

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum merupakan sarana perwujudan prinsip-prinsip demokrasi dalam pemerintahan negara modern. Menurut Kristiadi (dalam Irawan, 2019: 2) makna pemilihan umum yang paling esensial bagi suatu kehidupan demokratis adalah sebagai institusi untuk melakukan perubahan kekuasaan (pengaruh) yang dilakukan secara regulasi, norma dan etika sehingga sirkulasi elit politik (pergantian kekuasaan) dapat dilaksanakan secara damai dan beradab. Institusi pemilihan umum adalah produk pengalaman sejarah manusia dalam mengelola dan mewujudkan kedaulatan di tangan rakyat.

Dalam sebuah negara demokrasi pemilihan umum berfungsi: Pertama, sebagai prosedur pergantian kekuasaan atau jabatan-jabatan politik yang bersifat rutin; Kedua, sebagai mekanisme pemilihan pemimpin. Pemilihan umum merupakan cara yang paling layak untuk mengetahui siapa yang paling layak untuk menjadi pemimpin dan siapa yang dianggap mampu mewakili kepentingan mereka; Ketiga, sebagai resolusi konflik secara damai sehingga pergantian kepemimpinan dan artikulasi kepentingan dapat dihindarkan dari cara-cara kekerasan, dan; Keempat, sebagai saluran akses ke kekuasaan dari masyarakat ke dalam lingkaran kekuasaan (Mardimin dalam Irawan, 2019: 3).

Partai politik adalah infrastruktur politik masyarakat yang penting dalam sistem demokrasi, melalui partai politik aspirasi dan partisipasi masyarakat

diorganisir dan disalurkan dalam sistem politik atau pemerintahan, salah satunya melalui mekanisme pemilihan umum. Sigmund Neumann (dalam Irawan, 2019: 4) mendefinisikan partai politik sebagai organisasi artikulator yang terdiri dari pelaku-pelaku politik yang aktif dalam masyarakat, yaitu mereka yang memusatkan perhatiannya kepada kekuasaan pemerintahan dengan bersaing, untuk mendapatkan dukungan rakyat, dengan kelompok-kelompok lain yang mempunyai pandangan-pandangan yang berbeda. Partai politik memainkan peran penting sebagai penghubung antara aspirasi dan ideologi warga masyarakat dengan pemerintah. Salah satu fungsi partai politik yang penting adalah fungsi komunikasi politik, disamping fungsi sosialisasi politik, partisipasi politik, rekrutmen politik, artikulasi kepentingan dan agregasi kepentingan.

Sebagai alat penghubung, maka dibutuhkan komunikasi politik yang baik, di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian ke bagian yang lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Komunikasi politik merupakan elemen yang dinamis dalam mengkomunikasikan pengetahuan-pengetahuan, nilai-nilai, dan sikap-sikap yang akan turut menentukan bentuk dan kualitas sosialisasi dan partisipasi politik di suatu negara. Keterbukaan terhadap partisipasi politik dapat mempengaruhi orang agar secara aktif dapat terlibat aktif dengan politik namun juga bisa menekan partisipasi politik. Menurut Heryanto (dalam Irawan, 2019: 5) marketing politik harus dipahami secara komprehensif: pertama, marketing politik lebih dari sekedar komunikasi politik. Kedua, marketing politik diaplikasikan dalam seluruh organisasi politik. Ketiga, marketing politik menggunakan konsep marketing secara luas, tidak

hanya terbatas pada teknik marketing, namun juga strategi marketing, dari teknik publikasi, menawarkan ide dan program, dan desain produk sampai ke market intelligent, serta pemrosesan ide dan program, dan desain produk sampai ke market intelligent, serta pemrosesan informasi. Keempat, marketing politik banyak melibatkan disiplin ilmu dalam pembahasannya, seperti sosiologi dan psikologi. Kelima, marketing politik bisa diterapkan dalam berbagai situasi politik, mulai dari pemilihan umum sampai ke proses lobi di parlemen. Dengan demikian, marketing politik bukan dimaksudkan menjual kontestan kepada publik, melainkan sebagai teknik memelihara hubungan dengan publik.

Pendekatan pemasaran (marketing) memang tidak menjamin kemenangan, namun pemasaran memberikan konsep untuk memudahkan bagaimana partai, kandidat dan program politik ditawarkan sebagaimana menawarkan produk komersial. Partai politik dan kandidat peserta pemilihan umum menyusun strategi yang tepat dengan disesuaikan dengan ketentuan peraturan yang berlaku agar dapat memenangkan pemilihan umum secara sah. Beberapa disiplin ilmu diterapkan untuk membuat perencanaan kampanye agar semakin terarah, efektif dan efisien untuk meraih kemenangan dalam sebuah pemilihan. Penggunaan konsep manajemen komunikasi dengan memanfaatkan sarana dan sumber daya yang ada diharapkan dapat tetap menjamin berlangsungnya komunikasi politik yang terbuka, kreatif, edukatif dan demokratis. Membangun *image* politik dan sampai kepada masyarakat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh partai politik atau individu bukanlah hal yang mudah dan dapat cepat dicapai. Untuk itu, ada

hal yang harus dilakukan terus menerus oleh politisi dan partai politik yaitu komunikasi politik (*political communication*).

Keberadaan relawan politik telah menjadi fenomena baru dalam praktik politik kekinian, setidaknya, mulai muncul sejak rekrutmen jabatan politik, baik di level daerah maupun level nasional melalui sistem pemilihan langsung (*one man one vote*). Sebenarnya, eksistensi relawan politik dapat menjadi mitra strategis bagi partai politik yang secara konstitusional sebagai satu-satunya pintu masuk untuk menjadi calon Presiden/Wakil Presiden serta calon Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah (khusus calon kepala daerah diatur juga ketentuan calon perseorangan), termasuk calon anggota DPR serta DPRD Kabupaten/Kota. Namun, dalam kasus tertentu, justru terjadi rivalitas relawan politik dengan partai politik, bahkan tak sedikit yang menyebut relawan politik merupakan bentuk kritik terhadap keberadaan partai politik. Sejumlah catatan kritis terhadap posisi relawan politik patut digarisbawahi terkait dengan perilaku aktivis relawan politik yang tak ubahnya sebagai "relawan yang politisi", relawan politik juga telah menjadi sumber rekrutmen baru dalam pos-pos jabatan publik (Ferdian, 2016:3).

Di sisi lain, relawan politik selain memobilisasi massa, juga tak bisa dielakkan melakukan mobilisasi finansial untuk keperluan logistik politik, sebuah konsekuensi dari kerja politik, biaya politik menjadi keharusan, pada titik inilah, pengaturan terhadap relawan politik memiliki konteksnya. Langkah ini semata-mata ditujukan untuk menciptakan praktik politik yang beradab yang mensyaratkan adanya transparansi, akuntabilitas, serta pertanggungjawaban di hadapan publik. Pengaturan sama sekali tidak menyentuh pada aspek "kebebasan

berekspresi" yang memang dijamin oleh konstitusi, pengaturan ini juga bukan dimaksudkan untuk menderilkan partisipasi masyarakat.

Fenomena relawan untuk calon Presiden/Wakil Presiden dan Calon Legislatif pada Pemilu 2019 kini sangat marak, hal inipun terjadi di Kabupaten Ciamis, dimana Heri Rafni Kotari sebagai mantan pemain Persib dan juga pelatih kepala Tim Sepakbola Ciamis (PSGC) mencalonkan diri untuk menjadi anggota DPRD Kabupaten Ciamis periode 2019-2024 dari Daerah Pemilihan 1 Kabupaten Ciamis yang diusung oleh Partai Gerindra. Sebelumnya Heri Rafni Kotari pernah menjabat sebagai anggota DPRD Kabupaten Ciamis periode 2014-2019 yang diusung oleh Partai Golkar, namun pada bulan Agustus 2018 ia mengundurkan diri sebagai anggota dewan dikarenakan ingin mencalonkan dirinya kembali menjadi anggota dewan dari partai lain.

Berdasarkan hasil Pemilu Legislatif tahun 2014, dimana Heri Rafni Kotari mempunyai relawan yang solid, terutama dari lingkungan/komunitas sepakbola di Kabupaten Ciamis, dan juga dikarenakan keberhasilan dirinya membawa PSGC pada pertandingan Divisi 2 liga nasional, ia berhasil menjadi anggota DPRD Kabupaten Ciamis untuk periode 2014-2019 dari Partai Golkar. Sesuai dengan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ciamis Nomor: 100/PL.01.9-Kpt/3207/KPU-Kab/VII/2019 Tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Ciamis Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019, dimana PDIP menempati urutan pertama dengan memperoleh 9 kursi, Partai Gerindra menempati urutan kedua dengan memperoleh 7 kursi. Heri Rafni Kotari

merupakan calon Partai Gerindra dengan nomor urutan 10, namun memperoleh suara terbanyak, yaitu 7500 suara dari Daerah Pemilihan 1 Kabupaten Ciamis.

Dengan terpilihnya kembali Heri Rafni Kotari pada Pemilu Legislatif Tahun 2019, penulis menduga hal ini dikarenakan oleh marketing politik yang dijalankan oleh tim suksesnya, serta adanya kontribusi aktivitas relawan yang sangat aktif dalam mendukungnya dengan turut serta mensosialisasikan visi misinya ke pemilih. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Marketing Politik Heri Rafni Kotari dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Ciamis.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana marketing politik Heri Rafni Kotari dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Ciamis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan marketing politik Heri Rafni Kotari dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Ciamis.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi dunia akademik khususnya disiplin Ilmu Politik dengan kajian tentang marketing politik.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa dan masyarakat dalam memahami marketing politik Heri Rafni Kotari dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Dapil 1 Kabupaten Ciamis. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada akademisi, mahasiswa dan masyarakat serta pihak-pihak lain yang membutuhkan.