> Contoh lain penggunaan marketing politik di Negara maju seperti yang dialami Inggris adalah kemenangan Margaret Thatcher untuk menduduki kursi Perdana Menteri Inggris pada 1979. Kemenangan tersebut tidak lepas dari keterlibatan marketer profesional, Saatchi.<sup>11</sup>

Dengan demikian, yang dimaksud dengan marketing politik dalam penelitian ini adalah *keseluruhan tujuan dan tindakan strategis dan taktis yang dilakukan oleh aktor politik untuk menawarkan dan menjual produk politik kepada kelompok-kelompok sasaran.*

---

<sup>9</sup> Firmanzah, *Marketing Politik*, 189.

<sup>10</sup> Adman Nursal, *Political Marketing* (Jakarta: Gramedia, 2004), 8–9.

<sup>11</sup> *Ibid.*, 9.

Dalam prosesnya, marketing politik tidak terbatas pada kegiatan kampanye politik menjelang pemilihan, namun juga mencakup even-even politik yang lebih luas dan jika menyangkut politik pemerintahan bersifat *sustainable* dalam rangka menawarkan atau menjual produk politik dan pembangunan simbol, citra, platform, dan program-program yang berhubungan dengan publik dan kebijakan politik.

Tujuan marketing dalam politik menurut Gunter Schweiger dan Michaela Adami adalah; (1) Untuk menanggulangi rintangan aksesibilitas; (2) Memperluas pembagian pemilih; (3) Meraih kelompok sasaran baru; (4) Memperluas tingkat pengetahuan publik; (5) Memperluas preferensi program partai atau kandidat, dan; (6) Memperluas kemauan dan maksud untuk memilih.

Marketing politik, menurut Patrick Bulter dan Neil Collins, memiliki dua karakter yang melekat dalam dirinya, yakni karakter struktural dan karakter proses. Karakter struktural mencakup produk, organisasi dan pasar. Sementara karakter proses mencakup pendefinisian nilai, pembangunan nilai dan penyampaian nilai.<sup>12</sup>

### C. Budaya Politik

Setiap warga negara, dalam kesehariannya hampir selalu bersentuhan dengan aspek-aspek politik praktis baik yang bersimbol maupun tidak. Dalam proses pelaksanaannya dapat terjadi secara langsung atau tidak langsung dengan

<sup>12</sup> [http://www.google.com/pengertian marketing politik](http://www.google.com/pengertian%20marketing%20politik) (27 Januari 2011)

praktik-praktik politik. Jika secara tidak langsung, hal ini sebatas mendengar informasi, atau berita-berita tentang peristiwa politik yang terjadi. Dan jika secara langsung, berarti orang tersebut terlibat dalam peristiwa politik tertentu.

Budaya politik, merupakan bagian dari kebudayaan masyarakat dengan ciri-ciri yang lebih khas. Istilah budaya politik meliputi masalah legitimasi, pengaturan kekuasaan, proses pembuatan kebijakan pemerintah, kegiatan partai-partai politik, perilaku aparat negara, serta gejolak masyarakat terhadap kekuasaan yang memerintah.

### ***1. Pengertian Umum Budaya Politik***

Budaya politik merupakan sistem nilai dan keyakinan yang dimiliki bersama oleh masyarakat. Namun, setiap unsur masyarakat berbeda pula budaya politiknya, seperti antara masyarakat umum dengan para elitnya. Seperti juga di Indonesia, menurut **Benedict R. O'G Anderson**, kebudayaan Indonesia cenderung membagi secara tajam antara kelompok elite dengan kelompok massa.

**Almond** dan **Verba** mendefinisikan budaya politik sebagai suatu sikap orientasi yang khas warga negara terhadap sistem politik dan aneka ragam bagiannya, dan sikap terhadap peranan warga negara yang ada di dalam sistem itu. Dengan kata lain, bagaimana distribusi pola-pola orientasi khusus menuju tujuan politik di antara masyarakat bangsa itu. Lebih jauh mereka menyatakan, bahwa warga negara senantiasa mengidentifikasi diri mereka

dengan simbol-simbol dan lembaga kenegaraan berdasarkan orientasi yang mereka miliki. Dengan orientasi itu pula mereka menilai serta mempertanyakan tempat dan peranan mereka di dalam sistem politik.<sup>13</sup>

## 2. *Komponen-Komponen Budaya Politik*

Seperti dikatakan oleh **Gabriel A. Almond dan G. Bingham Powell, Jr.**, bahwa budaya politik merupakan dimensi psikologis dalam suatu sistem politik. Maksud dari pernyataan ini menurut **Ranney**, adalah karena budaya politik menjadi satu lingkungan psikologis, bagi terselenggaranya konflik-konflik politik (dinamika politik) dan terjadinya proses pembuatan kebijakan politik. Sebagai suatu lingkungan psikologis, maka komponen-komponen berisikan unsur-unsur psikis dalam diri masyarakat yang terkategori menjadi beberapa unsur.

Menurut Ranney, terdapat dua komponen utama dari budaya politik, yaitu orientasi kognitif (*cognitive orientations*) dan orientasi afektif (*affective orientations*). Sementara itu, **Almond dan Verba** dengan lebih komprehensif mengacu pada apa yang dirumuskan Parsons dan Shils tentang klasifikasi tipe-tipe orientasi, bahwa budaya politik mengandung tiga komponen obyek politik sebagai berikut.

- a. *Orientasi kognitif*: yaitu berupa pengetahuan tentang dan kepercayaan pada politik, peranan dan segala kewajibannya serta input dan outputnya.

---

<sup>13</sup> [http://mjieschool.multiply.com/journal/item/10/BAB\\_I\\_BUDAYA\\_POLITIK\\_DI\\_INDONESIA](http://mjieschool.multiply.com/journal/item/10/BAB_I_BUDAYA_POLITIK_DI_INDONESIA) (11 April 2010)

- b. *Orientasi afektif*: yaitu perasaan terhadap sistem politik, peranannya, para aktor dan penampilannya.
- c. *Orientasi evaluatif*: yaitu keputusan dan pendapat tentang obyek-obyek politik yang secara tipikal melibatkan standar nilai dan kriteria dengan informasi dan perasaan.<sup>14</sup>

### 3. *Tipe-Tipe Budaya Politik*

- a. Berdasarkan sikap yang ditunjukkan.

Pada negara yang memiliki sistem ekonomi dan teknologi yang kompleks, menuntut kerja sama yang luas untuk memadukan modal dan keterampilan. Jiwa kerja sama dapat diukur dari sikap orang terhadap orang lain. Pada kondisi ini budaya politik memiliki kecenderungan sikap "militan" atau sifat "tolerasi".<sup>15</sup>

#### 1) Budaya Politik Militan

Budaya politik dimana perbedaan tidak dipandang sebagai usaha mencari alternatif yang terbaik, tetapi dipandang sebagai usaha jahat dan menantang. Bila terjadi krisis, maka yang dicari adalah kambing hitamnya, bukan disebabkan oleh peraturan yang salah, dan masalah yang mempribadi selalu sensitif dan membakar emosi.

---

<sup>14</sup> Gabriel A. Almond, and G Bingham Powell, Jr., *Comparative Politics: A Developmental Approach*. (New Delhi: Oxford & IBH Publishing Co, 1976), 23-31

<sup>15</sup> [http://mjieschool.multiply.com/journal/item/10/BAB\\_I\\_BUDAYA\\_POLITIK\\_DI\\_INDONESIA](http://mjieschool.multiply.com/journal/item/10/BAB_I_BUDAYA_POLITIK_DI_INDONESIA) (11 April 2010)



## 2) Budaya Politik Toleransi

Budaya politik dimana pemikiran berpusat pada masalah atau ide yang harus dinilai, berusaha mencari konsensus yang wajar yang mana selalu membuka pintu untuk bekerja sama. Sikap netral atau kritis terhadap ide orang, tetapi bukan curiga terhadap orang.

### b. Berdasarkan orientasi politiknya.

Masyarakat politik adalah masyarakat yang sadar politik atau masyarakat yang keikutsertaan hidup bernegara menjadi penting dalam kehidupannya sebagai warga negara. Masyarakat politik yang terdiri dari elite politik dan massa politik menjadi peserta rutin dalam kompetisi politik harus dibangun sebagai komponen masyarakat yang mempunyai etika politik dalam demokrasi. Ciri-ciri masyarakat politik<sup>16</sup> antara lain sebagai berikut:

- 1) Dengan sadar dan sukarela menggunakan hak pilihnya dalam pemilu terutama hak pilih aktif.
- 2) Bersifat kritis terhadap kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dengan sikap:
  - (1) menerima sebagaimana adanya
  - (2) menolak dengan alasan tertentu atau
  - (3) ada yang suka diam tanpa memberikan reaksi apa-apa

<sup>16</sup> <http://gshk.blogspot.com/teori-budaya-politik.html> (22 April 2010)

- 3) Memiliki komitmen kuat terhadap partai politik yang menjadi pilihannya
- 4) Dalam penyelesaian suatu masalah lebih suka dengan cara dialog atau musyawarah.

Budaya politik yang berkembang di setiap negara sangat beragam, hal ini di pengaruhi oleh karakter budaya politiknya masing-masing. Untuk mengetahui karakter budaya politik suatu bangsa dapat diukur melalui beberapa dimensi yang berkembang dalam masyarakat<sup>17</sup>, yaitu:

- (1) Tingkat pengetahuan umum yang dimiliki oleh masyarakat mengenai sistem politik negaranya, seperti pengetahuan tentang sejarah, letak geografis, dan konstitusi negaranya
- (2) Pemahaman masyarakat mengenai struktur dan peran pemerintah dalam membuat suatu kebijakan
- (3) Pemahaman mengenai penguatan kebijakan yang meliputi masukan opini dari masyarakat dan media massa kepada pemerintah
- (4) Partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik dan bernegara, serta pemahamannya akan hak dan kewajiban serta tanggung jawab sebagai warga negara.

---

<sup>17</sup> *Ibid.*

Perbedaan dimensi tersebut menurut **Almond** dan **Verba** melahirkan beberapa tipe budaya politik<sup>18</sup> yang berkembang dalam negara, yaitu :

- (1) Budaya Politik Parokial (parochial political culture), dimana pada tingkat tersebut frekuensi orientasi masyarakat terhadap empat dimensi tersebut diatas sangat rendah. Tidak ada peran-peran politik masyarakat yang bersifat khusus, sehingga peranan politik, baik yang bersifat politis, ekonomis, maupun religius sepenuhnya diserahkan kepada pengambil kebijakan/pemimpin yang biasanya dipegang oleh seorang kepala suku/adat, tokoh agama, ataupun tokoh masyarakat yang peranannya tidak dapat dipisahkan satu sama lain.
- (2) Budaya Politik Subjek (subject political culture), dimana pada tingkat tersebut frekuensi orientasi masyarakat terhadap dimensi pengetahuan dan pemahaman cukup tinggi, tetapi masih bersifat pasif, artinya masyarakat sudah memiliki pengetahuan, pemahaman, namun mereka belum memiliki orientasi dimensi pemahaman mengenai penguatan kebijakan dan partisipasi dalam kegiatan politik, mereka tidak memiliki keinginan dan kemauan untuk mencoba menilai, menelaah, atau mengkritisi kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, mereka menerima apa adanya, sehingga sikap masyarakat terhadap suatu

---

<sup>18</sup> *Ibid.*

kebijakan pemerintah terbagi menjadi dua kelompok, ada yang menerima atau menolak.

- (3) Budaya Politik Partisipan (*participation political culture*), dimana pada tingkat tersebut frekuensi orientasi masyarakat terhadap empat dimensi tersebut diatas lebih baik, masyarakat mulai bersifat aktif dalam peran-peran politik, meskipun perasaan dan evaluasi masyarakat terhadap peran tersebut bisa saja bersifat menerima atau menolak.

Namun dalam kenyataan tidak ada satupun negara yang memiliki budaya politik murni partisipan, parokial atau subyek. Melainkan terdapat variasi campuran di antara ketiga tipe-tipe tersebut.

Ketiganya, menurut **Almond** dan **Verba** bervariasi ke dalam tiga bentuk budaya politik<sup>19</sup>, yaitu :

- a. Budaya politik subyek-parokial (*the parochial-subject culture*)
- b. Budaya politik subyek-partisipan (*the subject-participant culture*)
- c. Budaya politik parokial-partisipan (*the parochial-participant culture*)

#### **4. Budaya Politik Subyek dan Budaya Politik Parokial**

*Budaya Politik subyek* lebih rendah satu derajat dari budaya politik partisipan. Masyarakat dalam tipe budaya ini tetap memiliki pemahaman yang

---

<sup>19</sup> [http://mjieschool.multiply.com/journal/item/10/BAB\\_I\\_BUDAYA\\_POLITIK\\_DI\\_INDONESIA](http://mjieschool.multiply.com/journal/item/10/BAB_I_BUDAYA_POLITIK_DI_INDONESIA) (11 April 2010)

sama sebagai warga negara dan memiliki perhatian terhadap sistem politik, tetapi keterlibatan mereka dalam cara yang lebih pasif. Mereka tetap mengikuti berita-berita politik, tetapi tidak bangga terhadap sistem politik negaranya dan perasaan komitmen emosionalnya kecil terhadap negara. Mereka akan merasa tidak nyaman bila membicarakan masalah-masalah politik.

Demokrasi sulit untuk berkembang dalam masyarakat dengan budaya politik subyek, karena masing-masing warga negaranya tidak aktif. Perasaan berpengaruh terhadap proses politik muncul bila mereka telah melakukan kontak dengan pejabat lokal. Selain itu mereka juga memiliki kompetensi politik dan keberdayaan politik yang rendah, sehingga sangat sukar untuk mengharapkan partisipasi politik yang tinggi, agar terciptanya mekanisme kontrol terhadap berjalannya sistem politik.

Adapun ciri-ciri masyarakat yang memiliki budaya politik subyek/kaula<sup>20</sup> adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat frekuensi orientasi politik yang tinggi terhadap sistem politik yang diferensiatif dan aspek output dari sistem itu, tetapi frekuensi orientasi terhadap obyek-obyek input secara khusus, dan terhadap pribadi sebagai partisipan yang aktif mendekati nol.
- b. Para subyek menyadari akan otoritas pemerintah

---

<sup>20</sup> *Ibid.*

- c. Hubungannya terhadap sistem politik secara umum, dan terhadap output, administratif secara esensial merupakan hubungan yang pasif.
- d. Sering wujud di dalam masyarakat di mana tidak terdapat struktur *input* yang terdiferensiasikan.
- e. Orientasi subyek lebih bersifat afektif dan normatif daripada kognitif.

*Budaya Politik parokial* merupakan tipe budaya politik yang paling rendah, yang didalamnya masyarakat bahkan tidak merasakan bahwa mereka adalah warga negara dari suatu negara, mereka lebih mengidentifikasi dirinya pada perasaan lokalitas. Tidak terdapat kebanggaan terhadap sistem politik tersebut. Mereka tidak memiliki perhatian terhadap apa yang terjadi dalam sistem politik, pengetahuannya sedikit tentang sistem politik, dan jarang membicarakan masalah-masalah politik.

Budaya politik ini juga mengindikasikan bahwa masyarakatnya tidak memiliki minat maupun kemampuan untuk berpartisipasi dalam politik. Perasaan kompetensi politik dan keberdayaan politik otomatis tidak muncul, ketika berhadapan dengan institusi-institusi politik. Oleh karena itu terdapat kesulitan untuk mencoba membangun demokrasi dalam budaya politik parokial, hanya bisa bila terdapat institusi-institusi dan perasaan kewarganegaraan baru. Budaya politik ini bisa ditemukan dalam masyarakat suku-suku di negara-negara belum maju, seperti di Afrika, Asia, dan Amerika Latin.

Adapun ciri-ciri masyarakat yang memiliki budaya parokial<sup>21</sup> adalah sebagai berikut:

- a. Frekuensi orientasi terhadap sistem sebagai obyek umum, obyek-obyek *input*, obyek-obyek *output*, dan pribadi sebagai partisipan aktif mendekati nol.
- b. Tidak terdapat peran-peran politik yang khusus dalam masyarakat.
- c. Orientasi parokial menyatakan alpanya harapan-harapan akan perubahan yang komparatif yang diinisiasikan oleh sistem politik.
- d. Kaum parokial tidak mengharapkan apapun dari sistem politik.
- e. Parokialisme murni berlangsung dalam sistem tradisional yang lebih sederhana dimana spesialisasi politik berada pada jenjang sangat minim.
- f. Parokialisme dalam sistem politik yang diferensiatif lebih bersifat afektif dan normatif dari pada kognitif.

*Budaya Politik Subyek-Parokial* merupakan budaya politik hasil variasi campuran dari budaya politik parokial dan budaya politik subyek. Pada budaya politik ini, sebagian besar telah menolak tuntutan masyarakat feodal atau kesukuan pada budaya politik parokial. Mereka telah mengembangkan kesetiaan terhadap sistem politik yang lebih kompleks, dengan struktur pemerintah yang bersifat khusus. Sehingga, pada budaya politik ini cenderung menganut sistem pemerintahan sentralisasi

---

<sup>21</sup> *Ibid.*

Menurut **R. Siti Zuhro**, Indonesia sebagai negara berkembang masyarakatnya masih menganut paham primordialisme. Selain itu, masih kuatnya paternalisme dalam budaya politik Indonesia. Sehingga, budaya politik yang berkembang di Indonesia cenderung menganut budaya politik subyek parokial bagi kelompok massa (masyarakat umum). Sedangkan di pihak lain, kelompok elite partai dan penguasa di Indonesia menganut budaya politik parsitipan.<sup>22</sup>

Pola kepemimpinan sebagai bagian dari budaya politik, menuntut konformitas atau mendorong aktivitas. Dari sudut penguasa, konformitas menyangkut tuntutan atau harapan akan dukungan dari rakyat. Modifikasi atau kompromi tidak diharapkan, apalagi kritik. Akan tetapi, ada pula elit politik yang menyadari inisiatif rakyat yang menentukan tingkat pembangunan, maka elit politik itu sedang mengembangkan pola kepemimpinan inisiatif rakyat dengan tidak mengekang kebebasan.

#### **D. Pemilihan Presiden 2009**

Pemilihan presiden (Pilpres) merupakan proses pemilihan umum memilih presiden Indonesia yang dilakukan secara langsung oleh rakyat Indonesia yang memenuhi persyaratan untuk memilih. Mekanisme penyelenggaraan Pemilu

---

<sup>22</sup> R. Siti Zuhro, *Budaya Politik di Indonesia*. Makalah disajikan dalam Materi Kuliah Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta (Jakarta: t.p., April-Mei 2010), 14



Presiden Indonesia dilaksanakan sesuai perangkat regulasi tertentu. Undang-undang No. 42 Tahun 2008 merupakan regulasi baru yang mengatur proses Pemilu Presiden sebagai pengganti sebelumnya, Undang-undang No. 23 Tahun 2003 yang dianggap sudah tidak relevan diterapkan lagi.

Undang-undang No. 42 Tahun 2008 yang terdiri dari 21 bab dan 262 pasal dinilai lebih detail, demokratis, dan transparan. Penggunaan Undang-undang No. 42 Tahun 2008 diperjelas dengan peraturan KPU No. 27 Tahun 2009 mengenai Pedoman Teknis Tata Cara Pencalonan dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.

Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden diajukan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang telah memenuhi persyaratan, yaitu perolehan kursi paling sedikit 20% dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% dari suara sah nasional pada pemilu anggota DPR (UU No.42 Tahun 2008, Pasal 9).

Calon Pasangan Presiden dan Wakil Presiden yang mengajukan diri harus memenuhi persyaratan dan kualifikasi tertentu, diatur dalam pasal 5 dan terdapat 18 poin persyaratan, antara lain:

- (a) Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
- (b) Warga Negara Indonesia sejak kelahirannya dan tidak pernah menerima kewarganegaraan lain karena kehendaknya sendiri;
- (c) Tidak pernah mengkhianati negara, serta tidak pernah melakukan tindak pidana korupsi dan tindak pidana berat lainnya;

- (d) Mampu secara rohani dan jasmani untuk melaksanakan tugas dan kewajiban sebagai Presiden dan Wakil Presiden;
- (e) Bertempat tinggal di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- (f) Telah melaporkan kekayaannya kepada instansi yang berwenang memeriksa laporan kekayaan penyelenggara negara;
- (g) Tidak sedang memiliki tanggungan utang secara perseorangan dan/atau secara badan hukum yang menjadi tanggung-jawabnya yang merugikan keuangan negara;
- (h) Tidak sedang dinyatakan pailit berdasarkan putusan pengadilan;
- (i) Tidak pernah melakukan perbuatan tercela;
- (j) Terdaftar sebagai Pemilih;
- (k) Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan telah melaksanakan kewajiban membayar pajak selama 5 (lima) tahun terakhir yang dibuktikan dengan Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Orang Pribadi;
- (l) Belum pernah menjabat sebagai Presiden atau Wakil Presiden selama 2 (dua) kali masa jabatan dalam jabatan yang sama;
- (m) Setia kepada Pancasila sebagai dasar negara, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan cita-cita Proklamasi 17 Agustus 1945;
- (n) Tidak pernah dijatuhi pidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap karena melakukan tindak pidana yang diancam dengan pidana penjara 5 (lima) tahun atau lebih;

- (o) Berusia sekurang–kurangnya 35 (tiga puluh lima) tahun;
- (p) Berpendidikan paling rendah tamat Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK), atau bentuk lain yang sederajat;
- (q) Bukan bekas anggota organisasi terlarang Partai Komunis Indonesia, termasuk organisasi massanya, atau bukan orang yang terlibat langsung dalam G.30.S/PKI; dan
- (r) Memiliki visi, misi, dan program dalam melaksanakan Pemerintahan Negara Republik Indonesia.

Poin kualifikasi di atas berhasil menyaring tiga kandidat yang lolos pada persyaratan menjadi calon presiden, yaitu Megawati Soekarnoputri dan Prabowo, Susilo Bambang Yudhoyono dan Boediono, M Jusuf Kalla dan Wiranto. Ketiga kandidat diusung oleh tiga partai utama yaitu PDI Perjuangan, Partai Demokrat, dan Partai Golkar dengan mengikuti regulasi yang ada, apabila suara partai tidak mampu memenuhi ambang batas suara (*electoral threshold*) maka partai yang ingin mengusung kandidat harus melakukan koalisi.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat nasional, tetap dan mandiri yang diatur dalam Undang No. 42 Tahun 2009 Bab I menentukan perangkat regulasi mulai dari tata cara pendaftaran calon presiden dan wakil presiden, batas waktu pendaftaran, persyaratan, pendaftaran

tim pemenangan, pelaporan dana kampanye, teknis pemilihan, jadwal kampanye, dan sebagainya.

Tugas dan wewenang KPU diatur dalam Undang-undang No. 3 Tahun 1999 Pasal 10 dan Pasal 2 Keputusan Presiden No. 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan KPU, memiliki beberapa wewenang antara lain

- (1) Merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum;
- (2) Menerima, meneliti dan menetapkan partai-partai politik yang berhak sebagai Peserta Pemilihan Umum;
- (3) membentuk Panitia Pemilihan Indonesia yang selanjutnya disebut PPI dan mengkoordinasikan kegiatan Pemilihan Umum mulai dari tingkat pusat sampai di Tempat Pemungutan Suara yang selanjutnya disebut TPS;
- (4) Menetapkan jumlah kursi anggota DPR, DPRD I dan DPRD II untuk setiap daerah pemilihan;
- (5) Menetapkan keseluruhan Hasil Pemilihan Umum di semua daerah pemilihan untuk DPR, DPRD I dan DPRD II;
- (6) Mengumpulkan dan mensistematiskan bahan-bahan serta data hasil Pemilihan Umum;
- (7) Memimpin tahapan kegiatan Pemilihan Umum.

Dalam Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 terdapat tambahan, tugas dan kewenangan lainnya yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum. Sedangkan dalam Pasal 11 Undang-

undang No. 3 Tahun 1999 tersebut juga ditambahkan, bahwa selain tugas dan kewenangan KPU sebagai dimaksud dalam Pasal 10, selambat-lambatnya 3 (tiga) tahun setelah Pemilihan Umum dilaksanakan, KPU mengevaluasi sistem Pemilihan Umum, sehingga tidak menutup kemungkinan akan ada perubahan peraturan KPU untuk pemilu presiden setelah ini.

Pada 29 Mei 2009, ketiga bakal pasangan calon tersebut kemudian ditetapkan sebagai Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden peserta Pilpres 2009, dengan nomor urut yang ditetapkan keesokan harinya, 30 Mei 2009. Ketiga pasangan calon sesuai nomor urutnya beserta visi dan misinya ialah sebagai berikut:

#### **1. Mega-Prabowo**

Visi: "Gotong royong membangun kembali Indonesia Raya yang berdaulat, bermartabat, adil, dan makmur"

Misi: (1) Menegakkan kedaulatan dan kepribadian bangsa yang bermartabat; (2) Mewujudkan kesejahteraan sosial dengan memperkuat ekonomi kerakyatan, dan (3) Menyelenggarakan pemerintahan yang tegas dan efektif.

#### **2. SBY-Boediono**

Visi: "Terwujudnya Indonesia yang sejahtera, demokratis, dan berkeadilan"

Misi: (1) Melanjutkan pembangunan menuju Indonesia yang sejahtera; (2) Memperkuat pilar-pilar demokrasi, dan (3) Memperkuat dimensi keadilan di semua bidang.

### 3. *JK-Wiranto*

Visi: "Indonesia yang adil, mandiri, dan bermartabat"

Misi: (1) Tercapainya ekonomi bangsa yang mandiri, berdaya saing, dan berkeadilan demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat; (2) Mewujudkan pemerintahan yang bersih, berwibawa, demokratis dengan pengambilan keputusan yang cepat dan tepat; (3) Mewujudkan kesejahteraan sosial, ketahanan budaya dan otonomi daerah yang sehat, efisien dan efektif untuk lebih memantapkan integrasi nasional yang lebih menjamin kebhinnekaan; (4) Mewujudkan bangsa yang aman, tenteram dan damai dengan penegakan hukum dan hak asasi manusia; (5) Mewujudkan Indonesia yang dihormati dan disegani oleh bangsa-bangsa lain dalam bidang ekonomi dan politik.<sup>23</sup>

### **E. Faktor-faktor yang Menentukan Kemenangan Calon Presiden**

Para kandidat calon presiden untuk memenangkan dalam Pemilu harus mempunyai partai politik (parpol) sebagai kendaraan menuju pemilihan. Dalam hal ini parpol sangat berperan penting dalam mensukseskan calon presiden

---

<sup>23</sup> <http://www.wikipedia.com/PemilihanUmumPresidendanWakilPresiden2009> (27 Januari 2011)

dengan menggunakan komunikasi dan marketing politik untuk memperoleh suatu dukungan dari masyarakat.

Partai politik harus mengetahui *needs* dan *wants* di masyarakat yaitu hal-hal yang menyentuh seluruh lapisan masyarakat, kebutuhan sosial kemasyarakatan, kebutuhan untuk menyalurkan pendapat, kehidupan untuk sejahtera, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya.

Dari perspektif pemasaran politik (marketing politik) yang dapat digunakan yaitu:

1. *Product*, dalam hal ini adalah partai politik dan calon presiden. Misalnya. Calon presiden dan janji-janji yang akan disampaikan kepada masyarakat
2. *Place*, merupakan tempat sasaran atau target untuk berkampanye. Contoh: Posko PDI Perjuangan merupakan sebagai pos pengamanan untuk mensosialisasikan calon presiden.
3. *Price*, juga dapat dilihat sebagai suatu harga untuk para pendukungnya. Misalnya: kekayaan yang dimiliki calon presiden sebagai modal untuk mensosialisasikan dirinya kepada masyarakat.
4. *Promotion*, tanpa adanya upaya periklanan, *public relation* dan promosi untuk calon presiden yang dapat menyentuh hal-hal seluruh lapisan masyarakat, kebutuhan sosial kemasyarakatan, kebutuhan untuk menyalurkan pendapat, kehidupan untuk sejahtera, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Riswandi, *Komunikasi Politik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 64-65

Selain itu, seorang calon presiden harus mempunyai komunikasi kharismatik yang dimilikinya. Kharisma yang dimiliki oleh Megawati dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai upaya untuk memotivasi para bawahan serta kolega yang berada pada struktur di bawahnya dengan membuat menyadari pentingnya hasil tugas yang akan dicapai.

Yang dimaksud dengan tipe kharismatik itu sendiri adalah tipe kepemimpinan yang merujuk pada kepribadian seseorang yang memiliki daya tarik dalam berpenampilan dan berkomunikasi. Seseorang yang berkharisma memiliki daya pikat yang luar biasa, bahkan kadang dianggap memiliki kemampuan supranatural. Pemimpin semacam ini sangat percaya diri, tegas, menonjol dalam banyak hal, otentik, fokus, serta memiliki keahlian berpidato yang membuat audiensinya seakan-akan tersihir oleh manteranya.

Menurut sosiolog Max Weber, kharisma merujuk pada sebuah kualitas yang melekat pada pribadi, sosok ini punya nilai-nilai atau kelebihan tertentu yang membuat orang awam memperlakukannya secara istimewa. Dan kelebihan itu dipandang tidak dapat diakses oleh orang biasa, kecuali oleh para *elite* (pemimpin).<sup>25</sup>

Bagi Pierre Bourdieu, penjelasan Weber sudah cukup, ia hanya perlu menekankan bahwa seorang pemimpin yang berkharisma hadir hanya ketika yang lain dapat menerima atau mengakuinya. Menurut filosof ini, kharisma selalu

---

<sup>25</sup> *Ibid*, 140-141.



terkait dengan upacara (*inaugural act*). Kharisma telah dipandang sebagai ciri yang melekat pada seseorang sehingga ia memiliki daya pikat yang kuat, dan daya pikat itu ditunjukkannya baik melalui komunikasi verbal maupun non-verbal. Setidaknya ada tiga ciri pemimpin yang kharismatis: *pertama*, memiliki kepekaan emosi yang tinggi, *kedua*, mampu mempengaruhi yang lain secara luar biasa, dan *ketiga*, tidak mudah terpengaruh oleh orang lain<sup>26</sup>.

Oleh karena itu, analisa yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis faktor kemenangan Megawati dalam Pemilu 2009 di Kecamatan Sepulu adalah dengan menggunakan teori marketing politik.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>26</sup> *Ibid*, 142.

## BAB III

### SETTING PENELITIAN

#### A. Sejarah Kecamatan Sepulu

"Sepulu adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Daerah ini terletak di Pulau Madura. Dari sejarahnya nama Sepulu ada dua versi, (1) Sepulu berasal dari satu pulau kecil (se-pulau) yang konon daerah ini jika air laut pasang maka membentuk pulau kecil sehingga masyarakat memberi nama Sepulu (Sepulu). (2) Sepulu berasal dari jumlah sumur-sumur yang dulunya dikeramatkan dan biasa dijadikan sumber air minum oleh masyarakat, rasanya enak dibandingkan sumber air lainnya, sepanjang tahun airnya tak pernah kering. Sumur-sumur itu berjumlah 10 (Sepuluh) sumur (sumber) sehingga karena air merupakan sumber kehidupan manusia maka desa tersebut dinamakan Desa Sepulu. Sampai saat ini sumur-sumur yang masih dijadikan sumber air minum sebagian masih difungsikan dengan baik.<sup>1</sup>

Namun, disini sedikit menambahkan tentang Sepulu yang saya ketahui. Sepulu (Bahasa Madura; Sepolo/Sapolo) adalah nama kecamatan (Kecamatan Sepulu) juga nama desa (Desa Sepulu). Desa Sepulu ini terletak di pinggiran pantai yang sebelah baratnya berbatasan dengan Desa Maneron, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Kalabetan, sebelah timur berbatasan dengan Desa

---

<sup>1</sup> "Kecamatan Sepulu", [http://id.wikipedia.org/wiki/Kecamatan\\_Sepulu](http://id.wikipedia.org/wiki/Kecamatan_Sepulu) (26 Oktober 2010)

Prancak, dimana semua desa tersebut masih termasuk wilayah Kecamatan Sepulu, sedangkan sebelah utara adalah laut lepas (Laut Jawa). Sebagaimana masyarakat pinggiran pantai, profesi sebagai nelayan menjadi profesi sebagian dari masyarakat disana. Desa Sepulu menjadi pusat pemerintahan dalam ruang lingkup kecamatan, sehingga kantor kecamatan, kantor polisi, dan pasar-pun ada di desa tersebut.

Sepulu juga nama sebuah kecamatan (Kecamatan Sepulu). Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bumi. Selatan berbatasan dengan Kecamatan Kokop dan Kecamatan Geger. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Klampis. Sebelah utara adalah laut lepas (Laut Jawa).

Sejarah mengenai Sepulu memang banyak versi, dan apa yang disebutkan di dalam wikipedia merupakan bagian dari versi-versi sejarah yang ada. Namun, cerita yang berkembang dalam masyarakat di lingkungan kecamatan Sepulu sendiri bukan seperti itu. Sepulu dalam bahasa Madura adalah “Sepolo”, nama untuk menyebut angka sepuluh (10).

Untuk pengucapan kata Sapolo atau Sepolo tergantung dari kebiasaan masyarakat masing-masing. Cerita yang berkembang dalam masyarakat disana adalah nama Sepulu diambil dari jumlah santri yang dulu pernah datang ke wilayah tersebut. Konon, ada 10 santri musafir pengelana yang berasal dari arah barat, berjalan di pinggir pantai dan sesampai di sebuah tempat, kesepuluh santri tersebut kemudian menetap. Nah tempat kesepuluh santri yang menetap itu

kemudian dinamakan Sepolo, yang selanjutnya dalam bahasa Indonesia disebut Sepulu. Jika kata "Sepulu" mengikuti nama angka 10, maka seharusnya dalam bahasa Indonesia adalah "Sepuluh" (Kecamatan Sepuluh/Desa Sepuluh). Namun, jika mengikuti vokal penyebutan dalam bahasa Madura, maka dapat dibenarkan dengan penyebutan "Sepulu". Berasal dari kata "Sepolo" berubah menjadi "Sepulu". Sehingga disebut Kecamatan Sepulu dan Desa Sepulu.

Sedangkan untuk pengucapan kata Sapolo (Sapulo), cerita yang berkembang di sana adalah konon di Desa Sepulu itu karena letaknya yang dipotong oleh sungai sehingga tampak berbentuk sebuah pulau.

Dahulu kala, di tempat tersebut dijadikan proyek oleh bangsa lelembut (roh halus/jin), untuk dijadikan sebuah pelabuhan besar. Mereka berencana membuat sungai yang melintasi daerah tersebut, yang bermuara dari Pantai Sorren (termasuk wilayah Desa Prancak) ke selatan (sekarang menjadi daerah pertambakan, Kampung Laok Tambak, Desa Prancak) kemudian ke barat (sekarang menjadi daerah lembah yang disebut "*juglang*", Kampung Jlau', Desa Sepulu) hingga sampai ke Sungai Kanceng (Wilayah Desa Maneron).

Bangsa lelembut tersebut mulai bekerja pada malam hari, karena jika mereka bekerja di siang hari maka mereka akan terbakar oleh cahaya matahari. Target mereka, proyek tersebut selesai malam itu juga. Namun, Ketika hasil kerja mereka telah mencapai 75 persen sementara waktu masih tersisa sepertiga (akhir) malam. Tiba-tiba, terdengar suara orang-orang di seberang (sekarang bernama

Kampung Laok Tambak, wilayah Desa Prancak) yang sedang menampah beras. Mendengar hal tersebut, ayam–ayam mulai berkokok saling bersahutan, menyangka pagi telah tiba. Dan, Sekelompok bangsa lelembut itupun terkejut. Mereka panik, karena pekerjaan mereka belum juga selesai. Karena khawatir matahari segera terbit, mereka menghentikan pekerjaannya dan bergegas meninggalkan tempat itu, untuk kembali ke alamnya.

Karena kekesalan mereka, sebelum mereka meninggalkan proyek yang masih terbengkalai, pimpinan bangsa halus tersebut melontarkan kutukan “Wahai orang–orang seberang yang menampah beras! Karena ulah kalian, rencanaku jadi berantakan. Aku kutuk kalian sampai tujuh turunan, hidup kalian akan serba kekurangan.” Setelah itu, pimpinan bangsa halus itu pergi bersama anak buahnya menuju alamnya. (konon kutukan tersebut sudah pernah terbukti. Dahulu kehidupan Masyarakat Laok Tambak (yang terkena kutukan) terbilang melarat, tanahnya kering, banyak air sumur yang berasa asin. Sehingga, kala musim kemarau, mereka mengambil air ke Desa Sepulu. Seiring perjalanan waktu, kehidupan mereka kembali normal, karena mungkin tujuh turunan telah berlalu)

Keesokan harinya, penduduk setempat sangat tertegun, melihat daerah tempat tinggalnya berubah menjadi tampak seperti sebuah pulau kecil. Mereka akhirnya sepakat, memberi nama tempat itu, dengan nama “Sepulo” yang artinya, ‘sebuah pulau’. Seiring perkembangan Bahasa Indonesia, akhirnya disempurnakan menjadi Sepulu.

## B. Keadaan Geografi

### 1. Keadaan fisik

Kecamatan Sepulu terletak di bagian Utara Kabupaten Bangkalan dengan ketinggian 2–150 meter di atas permukaan laut, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a) Sebelah utara : Laut Jawa
- b) Sebelah selatan : Kecamatan Geger
- c) Sebelah timur : Kecamatan Tanjung Bumi
- d) Sebelah barat : Kecamatan Klampis

Luas wilayah adalah 73,25 km<sup>2</sup> yang secara administratif terdiri dari 15 desa yaitu :

- a) Desa Sepulu, terdiri dari Dusun Candi, Jlau', Lebak Barat, Lebak Tengah, Pesisir, Tajung dan Kampung Asem Jajar, Biyung, Bujuk Ngasar dan Kampung Ligiliyan
- b) Desa Maneron, terdiri dari Dusun Binoloh, Karang, Mangka'an, Senangguh, Tajung, Kampung Kancing dan Kampung Timur Songay
- c) Desa Gangsean, terdiri dari Dusun Langdalem, Palenggian, Sumur Macan dan Kampung Gangsean
- d) Desa Klapayan, terdiri dari Dusun Duwa' Alas, Palenggiyan, Ra'biran, Terem, Kampung Gibang Dajah, Gibang Laok dan Kampung Klapayan.

- e) Desa Bangsereh, terdiri dari Dusun Bilarongan, Nangger, Rokem, Kampung Bangsereh, dan Kampung Langgar
- f) Desa Kelbung, terdiri dari Dusun Gayung, Longka', Ragas, Sebalan, Temaah, Terosan dan Kampung Kelbung
- g) Desa Saplasmah, terdiri dari Dusun Pronggaan dan Dusun Saplasmah
- h) Desa Gunelap, terdiri dari Dusun Barat Leke, Timur Leke, Dekok, Duwa' Buter, Jebbuh, Takottah, Timur Toger, Padaporan, Pancor, Kampung Gunelap Barat, dan Kampung Gunelap Timur.
- i) Desa Klabetan, terdiri dari Dusun Betan, Bindang dan Kampung Bilarongan.
- j) Desa Banyior, terdiri dari Dusun Blungkeng, Kemmedan, Lenden dan Dusun Sabungan
- k) Desa Prancak, terdiri dari Dusun Tanjung Putih, Pesisir, Saba Sokon, Kampung Laok Tambak dan Kampung Prancak.
- l) Desa Labuhan, terdiri dari Dusun Labuhan dan Dusun Masaran
- m) Desa Tanagura Barat, terdiri dari Dusun Blungkeng dan Dusun Marlabang
- n) Desa Lembung Paseser, terdiri dari Dusun Jarat Maleng dan Dusun Lembung
- o) Desa Tanagura Timur, terdiri dari Kampung Kebun Lebar dan Kampung Talon

## 2. *Keadaan sumber daya tanah/lahan*

Kecamatan Sepulu memiliki kriteria lahan/tanah sebagai berikut :

### a) Luas daerah berdasarkan klasifikasi erosi:

- Luas lahan erosi : 4.900 Ha
- Luas lahan tidak erosi : 2.118 Ha

### b) Luas areal perubahan penggunaan lahan:

- Pemukiman : 379,18 Ha
- Pertanian : 1.205,80 Ha
- Tegalan : 4.032,22 Ha
- Hutan : 1.028,25 Ha
- Waduk/Rawa/danau : 120,64 Ha
- Lahan lain : 251,92 Ha

## 3. *Keadaan klimatologi*

### a) Curah hujan.

- Jumlah bulan hujan : 7 bulan
- Jumlah bulan kemarau : 5 bulan

### b) Cuaca.

- Rata-rata amplitude suhu harian : 27° C
- Rata-rata suhu siang : 27° C
- Rata-rata suhu malam : 25° C



## C. Keadaan Demografi

### 1. Kepadatan penduduk

Jumlah penduduk Kecamatan Sepulu sebesar 41.444 jiwa (8.279 kk), dengan perbandingan :

- Laki-laki sebanyak 20.156 jiwa
- Perempuan sebanyak 21.288 jiwa.

Kepadatan penduduk per km<sup>2</sup> 565,79 jiwa dengan pertumbuhan penduduk sebanyak 5% setiap tahunnya. Jumlah angkatan kerja sebanyak 20.700 orang, bekerja sebanyak 13.805 orang, mencari kerja sebanyak 6.895 dan bukan angkatan kerja sebanyak 6.912 orang.

**Tabel 3. Jumlah Penduduk dan Luas Wilayah Desa di Kecamatan Sepulu Tahun 2008**

No	Nama desa	Jumlah penduduk	Luas wilayah (km <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk per km <sup>2</sup>
1	Sepulu	5.686	1,87	3.041
2	Maneron	3.624	7,43	488
3	Gangsean	2.381	5,29	450
4	Klapayan	4.080	6,99	584
5	Bangsereh	2.268	5,76	394
6	Kelbung	6.071	10,11	600
7	Saplasah	1.251	3,87	323
8	Gunelap	3.936	11,96	329
9	Klabetan	2.553	4,91	519
10	Banyior	2.579	4,34	594
11	Prancak	3.656	1,30	2.812
12	Labuhan	492	0,39	1.262
13	Tanagura Barat	983	3,22	305
14	Lembung Paseser	1.019	2,68	380
15	Tanagura Timur	865	3,13	276
<b>T o t a l</b>		<b>41.444</b>	<b>73,25</b>	<b>566</b>

Sumber: Badan Pertanahan Nasional Kab. Bangkalan

Sesuai data di atas, dapat dilihat bahwa Kecamatan Sepulu adalah kecamatan yang jarang/sedikit penduduknya dengan kepadatan 566 jiwa tiap kilometer persegi. Tiap desa kepadatan penduduknya berbeda-beda dikarenakan dengan kondisi atau luasnya desa tersebut.

Desa yang dikategorikan memiliki kepadatan tinggi adalah Desa Sepulu sendiri, dengan kepadatan 3.041 jiwa/km<sup>2</sup>. Kemudian disusul desa tetangga, yaitu Desa Prancak (kepadatan=2.812 jiwa/km<sup>2</sup>) dan Desa Labuhan (kepadatan=1.261 jiwa/km<sup>2</sup>). Ketiga desa tersebut, termasuk daerah pesisir.

Selebihnya, termasuk kategori desa yang memiliki kepadatan jarang dengan Desa Tanagurah Timur sebagai desa yang memiliki kepadatan paling rendah, dengan kepadatan 276 jiwa/km<sup>2</sup>. Diantara desa-desa yang termasuk jarang tersebut adalah desa-desa dengan kategori desa “pegunungan” –daerah dataran tinggi/perbukitan-, kecuali Desa Tanagurah Timur sendiri, Desa Lembung Paseser dan Desa Tanagurah Barat yang termasuk kategori desa pesisir.

## 2. *Tingkat pendidikan penduduk*

Tingkat pendidikan penduduk sebagai berikut :

- |                                       |               |
|---------------------------------------|---------------|
| 1) Buta huruf                         | : 1.121 Orang |
| 2) Tidak / belum pernah sekolah       | : 4.825 Orang |
| 3) Tidak / belum pernah tamat SD / MI | : 8.604 Orang |
| 4) Tamat SD / MI                      | : 3.549 Orang |

5) Tamat SMP / MTS	: 14.127 Orang
6) Tamat SMU / MA	: 8.332 Orang
7) Tamat SMK	: 106 Orang
8) Tamat diploma I / II	: 414 Orang
9) Tamat diploma III / sarjana muda	: 263 Orang
10) Tamat Sarjana I	: 95 Orang
11) Tamat Sarjana II	: 8 Orang

Jika mengacu pada program pemerintah dalam Wajardikdas 9 Tahun. Tampak bahwa berdasarkan tingkat pendidikan, masyarakat yang sudah mengenyam pendidikan dasar sebanyak 23.345 Orang (56,32%). Sedangkan sisanya, sebanyak 43,68% adalah masyarakat yang belum dapat menempuh pendidikan dasar. Bahkan, diantara jumlah tersebut terdapat 8.604 orang yang belum tamat SD/MI, 4.825 orang yang tidak pernah sekolah, bahkan terdapat 1.121 orang yang buta huruf

### 3. *Pertanian Dan Perkebunan*

Luas lahan pertanian pengusahaan (tradisional) di Kecamatan Sepulu adalah 5.827,19 Ha, dengan rincian sebagai berikut:

- Lahan Basah Sudah diolah : 1.244,04 Ha
- Lahan Kering Sudah diolah : 4.583,15 Ha

**Tabel 4. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Pertanian Tanaman Pangan di Kecamatan Sepulu Tahun 2008**

Komoditi	Luas Panen (ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Kw/ha)
Padi	2004,00	7495,92	37,40
Jagung	4682,00	8717,88	18,62
Ubi Kayu	138,00	1214,81	88,03
Ubi Jalar	2000	157,08	78,54
Kacang Hijau	195,00	111,15	5,70
Kacang Tanah	182,00	208,57	11,46

Sumber: Kantor Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kab. Bangkalan

**Tabel 5. Luas Areal dan Produksi Tanaman Perkebunan Rakyat**

Komoditi	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)	Rata-rata Produksi (Kg/Ha/Thn)
Kelapa	361,10	124,20	1.299,30
Kapuk Randu	43,02	26,95	925,16
Jambu Mete	459,00	105,48	825,03
Siwalan	63,00	22,94	459,08
Cabe Jamu	1,95	0,12	521,74

Sumber: Kantor Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kab. Bangkalan

Berdasarkan tabel di atas, tampak bahwa Kecamatan Sepulu memiliki potensi daerah berupa tanahnya yang subur. Sehingga, hasil pertanian dan perkebunan sangat memuaskan. Sementara jenis pekerjaan yang menggambarkan tingkat ekonomi di Kecamatan Sepulu adalah mayoritas sebagai petani.

#### 4. Perikanan dan Kelautan

Sementara, di bidang perikanan dan kelautan, para Nelayan Desa Sepulu juga masih bersifat tradisional. Mereka memiliki alat penangkap ikan laut berupa jarring-jaring hanyut sebanyak 258 unit, dan pantoda sebanyak

503 unit. Sementara untuk menangkap ikan darat yang ada di tambak–tambak mereka –seluas 148,90 ha-, mereka menggunakan jaring tetap (15 unit), serok (30 unit) dan jala (10 unit). Selain itu mereka juga biasa menggunakan 300 unit pancing untuk menangkap ikan–ikan, baik yang ada di darat ataupun di laut.

Hasil dari produksi perikanan tersebut berupa ikan tongkol dan ikan tengiri. Sedangkan di tambak–tambaknya, mereka membudidayakan ikan bandeng, ikan belanak dan udang. Sementara penghasilan mereka di bidang perikanan dan kelautan selama satu tahun di dominasi oleh hasil perairan laut sebesar Rp. 3.000.000.000,- (Tiga milyar rupiah), diikuti perairan tambak sebesar Rp. 296.000.000,- (Duaratus sembilanpuluh enam juta rupiah). Sementara yang menduduki peringkat terakhir adalah perairan umum yang tidak termasuk ke dua kategori tersebut, yaitu sebesar Rp. 1.092.250 selama satu tahun

##### 5. *Mata pencaharian*

Mata pencaharian Penduduk Kecamatan Sepulu usia 15 tahun keatas berdasarkan lapangan usaha, dapat dibedakan sebagai berikut:

- a) Pertanian tanaman pangan : 11.558 orang
- b) Perkebunan : 381 orang
- c) Perikanan : 592 orang
- d) Peternakan : 557 orang

- e) Pertanian lainnya : 1.142 orang
- f) Industri pengolahan : 101 orang
- g) Perdagangan : 1.761 orang
- h) Jasa : 1.024 orang
- i) Angkutan : 712 orang
- j) Lainnya : 4.239 orang

Berdasarkan jenis pekerjaan tersebut, maka dapat dibuat pengelompokan penduduk berdasarkan kondisi geografisnya. Dimana untuk masyarakat yang tinggal di daerah dataran tinggi/daerah bukit sebagian besar hidup sebagai petani. Mereka hidup dari pertanian tanaman pangan, perkebunan maupun pertanian lainnya. Di samping itu di antara mereka juga terdapat peternak, terutama peternak sapi dan kambing. Di samping juga ada pedagang, guru, dan juga mantri yang tinggal di sana.

Sementara di daerah pesisir –terutama Desa Sepulu, Prancak, Labuhan, Tanagurah Barat, Tanagurah Timur dan Lembung Paseser–, lebih didominasi oleh para nelayan yang bekerja di sektor perikanan laut, kemudian pedagang. Mereka yang bekerja di bidang jasa seperti dokter, bidan, polisi dan pegawai lainnya banyak yang tinggal di daerah ini. Di samping juga ada yang bekerja di sektor jasa angkutan, baik angkutan darat seperti sopir angkutan umum, tukang becak, dan lainnya, juga angkutan laut.

#### **D. Kehidupan Sosial Politik Masyarakat Kecamatan Sepulu**

Lingkungan sosial yang kondusif membuat orang dengan senang hati berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat termasuk dalam beraktivitas politik. Dalam lingkungan politik yang demokratis orang merasa lebih bebas dan nyaman untuk terlibat dalam aktivitas-aktivitas politik daripada dalam lingkungan politik yang totaliter. Lingkungan politik yang sering diisi dengan aktivitas-aktivitas brutal dan kekerasan dengan sendirinya menjauhkan masyarakat dari wilayah politik.

Bagaimanapun juga lingkungan sosial ikut mempengaruhi persepsi, sikap, perilaku seseorang dalam bidang politik. Orang yang berasal dari lingkungan sosial yang lebih rasional dan menghargai nilai-nilai seperti keterbukaan, kejujuran, keadilan dan lain-lain tentu akan mau juga memperjuangkan tegaknya nilai-nilai tersebut dalam bidang politik. Oleh sebab itulah, mereka mau berpartisipasi dalam bidang politik. Orang-orang yang berwatak sosial yang mempunyai kepedulian sosial yang besar terhadap problem sosial, politik, ekonomi, sosial budaya, biasanya mau terlibat dalam aktivitas politik.

Seseorang yang tiada mempunyai pengetahuan atas informasi mengenai suatu masalah politik atau situasi politik mungkin merasa kurang kompeten untuk berpartisipasi dalam sesuatu usaha guna memecahkan masalahnya, atau untuk mengubah situasinya, maka kompetensi politiknya meningkat dengan bertambahnya pengetahuan. Kepribadian yang ramah, suka bergaul, dominan dan berjiwa sosial tinggi akan lebih condong melakukan kegiatan politik. Kondisi

sosial masyarakat bisa dilihat dari tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan maupun sosial kemasyarakatan. Tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat yang tinggi maka partisipasi masyarakatnya juga tinggi.

Kehidupan bermasyarakat di Kecamatan Sepulu dapat dilihat dari antusiasme masyarakat dalam kegiatan-kegiatan sosial politik. Kegiatan Pemilihan Kepala Desa yang dilaksanakan di Sepulu menunjukkan keaktifan masyarakat dalam proses politik di lingkungannya. Pilkades yang dilaksanakan secara maraton di 15 desa berjalan lancar dan sukses, bahkan setelah Pemilu Presiden 2009 pun ada yang masih baru melaksanakan Pilkades di desanya, yaitu Desa Kelbung dan Desa Saplasah. Hal itu menunjukkan bahwa Masyarakat Sepulu adalah partisipasi yang berperan aktif dalam proses pemilihan baik di tingkat yang terkecil seperti Pilkades maupun Pilkada, sampai tingkat di atasnya yaitu Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden

Keterlibatan masyarakat secara aktif dapat dilihat dari peran serta masyarakat dalam organisasi politik, partisipasi dalam rapat umum, demonstrasi, partisipasi dalam pembangunan desa, musyawarah desa atau rembug dusun yang kemudian disalurkan menjadi Musrenbang, aktif dalam proses kampanye maupun pada saat pencoblosan.

Kehidupan politik di Kecamatan Sepulu pada Tahun 1999-2008 pada umumnya masih cukup dikatakan stabil. Dalam arti, tidak sampai mempengaruhi jalannya roda pemerintahan, peredaran perekonomian, perencanaan dan pelaksanaan pembangunan maupun terhadap sendi-sendi kehidupan masyarakat



pada umumnya. Aspirasi politik masyarakat tersalurkan melalui partai politik yang ada yaitu Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) yang tersebar di sebagian besar masyarakat yang ada di sana, terutama mereka yang bekerja di bidang pertanian dan kelautan. Selain itu, aspirasi politik masyarakat pesisirnya tersalurkan melalui Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan), dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang sebagian besar terdiri dari kalangan agamis.

Hal tersebut berlangsung hingga sebelum masa Pilkada 2008, dalam hal ini Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bangkalan. Pada masa ini, muncul fenomena dinamika demokrasi di Kabupaten Bangkalan, termasuk juga Kecamatan Sepulu. Hal itu ditandai adanya gelombang aksi protes besar-besaran karena ada salah satu calon bupati yang tidak diloloskan KPU Kabupaten Bangkalan dengan alasan tidak memenuhinya syarat *threshold* parpol yang mengusungnya. Persaingan antara kekuatan politik satu dengan yang lain terlihat dinamis, tidak terjadi ketegangan-ketegangan yang bersifat fisik. Namun kehidupan partai politik dalam proses kiprah perjuangannya juga pernah mengalami pasang surut

Walaupun hasil Pilkada 2008 tersebut, masih menggambarkan peta politik yang ada di Kecamatan Sepulu. Hasil Pilkada tersebut dimenangkan oleh pasangan nomor urut 3, RKH Fuad Amin Imron dan Drs. KHM Syafik Rofi'i yang diusung oleh PKB. di Kecamatan Sepulu, Pasangan tersebut memperoleh dukungan suara sebesar 12.719 suara, disusul pasangan Ir. H. Muhammadong dan H. Abdul Hadi Razak Hadi, S. H. yang memiliki nomor urut 2, dengan perolehan

suara 22,98% (4035 Suara) yang diusung oleh PDI Perjuangan dan partai koalisinya. Kemudian pasangan nomor satu hanya berhasil meraup dukungan 807 suara, yaitu pasangan dr. H. A. Hamid Nawawi, Sp. A dan Drs. Hosyan Muhammad, S. H. Namun hal tersebut, tidak berlaku untuk Pemilihan Kepala Daerah Tingkat Propinsi yang dilaksanakan tahun itu juga.

Pada Pemilihan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jawa Timur Tahun 2008 yang berlangsung dua kali putaran. Walaupun pada Pilkada I (Provinsi) pilihan masyarakat jatuh pada Pasangan Achsan (DR. Achmady, M. Si., M.M. dan H. Suhartono, S. H.) yang berhasil meraup 6.005 suara, atau sekitar 34,81%. Pasangan tersebut di usung oleh PKB, diikuti Pasangan KAJI Manteb (Hj. Khofifah Indar Parawansa dan Mudjiono) yang diusung PPP dengan perolehan suara sekitar 28,73% dan diurutan ketiga diduduki oleh pasangan yang terkenal “Coblos Songotna” (berasal dari Bahasa Madura yang berarti “Coblos Kumisnya”) yakni pasangan Pak De Karwo (DR. H. Soekarwo, M. Hum) dan Gus Ipul (Drs. H. Syaifullah Yusuf) yang diusung oleh Partai Demokrat.

Pada Pilkada Putaran II yang hanya diikuti oleh dua pasangan calon, yakni Pasangan KAJI Manteb berhasil meraup suara 4.096 suara. Dan pesaing beratnya pasangan Pak De Karwo dan Gus Ipul yang hanya berhasil meraup 3.155 Suara atau sekitar 38,90%. Sebagai pelaksanaan putusan Mahkamah Konstitusi tentang sengketa Pilkada Jawa Timur, maka khusus untuk Kabupaten Bangkalan dan Sampang yang diadakan pemungutan dan penghitungan suara ulang, kemenangan pasangan KAJI Manteb di Kecamatan Sepulu semakin tipis. Mereka pada pemilu

ekstra ini, hanya berhasil meraup 3.551 suara, unggul dengan selisih 55 suara daripada pasangan Pakde Karwo dan Gus Ipul.

Pada Pemilihan Calon Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten Tahun 2009, pilihan partai dan calon bagi Masyarakat Sepulu terlalu beragam. Sehingga dalam menentukan pilihan pun mereka beragam. Hal itu tampak dari perolehan suara pada dua pemilu sebelumnya –Pemilu Legislatif 1999 dan 2004– di dominasi oleh PKB. Bahkan pada Pemilu Legislatif 2004 yang lalu, Kecamatan Sepulu berhasil menempatkan dua Caleg PKB yang berasal dari Daerah Pemilihannya, yaitu Drs. Moh. Hakam Ghufron (Ketua PAC PKB Sepulu) dan H. Abdul Kadir Rofi'i, S. H.

Sedangkan pada Pemilu Legislatif 2009 yang lalu, di Daerah Pemilihan V (DP V), yang meliputi Kecamatan Sepulu, Kecamatan Tanjung Bumi dan Kecamatan Kokop; Kecamatan Sepulu hanya dapat mengantarkan satu caleg saja dari PPP yaitu H. Mahmud, S. E. Sedangkan PKB walaupun memperoleh suara terbesar kedua –Bahkan suara terbesar pertama di DP V–, tidak berhasil mendudukkan calegnya H. Abdul Kadir Rofi'i, S. H. ataupun Drs. Moh. Hakam Ghufron. Yang berhasil duduk menjadi anggota legislatif dari PKB, berasal dari Kecamatan Kokop yaitu Mohammad Imam Supardi, S. Ag. Yang menarik di sini, H. Abdul Kadir Rofi'i, S. H (Caleg PKB Nomor urut 1) hanya terpaut 23 suara dengan Achmad Badrih S. IP yang diusung Demokrat dengan nomor urut 1, yang berasal dari Kecamatan Tanjung Bumi. Sedangkan penghasil suara terbesar ketiga

adalah Partai Keadilan Sejahtera yang berhasil mendudukkan calon nomor urut 2, yaitu Mujiburrahman, S.H. yang berasal dari Kecamatan Kokop.

Kemelut yang terjadi di dalam tubuh parpol tidak mempengaruhi aktivitas masyarakat secara umum sehingga tidak menimbulkan permasalahan dapat mengganggu jalannya proses demokrasi. Dalam bidang pemerintahan, pembangunan, maupun usaha peningkatan pelayanan terhadap masyarakat dapat berjalan dengan baik tanpa adanya hambatan-hambatan yang cukup berarti.

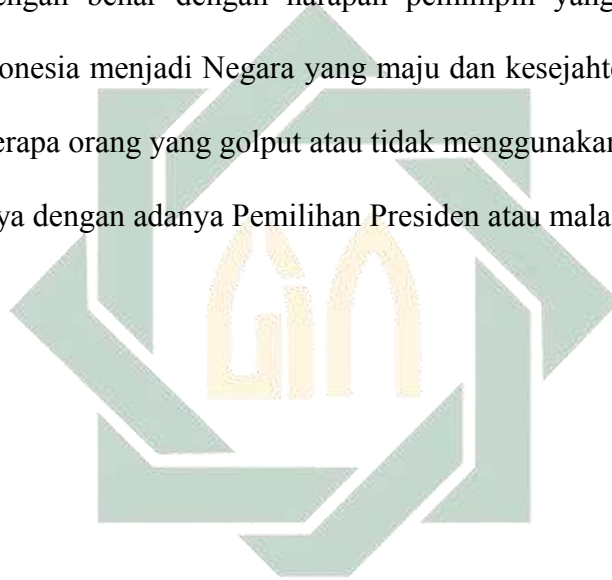
#### E. Data Pemilih di Kecamatan Sepulu

**Tabel 6. Data Pemilih dan Penggunaan Hak Pilih dalam Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu**

NO	URAIAN	SPL	MNR	GSY	KPY	BSR	KLB	SLS	GNL	KBT	BNY	PRC	LBH	TGB	LBP	TGT	
<b>A. DATA PEMILIH dan PENGGUNAAN HAK PILIH</b>																	
1	Jumlah pemilih terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (1a + 1b)	LK	1721	1126	484	1042	848	1705	661	1175	895	910	1260	295	399	367	427
		PR	1963	1287	635	1356	890	2133	660	1502	1032	978	1365	367	462	354	422
		JML	3674	2413	1119	2398	1738	3838	1221	2677	1927	1888	2625	662	861	721	849
2	a. Jumlah Pemilih terdaftar dalam DPT yang menggunakan Hak Pilih.	LK	1227	861	449	687	758	1560	257	1018	723	910	727	219	350	339	410
		PR	1593	1067	556	921	775	2013	430	1297	893	978	925	303	403	345	401
		JML	2820	1928	1005	1608	1533	3573	687	2315	1616	1888	1652	522	753	684	811
	b. Jumlah Pemilih terdaftar dalam DPT yang tidak menggunakan Hak Pilih	LK	494	265	35	355	90	145	304	157	172	0	533	76	49	28	17
		PR	360	220	79	435	115	120	230	205	139	0	440	64	59	9	21
		JML	854	485	114	790	205	265	534	362	311	0	973	140	108	37	38
2	Jumlah Pemilih terdaftar dalam Daftar Pemilih Tambahan. ( 2a + 2b)	LK	2	0	0	4	5	1	0	11	3	1	31	2	0	0	0
		PR	1	0	0	2	2	5	0	5	2	0	9	2	0	0	0
		JML	3	0	0	6	7	6	0	16	5	1	40	4	0	0	0
2	a. Jumlah Pemilih Terdaftar Dalam Daftar Pemilih Tambahan yang menggunakan hak pilih dari TPS lain.	LK	2	0	0	4	5	1	0	11	3	1	31	2	0	0	0
		PR	1	0	0	2	2	5	0	5	2	0	9	2	0	0	0
		JML	3	0	0	6	7	6	0	16	5	1	40	4	0	0	0
	b. Jumlah Pemilih Terdaftar Dalam Daftar Pemilih Tambahan yang tidak menggunakan hak pilih dari TPS lain.	LK	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		PR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		JML	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber: Model DA-1 PPWP PPK Kec. Sepulu

Dari tabel di atas menyatakan bahwa penduduk di Kecamatan Sepulu masih ada yang tidak menggunakan hak pilihnya dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2009 yakni sebanyak 5.216 orang dari jumlah penduduk yang memiliki hak pilih 28.611 orang. Hal ini membuktikan bahwa penduduk di Kecamatan Sepulu memiliki rasa persatuan dan kesatuan serta menggunakan hak pilihnya dengan benar dengan harapan pemimpin yang baru dapat merubah Negara Indonesia menjadi Negara yang maju dan kesejahteraan rakyat terpenuhi. Hanya beberapa orang yang golput atau tidak menggunakan hak pilih dikarenakan tidak percaya dengan adanya Pemilihan Presiden atau malas ke TPS.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB IV**

### **FAKTOR PENENTU KEMENANGAN MEGAWATI**

#### **DALAM PILPRES 2009**

Strategi yang dilakukan tim kampanye dalam mensosialisasikan kandidat atau “menjual” kandidat melalui cara-cara pemasaran kandidat (marketing). Marketing dalam dunia politik dapat disebut sebagai marketing politik. Konsep *brand*, *positioning*, riset pasar, segmentasi telah digunakan untuk memenangkan Mega-Prabowo pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2009 di Kecamatan Sepulu.

Marketing politik telah digunakan dalam memenangkan Mega-Prabowo di Kecamatan Sepulu. Implementasi marketing politik telah dilakukan partai (PDI Perjuangan) melalui pembentukan tim kampanye pendukung kemenangan Mega-Prabowo. Efek dari penggunaan marketing politik bagi kemenangan Mega-Prabowo sangat besar. Secara langsung dapat dikatakan kemenangan tersebut karena strategi marketing atau pemasaran yang tepat dan baik.

Berikut ini adalah penjabaran penerapan konsep strategi marketing politik untuk memenangkan Mega-Prabowo, khususnya di Kecamatan Sepulu. Penulis menggolongkan analisa data-data berikut ini berdasarkan faktor kemenangan Megawati dalam Pemilu 2009 dalam proses penelitian di lapangan.

## A. Calon Presiden dan Wakil Presiden

Berdasarkan Undang-undang Nomor 42 Tahun 2008, pengajuan pasangan calon presiden dan wakil presiden diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat 2009 yang memperoleh minimal 20% dari jumlah kursi DPR atau 25% dari jumlah suara sah nasional.<sup>1</sup>

Sebelum masa pemilihan umum dimulai, sejumlah tokoh nasional telah menyatakan untuk ikut mencalonkan atau menerima pencalonan diri sebagai Presiden dan Wakil Presiden 2009-2014. Ada 3 calon yang ingin menjadi Presiden salah satunya adalah Megawati Soekarnoputri dan Prabowo Subianto sebagai wakil presidennya. Megawati dari PDI Perjuangan sedangkan Prabowo dari Partai Gerindra, selain itu berkoalisi dengan partai kecil yaitu PNI Marhaenisme, Partai Buruh, Pakar Pangan, Partai Merdeka, Partai Kedaulatan, PSI, PPNUI.

Alasan politis yang menjadi alasan kenapa Partai Gerindra berkoalisi dengan PDI Perjuangan, seperti yang diungkapkan salah seorang wakil tim pemenangan Mega Prabowo Desa Saplasmah;

Mereka ingin mengusung Prabowo sebagai calon presiden begitupun kami menetapkan ketua umum kami sebagai presiden. Walaupun secara misi kami dalam hal tersebut (pemenangan Mega Prabowo) itu sama, tapi walau bagaimanapun mulai dari ideologi, visi dan misi kami yang lain tidak sama dengan Partai Gerindra.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <http://www.wikipedia.com/pemilihanumumpresiden2009> (28 Januari 2011).

<sup>2</sup> Indra Putra, Wakil Tim Pemenangan Mega Prabowo Desa Saplasmah, *Wawancara*, Saplasmah, 20 Januari 2011.

Selain itu, menurutnya sosok Prabowo Subianto dianggap memiliki kecakapan dalam bidang politik, dan dianggap memiliki karisma tersendiri untuk mendampingi Megawati sebagai sosok wakil presiden. Hal senada, disampaikan oleh seorang PNS, mantri yang tinggal di Desa Saplasah. Menurutnya, Prabowo yang pernah melakukan safari politik, hingga sampai di Bangkalan dan ditemui oleh Bupati Bangkalan sendiri, merupakan contoh nyata diterimanya Sosok Prabowo di hati Masyarakat Bangkalan, khususnya Kecamatan Sepulu. Selain itu, menurutnya:

... Sebaiknya Prabowo-lah yang menjadi presiden, dan Megawati wakilnya. Karena fanatik kami, yang penting laki-laki. Selain itu, kami melihat justru visi – misinya prabowo lebih jelas dibandingkan mega, terutama dalam swasembada pangan dan kesejahteraan petani. Seandainya dibalik, Prabowo yang menjadi Presiden mungkin akan jadi (sebagai Presiden dan Wakil Presiden), karena yang fanatik agama walaupun bukan Madura, akan ada pertimbangan untuk memilih Prabowo Mega, akan berubah jargonnya Pro-Mega, misalnya.<sup>3</sup>

Produk dalam politik bisa berupa orang, partai atau ideologi. Pelabelan produk orang atau partai digunakan sesuai dengan kondisi pasar. Perebutan kekuasaan dalam pemilu presiden, dalam hal ini produk utama yang bersaing adalah pasangan calon presiden dan wakil presiden yang diusung oleh partai tertentu.

Sementara sosok Mega–Prabowo, sudah cukup dikenal di hati Masyarakat Sepulu. Dari responden yang berhasil ditemui penulis, semua cukup mengenal sosok Mega Prabowo. Mereka mengenal sosok keduanya, dari media yang ada

---

<sup>3</sup>Abdul Manab, PNS, *Wawancara*, Saplasah, 5 Januari 2011.



baik media cetak seperti koran, atau dari spanduk dan *banner* yang ada semasa kampanye, atau media elektronik terutama televisi dan radio.

Faktor figur sangat berperan dalam perebutan kekuasaan untuk menjadi presiden. Figur seseorang dapat dijelaskan melalui ciri fisik maupun kepribadian yang dimiliki. Dalam perebutan kekuasaan, figur seperti yang diidamkan masyarakat dan dinilai mampu membawa aspirasi masyarakat yang akan dipilih. Selain figur pribadi, masyarakat juga akan melihat *track record* maupun visi misi yang dimiliki calon presiden dan wakil presiden.

Figur Megawati sebagai Putri Bung Karno, sudah cukup mengena di hati Masyarakat Sepulu. Menurut mereka karisma yang dimiliki ayahnya telah diturunkan pada dirinya, Megawati. Sehingga hal itulah yang menjadi alasan mereka untuk memilih Megawati. Seperti diakui responden, Mantri Desa Saplasmah bahwa Masyarakat Madura, Kecamatan Sepulu khususnya masih fanatik terhadap Megawati karena dia adalah Putri Bung Karno.

Hal lain yang dilihat masyarakat adalah *track record* kandidat. Bagaimana masa lalu kandidat tersebut, berasal dari keluarga seperti apa, bagaimana keharmonisan keluarga, bagaimana prestasi yang telah dicapai merupakan bauran pemikiran yang ada dalam benak masyarakat. *Track record* Megawati, yang merupakan sosok Putri Bung Karno, pahlawan proklamator, adalah figur calon Presiden yang memiliki kharisma tersendiri di hati masyarakat.

Bahkan bagi responden yang lain, Karena Bung Karno adalah Presiden I Republik Indonesia, maka Megawati harus mewarisi jabatan ayahnya untuk menjadi presiden. Hal itu dipertegas oleh Carik Desa Saplasmah,

Karena pasangan yang ideal itu Megawati Prabowo, karena bapak dari Megawati adalah sosok presiden. Mungkin rasa keinginan memiliki sosok seperti Bung Karno itulah yang menjadi alasan kami memilihnya.<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Tokoh Masyarakat Sepulu yang juga pernah menjabat sebagai Anggota PPK Sepulu, Megawati yang menjabat sebagai Ketua Umum PDI Perjuangan, memiliki karisma terutama bagi kaum perempuan. Menurutny:

Karena pemilihnya banyak yang perempuan, mereka beralasan “sesama perempuannya, saya harus memilih Megawati”. Sehingga jika ditanya karismatiknya, ya hanya berlaku pada sesama perempuannya, sementara untuk kaum lakinya tidak.<sup>5</sup>

Kompetensi kandidat dapat dinilai dari track record, misalnya Megawati sebagai Calon Presiden yang pernah menjabat sebagai presiden memiliki prestasi tersendiri yang diingat masyarakat melalui program pro rakyat semasa menjadi presiden. Bahkan, yang disoroti oleh Sekdes Saplasmah adalah kebijakan semasa pemerintahan Megawati ketika pro-kontra untuk membeli pesawat Sukhoi. Menurutny, hal itu dibutuhkan untuk menambah peralatan dan perlengkapan bersenjata TNI kita.

Image (pencitraan) seseorang tidak muncul dalam kurun waktu yang relatif singkat, image bisa diciptakan dan hilang. Image dibuat sedemikian rupa dan melekat pada diri kandidat. Pencitraan Megawati sebagai seorang yang

---

<sup>4</sup>Asy'ari, Sekretaris Desa Saplasmah, *Wawancara*, Saplasmah, 25 Januari 2011.

<sup>5</sup>Ismail Said, Tokoh Masyarakat, *Wawancara*, Sepulu, 26 Januari 2011.

berwibawa, tenang, dan bijaksana, merupakan image yang tertanam dalam benak masyarakat selama Megawati menjabat sebagai Presiden periode 2001-2004 sebagai pengganti dari Gus Dur (Abdurrahman Wahid) berpasangan dengan Hamzah Haz selaku wakil presiden.

Dan bagi saya program-programnya itu mantab bagi saya. Maksudnya mantab itu, ada kesuksesannya. Dalam memimpin Negara saya melihat tayangan-tayangan di Televisi pada saat beliau menjabat sebagai seorang presiden ketika 2001-2004 kemarin.<sup>6</sup>

Image yang dikesankan oleh Megawati tersebut juga disampaikan oleh Mantan Ketua PPK Sepulu. Menurutnya, Megawati terpilih (di Kecamatan Sepulu) karena beliau adalah sebagai satu-satunya calon presiden perempuan. Sehingga kemungkinan untuk melakukan korupsi lebih kecil daripada calon presiden laki-laki. Selain itu, sosoknya sebagai seorang perempuan dianggap tidak mungkin berbohong.<sup>7</sup>

Pada tanggal 29 Mei 2009, KPU mengumumkan jumlah harta kekayaan calon presiden dan wakil presiden peserta Pilpres 2009. KPU juga mengumumkan jumlah kekayaan yang dimiliki pasangan Mega-Prabowo. Jumlah kekayaan yang dimiliki Megawati Soekarnoputri adalah Rp. 256.447.223.594 sementara kekayaan yang dimiliki Prabowo Subianto adalah Rp. 1.579.376.223.359. Hal tersebut diakui Wakil Tim Pemenangan Mega-Prabowo Desa Saplasmah, walaupun Megawati tidak dapat dikatakan ultra-kaya, namun cukup kaya untuk mencalonkan diri sebagai calon presiden.

<sup>6</sup>Kuzairi, Kepala SDN Saplasmah 01, *Wawancara*, Gunelap, 7 Januari 2011.

<sup>7</sup>Imbran Syaiful F., Mantan Ketua PPK Sepulu, *Wawancara*, Sepulu, 25 Januari 2011.

Kelebihan–kelebihan Megawati di atas dapat dimasukkan dalam konsep *brand* dan *positioning*. Brand dapat diartikan sebagai nama, simbol, atau logo atau juga kombinasi dari kesemua hal itu sebagai identitas kandidat, dalam hal ini *brand* yang digunakan adalah “Mega–Prabowo” dengan jargon ”RAKYAT NO. 1”. Nama atau jargon dibuat sesingkat dan semenarik mungkin agar mudah diingat dan dapat menarik perhatian, tujuan akhirnya adalah dipilih. Konsep *brand* diiringi dengan *positioning* kandidat untuk memperkuat posisi kandidat di mata pemilih.

*Positioning* berkaitan dengan pembentukan persepsi.<sup>8</sup> Menurut Jalaluddin Rahmat (1996), persepsi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain perhatian, fungsional, struktural dari stimulasi individu. Faktor perhatian adalah memberikan nilai jual yang berbeda dan menonjol dari kandidat lain, hal tersebut dilakukan secara berulang dengan variasi berbeda.

Hal yang perlu dicatat bahwa ketika menanamkan nilai yang menonjol pada diri kandidat, hal tersebut bukan hal klise, perlu inovasi misalnya penggunaan website maupun peluncuran biografi. *Positioning* mana dan seperti apa yang digunakan tergantung dari riset pasar, sehingga sesuai situasi dan kondisi masyarakat dan lingkungan. Megawati memberi penekanan pada faktor kefigurannya pada setiap iklan politik, pada saat berbicara di hadapan publik dan mencerminkan ”inilah saya”. Hal tersebut dilakukan secara berulang, sehingga

---

<sup>8</sup>Adman Nursal, *Political Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004, 154.

tertanam dalam ingatan publik bahwa Megawati adalah seseorang yang seperti diperlihatkan selama masa pemerintahan dan iklan politik.

Menurut Wakil Tim Pemenangan Mega-Prabowo Desa Saplasmah, dengan hanya mengenalkan “Moncong Putih”, mereka –Masyarakat Sepulu– sudah mengenal kalau itu partainya Megawati. Berkat iklan politik yang dilakukan Megawati, sejak Pemilu Legislatif 2009. Sehingga tiga bulan kemudian –masa kampanye Pilpres 2009–, kerja mereka sebagai tim sukses jadi lebih ringan. Hal itu, dikarenakan posisi PDI Perjuangan yang selalu memosisikan sebagai partainya “Wong Cilik” atau dalam istilah Madura “Partaiyah Reng Kene” (Artinya: Partainya Orang Kecil/Rakyat Biasa).

Faktor kedua adalah fungsional, faktor ini mempertimbangkan personal kandidat (*image*) dan pengalaman masa lalu (*track record*). Faktor kedua ditunjukkan melalui *image* seorang Megawati yang diinginkan di mata publik melalui kemasan sedemikian rupa, diiringi bersama prestasi-prestasi yang telah dicapai. Figur Megawati sebagai Putri Bung Karno, serta sosok Prabowo yang dianggap memiliki karisma tersendiri. Serta *image* yang berhasil dibentuk selama menjabat sebagai wakil presiden mendampingi Gus Dur dan semasa menjabat sebagai Presiden RI V, dan *track record*-nya selama menjabat tersebut cukup melekat di hati Masyarakat Sepulu. Fungsi inilah yang menjadi penting untuk dipasarkan.

Faktor ketiga adalah struktural dari sifat stimulasi fisik dan efek syaraf individu. Dalam memahami seorang kandidat, tidak semua masyarakat akan memilih melihat satu persatu dari pengalaman dan figur seorang kandidat. Politik adalah wilayah dimana masyarakat tidak memiliki banyak waktu untuk menyimak dan mendengarkan, terlebih lagi menggali informasi yang ada. Dalam menilai sesuatu, seseorang akan melihat secara keseluruhan dari konteks, lingkungan dan permasalahan yang dihadapi tanpa harus memecah bagian tersebut menjadi bagian-bagian yang menyusunnya.

Hal itu tampak berlaku di Desa Kelbung, dimana menurut salah seorang Tokoh Masyarakat Kelbung, yang juga pendiri Madin Miftahul Huda, Masyarakat Sepulu, Desa Kelbung khususnya tidak begitu mengenal figur Mega-Prabowo. Menurutnya, tidak ada prestasi yang dihasilkan ketika Megawati menjabat sebagai presiden. Bahkan, kemenangan Megawati di Kecamatan Sepulu, ataupun kekalahannya sekalipun tidak akan berpengaruh terhadap keadaan –kehidupan– mereka.<sup>9</sup> Hal itu juga dipertegas oleh ustadz yang juga mengajar di madinnya –Madin Miftahul Huda–, walaupun pada Pilpres 2004 dia memilih Mega-Hasyim, namun untuk pemilu kali ini beralih ke SBY-Boediono. Hal itu, dikarenakan keyakinan tidak adanya pengaruh terhadap kehidupan mereka siapapun calon presiden yang akan menang. Menurutnya, iklan –iklan politik

---

<sup>9</sup>Zaini, Tokoh Masyarakat Kelbung, *Wawancara*, Kelbung, 17 Januari 2011.

yang ada hanya karena mereka –capres-cawapres– mau minta dukungan dan ingin berhasil.<sup>10</sup>

## B. Visi dan Misi

Pertimbangan visi misi dan kompetensi kandidat calon presiden merupakan hal penting ketika visi misi tersebut dekat dengan kondisi masyarakat, bukan produk buatan yang berasal dari partai maupun kandidat, tapi murni kebutuhan masyarakat. Dalam marketing politik, produk yang tercantum dalam visi misi merupakan hasil dari riset berkala bersama masyarakat, sehingga saat kandidat membawa suatu visi misi, hal tersebut adalah gambaran umum mengenai kondisi masyarakat.

Masyarakat akan menilai antara visi misi yang merupakan janji masa kampanye untuk periode berikutnya apabila memenangkan pemilu presiden dan track record kandidat yang bersangkutan. Apabila keduanya tidak sesuai masyarakat bisa menghukum dengan memilih kandidat lain, atau apabila keduanya sesuai masyarakat akan tetap memilih kandidat yang sama (*incumbent*). Dapat dikatakan, bahwa pemilih tersebut merupakan konstituen Megawati pada pemilu selanjutnya karena program yang dirasakan nyata oleh masyarakat.

Visi yang diusung Mega-Prabowo adalah "Gotong royong membangun kembali Indonesia raya yang berdaulat, bermartabat, adil, dan makmur"

---

<sup>10</sup>Moh. Suin, Ustadz Madin Miftakhul Huda, *Wawancara*, 19 Januari 2011.

Sedangkan Misi mereka adalah “Menegakkan kedaulatan dan kepribadian bangsa yang bermartabat; Mewujudkan kesejahteraan sosial dengan memperkuat ekonomi kerakyatan, dan; Menyelenggarakan pemerintahan yang tegas dan efektif.

Dari visi dan misi di atas pasangan Mega-Prabowo memiliki program unggulan yaitu mengentaskan kemiskinan. Sebagai implementasi dari misi yang kedua, Mega-Prabowo menjabarkannya dengan “mengurangi angka kemiskinan bisa dilakukan dengan mengupayakan kedaulatan pangan. Tak hanya swasembada pangan atau ketahanan pangan. Terlalu banyak barang dari luar negeri. Karena itu hentikan impor beras dan gula untuk memperbesar produksi dalam negeri. Ini akan dapat mengurangi pengangguran. Belum optimalnya otonomi daerah menyebabkan tingginya tingkat urbanisasi, yang justru menambah tingginya kaum miskin kota.”

Hal tersebutlah yang mempengaruhi Masyarakat Kecamatan Sepulu, seperti yang disampaikan oleh Sekretaris Desa Saplasmah berikut ini:

Yang lebih mempengaruhi kami adalah ekonomi dan tingkat pendidikan. Dimana kami sebagian besar adalah sebagai petani, atau dari segi pendidikan disini rata-rata kaum produktifnyapun masih tingkat pendidikan SD, bahkan banyak yang belum lulus SD. Sebab pendidikan itu sangat penting, Begitu juga dengan ekonomi, kalau ekonomi jelek kitapun juga susah. Harapan masyarakat adalah lebih baik dari pada pemerintahan sebelumnya<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Asy'ari, *Wawancara*.



### C. Faktor – Faktor Kemenangan Megawati

Menurut Suryani Amalia, Sekretaris PAC PDI Perjuangan Sepulu, faktor kemenangan Megawati<sup>12</sup> adalah: *pertama*, masyarakat menyukai kepemimpinan Mega dan Prabowo. Hal itu, dikarenakan Megawati adalah anak Bung Karno sedangkan Prabowo memiliki kecakapan di bidang politik dan memiliki karisma yang cukup untuk mendampingi Megawati sebagai wakil presiden. Dia juga memiliki modal ideologi dan dukungan yang cukup baik. Jadi, faktor yang menentukan mereka mengenal sosok Megawati, karena di kecamatan ini mereka mengenal sosok Bung Karno, seorang negarawan.<sup>13</sup> Sehingga, Megawati diharapkan menjadi seorang negarawan juga dan menjadi pemimpin yang bersifat nasionalis terhadap rakyat.

*Kedua, image* Megawati di Kecamatan Sepulu adalah sebagai orang No.1. Hal ini terbukti dari kemenangan Megawati yang menonjol dibandingkan dua kandidat lainnya. Sosok Megawati dikenal di kecamatan ini sangat berkharisma dan memperhatikan rakyat kecil. Selain sebagai Putri Bung Karno, yang mewarisi karisma ayahnya. Masyarakat condong ke Megawati, karena beliau seorang perempuan,

Jadi kemungkinan untuk korupsi lebih kecil, dibandingkan seorang presiden yang laki-laki. Di samping itu, sebagian masyarakat sepulu, terutama daerah pesisir itu memilih Megawati karena karisma yang ditularkan ayahnya Soekarno. Tapi sebagian yang lain terutama daerah pegunungan –daerah perbukitan/dataran tinggi– memilih Mega

---

<sup>12</sup>Suryani Amalia, Sekretaris PDI Perjuangan Anak Cabang Sepulu, *Wawancara*, Sepulu, 27 Januari 2011.

<sup>13</sup>Putra, *Wawancara*.

karena alasan Bu Mega itu tidak mungkin bohong, Seperti Desa Gunelap, Saplasmah, Klapayan, Kelbung, Bangsereh, Pokoknya daerah selatan kecamatan sepulu.<sup>14</sup>

Bukti bahwa Mega-Prabowo memperhatikan rakyat kecil adalah semasa kampanye Megawati, yang diusung dalam kampanye adalah sandang pangan yang murah. Janji-janji tim sukses Mega-Prabowo untuk memenangkannya di Kecamatan Sepulu meliputi, *pertama* yaitu ingin memberantas korupsi, kemudian yang *kedua* harga bahan pangan agar tidak mahal. Sedangkan menurut Masyarakat Kecamatan Sepulu memilih Mega-Prabowo dikarenakan adanya bahan pokok masih murah.

Dulu ketika diwarisi soeharto, semasa pemerintahan Habibie atau Gus Dur, keadaan ekonomi cukup sulit, tapi ketika Mega naik perlahan-lahan ekonomi membaik. Masyarakat kecil tidak butuh muluk-muluk, yang diinginkan cuma bahan pokok murah itu saja. Mereka tahu sekarang harga cabe itu mahal, tapi siapa yang menginginkan itu.<sup>15</sup>

Janji-janji yang disampaikan Megawati bagi mereka tidak menawarkan janji karena realistis dan mudah dicapai, seandainya Mega-Prabowo diberi amanah oleh rakyat menjadi Presiden dan Wakil Presiden.<sup>16</sup>

Kalau cawapresnya saya suka Prabowo, karena visi-misinya mengusung kerakyatan. Kerakyatannya yang lebih stressing (ditekankan). Nah, sekarang para pengamat banyak berkata “terbukti sekarang ini lebih *neolib*, kenapa bukan megawati atau JK saja yang terpilih yang lebih rakyat”.<sup>17</sup>

*Ketiga*, faktor partai. Megawati lebih identik dengan moncong putih (PDI Perjuangan) sebagai partai Megawati. Partai ini mempunyai Basis di Desa

<sup>14</sup>Syaiful F., *Wawancara*.

<sup>15</sup>Mistari, Guru SDN Saplasmah 01, *Wawancara*, Gunelap, 26 Januari 2011.

<sup>16</sup>Putra, *Wawancara*.

<sup>17</sup>Said, *Wawancara*.

Saplasah terletak di Dusun Pronggaan. Menurutnya, hal tersebut dimulai ketika Megawati memimpin PDI dulu, sebelum Megawati membentuk PDI Perjuangan.

Selain itu partai yang mengusung isu kepemimpinan nasional Mega-Prabowo sangat mengena bagi rakyat. sehingga mempunyai massa yang kuat dan mendapat dukungan *grass root*. Rakyat di kecamatan ini juga sangat loyal terhadap sikap PDI Perjuangan yang menjadi partai oposisi, sehingga menjadi pengontrol pemerintahan yang berjalan.<sup>18</sup>

PDI Perjuangan di Kecamatan Sepulu sudah bekerja keras untuk meyakinkan masyarakat. Sehingga mudah bagi tim sukses untuk meraih dukungan. Kampanye PDI Perjuangan di Kecamatan Sepulu sudah mengena sehingga walaupun ada kampanye dari partai lain masih teguh pendiriannya untuk mendukung Megawati. Hal senada disampaikan oleh Mantan Ketua PPK Sepulu “Di Desa Bangsereh itu, walaupun menjadi Tim Sukses Partai Demokrat –SBY Boediono– tapi ketika pelaksanaan tetap mendukung Megawati.”<sup>19</sup>

Kalau mesinnya JK-Wiranto, Kami rasa Golkar sudah tumpul, karena masyarakat tidak suka dengan gaya kepemimpinannya. Karena JK itu dinilai sebagai orang yang korupsi semenjak jamannya Orde Baru. Sehingga kenapa JK itu ketika jamannya Gus Dur tidak dipilih sebagai Menteri, Gus Dur itu paling tidak suka dengan Korupsi. Kalau Golkarnya sendiri, tidak begitu bergerak. Sehingga Kalah dengan PDIP, PKB dan Partai Demokrat Sendiri. Selain itu Tim suksesnya –JK-Wiranto– terlalu menjanjikan sesuatu, tapi kenyataannya kosong sehingga tidak ada yang mau memilih. Jadi menurut saya Golkar itu meletakkan tim suksesnya kurang tepat.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>*Ibid.*

<sup>19</sup>Syaiful F., *Wawancara*.

<sup>20</sup>*Ibid.*

Namun disayangkan tidak adanya dukungan dana, mengakibatkan PAC PDI Perjuangan tidak dapat menempatkan saksi tingkat TPS. Sehingga, ketika Pemilu Presiden 2009 yang lalu, pada proses rekapitulasi di tingkat TPS tidak dihadiri seorang saksi pun yang mewakili Tim Pemenangan Mega-Prabowo. Hal senada disampaikan oleh mantan anggota PPK Sepulu. Menurutnya, ketika Pemilu Presiden yang lalu tim suksesnya tidak jalan,

Buktinya di TPS tidak ada saksi dari PDI Perjuangan. Kalau ada saksi berarti dibayar oleh PDI Perjuangan. Justru karena itu, istilahnya “Banteng” itu di sini *alombar* (dari bahasa Madura yang berarti bebas lepas). Tidak ada yang mengawal dan tidak ada saksi, istilahnya banteng itu euwan (dari bahasa Madura yang artinya digembalakan) tapi justru menang.<sup>21</sup>

*Keempat*, tipe pemilih di kecamatan ini masih digolongkan tipe tradisional. Dengan memberi gambar moncong putih, masyarakat sudah paham itu PDI Perjuangan dan Megawati.

Masyarakat di Bangkalan masih dapat kami katakan pasif untuk menanggapi isu-isu politik. Di sini, tidak ada aturan yang membatasi tim sukses untuk mensosialisasikan pasangannya. Cukup terbuka untuk mensosialisasikan pasangan manapun yang sudah disahkan oleh undang-undang.<sup>22</sup>

Selain itu, budaya paternalisme Masyarakat Sepulu, seperti diakui seorang Mantan Anggota PPK Sepulu, masih begitu melekat. Menurutnya,

Hanya karena karisma saja, kenapa mega itu bisa menang di sini, dan pemilihnya adalah para kaum hawa. Karena pemilihnya banyak yang perempuan, mereka beralasan “sesama perempuannya, saya harus memilih Megawati”. Sehingga jika ditanya karismanya, ya hanya berlaku pada sesama perempuannya saja, sementara untuk kaum lelakinya tidak<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup>Said, *Wawancara*.

<sup>22</sup>Zaini, *Wawancara*.

<sup>23</sup>Said, *Wawancara*.

Hampir sama seperti di daerah lain, budaya politik yang berkembang di Kecamatan Sepulu adalah budaya politik parokial kaula. Hal itu, tampak dari aktivitas politik masyarakatnya yang pasif dan dapat dikatakan apatis. Bahkan, seorang tokoh masyarakatnya pun, mengaku tidak begitu mengenal sosok Megawati yang pernah menjabat sebagai Presiden RI–V. Baginya–di Kecamatan Sepulu–, tidak akan ada pengaruh apakah Mega–Prabowo yang terpilih atau bukan.<sup>24</sup> Kalaupun salah seorang ustadz yang mengetahui iklan politik yang ada, baginya tidak lebih hanya upaya “tebar pesona” untuk minta dukungan supaya berhasil menjadi Presiden dan Wakil Presiden. Sehingga dia tidak mau tahu program apa saja yang ditawarkan oleh capres cawapres.<sup>25</sup>

Sedangkan tingkat perubahan pola pilih Masyarakat Kecamatan Sepulu cukup signifikan. Tahun 2004, PKB yang menjadi pemain tunggal di sini, tapi kini perlahan-lahan mulai surut. Hal itu terbukti dari Pemilu Legislatif dan Pilpres 2009. Alhamdulillah dan Insyaallah PDI Perjuangan yang akan berperan di sini.<sup>26</sup>

*Kelima*, Karena pemilihnya banyak yang perempuan. mereka beralasan “sesama perempuannya, saya harus memilih Megawati”. Selain itu, saat itu ormas kewanitaan Islam –Fatayat dan Muslimat NU– saat itu banyak yang bergerak untuk mengajak memilih Megawati.<sup>27</sup> Bahkan dukungan dari warga nahdliyin bukan hanya dilakukan oleh banom kewanitaannya saja. Lebih dari itu, PKB – Kecamatan Sepulu– yang *notabene*-nya sebagai kendaraan aspirasi politik warga nahdliyin, juga ambil bagian dalam memenangkan Mega–Prabowo.

---

<sup>24</sup>Zaini, *Wawancara*.

<sup>25</sup>Said, *Wawancara*.

<sup>26</sup>Putra, *Wawancara*.

<sup>27</sup>Said, *Wawancara*.

Kalau arah PKB sendiri arahnya ke Bu Mega, karena Masyarakat Sepulu mengenal Bu Mega itu sering berkoordinasi dengan Gus Dur sehingga hal itulah yang menjadi alasan PKB, PAC Sepulu khususnya, arah suaranya diarahkan ke Bu Mega. Bu Mega ini dianggap anaknya sendiri oleh Gus Dur karena anak Bung Karno tadi. Seandainya PDI Perjuangan hanya bergerak sendiri, tidak mungkin PDI Perjuangan menang melawan Demokrat. Cuma karena suara PKB ini lari ke PDI Perjuangan sehingga menanglah Bu Mega di Kecamatan Sepulu.<sup>28</sup>

*Keenam*, tidak efektifnya koalisi partai di tingkat pusat. Seperti dikatakan mantan Ketua PPK Sepulu tersebut. Koalisi PKB di tingkat pusat tidak berjalan efektif sampai di tingkat kecamatan (Pengurus Anak Cabang) atau desa (Pengurus Ranting). Hal itu, tampak dari perolehan suara Mega-Prabowo yang mengungguli dua kandidat lainnya. Padahal, sesuai hasil pemilu sebelumnya –Pemilihan Caleg di Kecamatan Sepulu– Suara PKB masih cukup signifikan, sebagai partai pendulang suara terbanyak, disusul PPP, Partai Demokrat dan PKS. Sebagaimana kita ketahui, di tingkat pusat ketiga partai tersebut, PKB, PPP dan PKS, adalah koalisi Partai Demokrat yang mengusung SBY-Boediono. Namun hal tersebut tidak begitu efektif untuk memenangkan calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut dua tersebut dalam Pilpres 2009 yang lalu di Kecamatan Sepulu.

Hal itu juga berlaku bagi PDI Perjuangan yang berkoalisi dengan Partai Gerindra. Menurut Wakil Tim Pemenangan Mega Prabowo,

Kerja sama yang dilakukan dapat dinyatakan dengan poin 40-60, 40-nya itu Gerindra, dan kami 60. Apabila dikatakan 50-50 itu terlalu tinggi. Di desa saplasah ini karena ruang lingkup kami yang kecil, belum pernah melakukan riset pasar.<sup>29</sup>

*Ketujuh*, tim sukses membuat posko untuk menunjukkan adanya basis PDI Perjuangan di daerah tersebut, dan cukup efektif untuk menunjukkan aktifitas

---

<sup>28</sup>Syaiful F., *Wawancara*.

<sup>29</sup>Putra, *Wawancara*.

partai. Bahkan seorang Mantri di Desa Saplasmah, “Saya tidak mengetahui kegiatan Mega–Prabowo, kecuali adanya Posko PDI Perjuangan saja”<sup>30</sup>

#### **D. Faktor Penentu yang Paling Dominan Kemenangan Megawati**

Dari hasil wawancara di Kecamatan Sepulu tampak bahwa banyak faktor yang menentukan kemenangan Megawati (Mega–Prabowo) di Kecamatan Sepulu. Namun dari tujuh faktor yang ada, dapat penulis tentukan, faktor penentu kemenangan Megawati yang paling dominan adalah kharismatik. Kharismatik yang dimiliki Megawati sangat tinggi di Kecamatan Sepulu. Dikarenakan sosok Megawati dikenal Masyarakat Sepulu sebagai seorang pemimpin yang diam namun dapat membuktikan dengan kinerja selama menjadi Presiden. Selain itu sosok Megawati dikenal sebagai putri Bung Karno yang memiliki kharisma tinggi dalam memimpin rakyat sehingga sifat ini pasti dimiliki oleh Megawati.<sup>31</sup>

Megawati merupakan pemimpin wanita yang pernah memimpin Indonesia, sehingga kaum hawa yang ada di Kecamatan Sepulu banyak yang memilih Megawati dikarenakan mengerti keinginan perempuan, memperhatikan kebutuhan hidup sehari-hari dan dapat mengatur pemerintahan dengan baik.

---

<sup>30</sup>Manab, *Wawancara*.

<sup>31</sup>Syaiful F., *Wawancara*.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penulis telah melakukan penelitian mengenai mengenai Faktor Penentu Kemenangan Megawati dalam Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan. Pemahaman yang dapat disimpulkan dari bab pertama hingga akhir, sebagai jawaban dari rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang menentukan kemenangan Megawati dalam Pilpres 2009 di Kecamatan Sepulu adalah faktor mempopulerkan calon presiden melalui marketing politik yang melalui proses penyampaian visi misi, cara berkampanye yang sesuai dengan aturan KPU.
2. Faktor-faktor tersebut meliputi: (1) Masyarakat menyukai kepemimpinan Mega-Prabowo; (2) Image Megawati sebagai orang nomor satu; (3) Faktor partai, PDI Perjuangan yang identik sebagai partainya Megawati; (4) Tipe pemilih tradisional; (5) Pemilih banyak yang perempuan; (6) Koalisi partai yang tidak efektif, dan (7) Adanya posko untuk menunjukkan aktivitas
3. Faktor yang paling dominan kemenangan Megawati adalah keturunan dari Bung Karno, sehingga beliau dianggap mewarisi kharisma ayahnya tersebut. Hal itulah yang menumbuhkan kepercayaan yang tinggi di hati Masyarakat Sepulu.



## B. Saran

Sesuai hasil penelitian penulis, maka disarankan bagi kandidat yang ingin maju sebagai kontestan Pemilu maupun Tim Sukses yang ingin memenangkan kandidat yang diusungnya, baik itu Pemilu Legislatif, Pilkada (Pemilu Kepala Daerah), maupun Pilpres (Pemilu Presiden dan Wakil Presiden) dapat memanfaatkan bahkan mengembangkan faktor Karismatik yang dimilikinya untuk tipe pemilih tradisional. Hal tersebut, tanpa harus mengorbankan konsep-konsep marketing politik

Hasil dari penelitian ini memerlukan saran dan kritik sebagai upaya perbaikan ke depan. Dalam proses penulisan skripsi ini muncul suatu kekurangan dan membutuhkan kajian ulang yang lebih lengkap dan kritis untuk menambah ilmu pengetahuan dan aplikasi dari studi marketing politik.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Al-Barry, Dahlan, dkk, 2003. *Kamus Induk Istilah Ilmiah Seri Intelektual*, Surabaya: Target Press.
- Almond, Gabriel A. and G Bingham Powell, Jr., 1976. *Comparative Politics: A Developmental Approach*, New Delhi: Oxford & IBH Publishing Co.
- Asfar, Muhammad, 2006. *Mendesain Manajemen Pilkada, Panduan bagi Stakeholders*, Karya Surabaya: Pustaka Eureka dan PuSDeHAM.
- Ayu Ratih, I Gusti Agung dkk, 2009. *Catatan Perjuangan Politik Perempuan*, Jakarta Selatan: Yayasan Jurnal Perempuan.
- Firmanzah, 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor.
- Harimulyana, Agus, dkk. 1999. *Megawati Usaha Taklukkan Badai*. Jakarta: Boro Kinasih.
- Hasrullah, 2001. *Megawati dalam Tangkapan Pers*, Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Lay, Cornelis, dkk. 1999. *Megawati Soekarno Putri Menolak Politik Anti Nurani*, Yogyakarta: BIGRAF Publishing.
- Marijan, Kacung, 2006. *Demokratisasi di Daerah: Pelajaran dari Pilkada Secara Langsung*, Surabaya: Pustaka Eureka dan PuSDeHAM.
- Moeleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Newman, Bruce I (Ed). *Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes in Handbook of Political Marketing*, CA: SAGE Publications, Inc.
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing*, Jakarta: Gramedia.
- O'Soughnessy, Nicholas J. and Henneberg (Ed). 2002. *The Idea of Political Marketing*, Cambridge: Prager Publisher.
- Riswandi. 2009. *Komunikasi Politik*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

### **Media Website**

“Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2009”, Wikipedia.org (27 Januari 2011)

[www.kpu.go.id per\\_kpu\\_no.45\\_2009](http://www.kpu.go.id/per_kpu_no.45_2009)

[http://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Surabaya](http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surabaya) (26 Oktober 210)

### **Perundang-undangan**

Undang – undang No.42 Tahun 2009 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2009

Peraturan KPU No.27 tahun 2009 mengenai pedoman teknis tata cara pencalonan dalam pemilu presiden dan wakil presiden.

Peraturan KPU No.28 tahun 2009 mengenai pedoman teknis kampanye pemilu presiden dan wakil presiden

Peraturan KPU No.45 tahun 2009 mengenai Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2009.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A