

MARKETING POLITIK PASANGAN CHRISTIANY EUGENIA PARUNTU DAN SONNY TANDAYU PADA PEMILUKADA KABUPATEN MINAHASA SELATAN TAHUN 2010

Oleh :

Risky Sembang

NIM : 090814008

ABSTRAK

Fenomena pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Minahasa Selatan sangat menarik untuk dicermati arena dapat dilihat banyak cara maupun strategi yang dipergunakan para calon Bupati dan Wakil Bupati terlebih pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu untuk merebut suara pemilih atau simpati masyarakat. Keberhasilan tersebut tidak lepas dari usaha pasangan ini dalam penerapan strategi marketing politiknya, sehingga penulis tertarik untuk meneliti marketing politik yang dijalankan oleh pasangan ini dalam bentuk sebuah penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Marketing Politik Pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu pada Pemilukada Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2010.

Menurut Adman Nursal, Marketing Politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu didalam pikiran para pemilih. Serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih untuk memilih kontestan tertentu. Makna politis inilah yang menjadi output penting marketing politik yang menentukan, pihak mana yang akan dipilih. Bagi Adman Nursal, *political marketing* meliputi unsur Produk politik kepada pasar, *push marketing*, *pull marketing*, *pass marketing*.

Penelitian ini merupakan penelitan kualitatif yang akan mencoba mendeskripsikan berbagai strategi yang dimainkan oleh kedua pasangan tersebut selama mengikuti kompetisi pilkada.

Kata Kunci : *Marketing Politik dan Pemilukada*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Marketing telah berkembang pesat dan dapat dipastikan dalam aspek kehidupan kita tidak terlepas dari aktivitas marketing. Ketika kita membicarakan marketing biasanya selalu identik dengan penjualan ataupun dunia bisnis, namun ternyata tidak selalu demikian. Ilmu marketing

pun nyatanya bisa diadopsi pada berbagai macam bidang termasuk politik. Beragam cara dan pola dilakukan dalam rangka marketing politik tersebut. Ada yang memasang bendera di jalan-jalan. Juga pada menjelang hari-hari besar agama, aneka spanduk seperti semut di tiap-tiap sudut jalan, mulai dari sekadar memberikan ucapan selamat ramadhan hingga yang terang-terangan cari dukungan untuk pemilihan presiden, kepala daerah, legislatif, dan lain-lain. Improvisasi marketing politik banyak dilakukan, dengan menampilkan visi, ideologi, misi, tujuan dan program-program partai menjadi figuritas calon-calon.

Pada pemilihan kepala daerah di kabupaten Minahasa selatan tahun 2010 yang di ikuti oleh beberapa calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dari beberapa partai politik yaitu Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu (partai Golkar), Asiano Gammy Kawatu dan Felly Runtuwene (partai Gabungan Seat), Farry Liwe dan Frangky Wongkar (PDIP), John Sumual dan Jantje Wauran (partai Demokrat), Jan Joppy Lombok dan Kartini Simbar (Partai Gabungan Non Seat), Andry Harits Umboh dan Syultje Rambi (Independent).

Dapat dilihat bahwa proses pencitraan, penyampaian program, promosi, melalui visi misi dengan slogan “Menuju Minsel Berdiri di atas kaki sendiri (BERDIKARI) cepat”, yang di kampanyekan oleh pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu, mendapatkan suatu unsur penilaian masyarakat yang menunjukkan hasil yang signifikan untuk kemenangan pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu dalam proses pemungutan suara di kabupaten Minahasa Selatan.

Fenomena untuk menjadi kepala daerah Bupati dan Wakil Bupati di Minahasa Selatan sangat menarik untuk disimak karena dapat dilihat banyak cara maupun strategi yang dipergunakan para calon Bupati dan Wakil Bupati terlebih pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu untuk merebut suara pemilih atau simpati masyarakat.

Dan dapat dilihat di Minahasa Selatan kemenangan yang dihasilkan pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu dalam memenangi Pilkada Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Minahasa Selatan tahun 2010 dan kini sementara menjabat sebagai Kepala Daerah Kabupaten tersebut, tidak lepas dari usaha Pasangan tersebut dalam penerapan strategi marketing politiknya, sehingga penulis tertarik untuk meneliti marketing politik pada pasangan tersebut dalam pengkajian penelitian yang akan dilakukan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang saya kemukakan diatas maka pertanyaan penelitian saya yaitu Bagaimana Marketing Politik Pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu pada Pemilu Kabupatn Minahasa Selatan Tahun 2010.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Marketing Politik Pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu pada Pemilu Kabupatn Minahasa Selatan Tahun 2010.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan Ilmu Politik dalam hal ini kajian Marketing Politik
2. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pengembangan Partai Politik di Indonesia
3. Menyelesaikan studi akhir Strata Satu di Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Unsrat

KERANGKA KONSEPTUAL

A. Marketing Politik

Menurut Adman Nursal (dalam buku Efrisa, hal 476), Marketing Politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu didalam pikiran para pemilih. Serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih untuk memilih kontestan tertentu. Makna politis inilah yang menjadi output penting marketing politik yang menentukan, pihak mana yang akan dipilih. Selanjutnya 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*.

Konsepsi *political marketing* yang dipopulerkan oleh Adman Nursal secara sistematis menjelaskan dan memisahkan variabel-variabel lingkup *instrumen* yang berbeda dan saling berkaitan satu dan lainnya, pada konsep *political marketing*. Bagi Adman Nursal, *political marketing* meliputi unsur Produk politik kepada pasar, *push marketing*, *pull marketing*, *pass marketing*.

1. *Push marketing* pada dasarnya adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara yang lebih personal (*constomized*), dalam hal ini kontak langsung dan personal mempunyai beberapa kelebihan, yaitu :
Pertama, mengarahkan para pemilih menuju suatu tingkat kognitif yang berbeda dibandingkan dengan bentuk kampanye lainnya. Politisi yang berbicara langsung akan memberikan efek yang berbeda dibandingkan dengan melalui iklan. *Kedua*, kontak langsung memungkinkan pembicaraan dua arah, melakukan persuasi dengan pendekatan verbal dan non verbal seperti tampilan, ekspresi wajah, bahasa tubuh dan isyarat-isyarat fisik lainnya. *Ketiga*, menghumaniskan kandidat dan *keempat*, meningkatkan antusiasme massa dan menarik perhatian media massa.
2. *Pull marketing* menurut She dan Burton, setidaknya ada lima hal yang harus diperhatikan dalam memanfaatkan produk politik, yaitu : konsistensi pada disiplin pesan, efisiensi biaya, timing atau momentum, pengemasan, dan terakhir adalah permainan ekspresi.
3. *Pass marketing* sebagai pihak-pihak, baik perorangan maupun kelompok yang berpengaruh besar terhadap para pemilih. Pengaruh (*influencer*) dikelompokkan kedalam dua jenis yakni *influencer* aktif dan *influencer* pasif. *Influencer* aktif adalah perorangan atau kelompok yang melakukan kegiatan secara aktif untuk mempengaruhi para pemilih. Mereka adalah aktivis isu-isu tertentu atau kelompok dengan kepentingan tertentu yang melakukan aktivitas nyata untuk mempengaruhi para pemilih. Adakalanya pesan-pesan tersebut disampaikan secara halus adakalanya juga secara terang-terangan untuk mengarahkan pemilih agar memilih atau tidak memilih kontestan tertentu. Sebagian melakukan kegiatan dengan organisasi yang rapi dan sebagian lainnya secara informal.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Masri Singarimbun (1982), bertujuan untuk mendeskripsikan secara terperinci tentang fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian ini tim peneliti tidak melakukan kuantifikasi terhadap data yang diperoleh. Data yang diperoleh akan dianalisis serta dideskripsikan berdasarkan penemuan fakta-fakta penelitian di lapangan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosial khususnya pendekatan ilmu pemerintahan. Pendekatan inilah yang akan dipergunakan dalam menjelaskan fenomena dan menganalisis peranan, kendala, solusi, dan strategi pemenangan dalam proses pilkada di suatu daerah.

B. Sasaran Penelitian/ Pemilihan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Oleh karena itu seorang informan harus benar-benar tahu atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Memilih seorang informan harus dilihat kompetensinya bukan hanya sekedar untuk menghadirkannya (Moleong 2006:132).

Agar dapat mengumpulkan informasi dari obyek penelitian sesuai dengan fenomena yang diamati, dilakukan pemilihan kepada beberapa unsur masyarakat secara purposive sebagai informan. Pemilihan didasarkan atas pertimbangan bahwa informan memiliki pemahaman terhadap fenomena penelitian. Berikut ini informan-informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah Tim Sukses Pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu, Tokoh Masyarakat, dan Masyarakat umum.

C. Instrumen Penelitian

Salah satu ciri utama penelitian kualitatif adalah manusia sangat berperan dalam keseluruhan proses penelitian, termasuk dalam pengumpulan data, bahkan peneliti itu sendirilah instrumennya (Moleong 2006:241). Menurut Moleong ciri-ciri umum manusia mencakup segi responsive, dapat menyesuaikan diri, menekankan keutuhan, mendasarkan diri atas pengetahuan,

memproses dan mengikhtisarkan, dan memanfaatkan kesempatan mencari respons yang tidak lazim.

D. Fokus Penelitian

Bagaimana marketing politik pada kemenangan pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu yang menyangkut pada *push marketing*, *pull marketing*, *pass marketing*.

E. Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data skunder. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan pada saat melaksanakan penelitian di lapangan berupa rekaman wawancara, pengamatan langsung melalui komunikasi yang tidak secara langsung tentang pokok masalah. Sedangkan data sekunder adalah data yang merupakan hasil pengumpulan orang atau instansi dalam bentuk publikasi, laporan, dokumen, dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagaimana dikemukakan Moleong (2006:198) adalah sebagai berikut:

1. Wawancara semi struktur

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

2. Observasi.

Observasi atau biasa dikenal dengan pengamatan adalah salah satu metode untuk melihat bagaimana suatu peristiwa, kejadian, hal-hal tertentu terjadi. Observasi menyajikan gambaran rinci tentang aktivitas program, proses dan peserta. Dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif yaitu peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

E. Analisa Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Bikken dalam Moleong (2006:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif.

- Pengumpulan data
- Penyajian Data
- Reduksi Data
- Kesimpulan-kesimpulan:
- Penarikan/verifikasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Visi dan Misi Pasangan Christiany Euginia Paruntu dan Sonny Tandayu

a). Visi

“Kabupaten Minahasa Selatan yang Berbudaya, Mandiri, Sejahtera, dan Berdaya Saing Melalui perCepatan dan keTepatan Sasaran Pembangunan di Segala Bidang”

b). Misi

1. Mewujudkan masyarakat berbudaya, dengan utamanya lebih membudayakan kehidupan beriman dan kehidupan yang bertoleransi tinggi antar sesama umat neragama dan menjunjung tinggi falsafah Negara Pancasila. 2. Mewujudkan Kabupaten yang mandiri berkelanjutan, dengan memiliki tenaga-tenaga terampil dalam bidangnya. 3. Mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil, dan makmur, melalui program-program nyata, terukur, efisien dan efektif. 4. Mewujudkan Kabupaten yang tangguh dan berdaya saing tinggi dengan kualitas pemerintahan yang prima, transparan, dan akuntabel.

B. Wawancara Infroman

Pendekatan calon awalnya dilakukan untuk membentuk basis masa dalam masyarakat. Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh para calon adalah salah satu usaha yang dilaksanakan untuk mempengaruhi pihak-pihak lain yang menjadi sasaran dari kepentingan sang calon, dengan demikian memberikan dampak positif untuk mencapai tujuannya. Pendekatan tokoh atau para calon biasanya akan dilakukan dengan tokoh-tokoh agama dan tokoh masyarakat. Pendekatan calon atau kandidat dalam pemilu ini juga bisa menjadi langkah meredam fitnah dalam masyarakat sebagai ajang soft campaign. Sebagai sosialisasi dalam masyarakat, sehingga para calon Bupati dan Wakil Bupati dapat tersosialisasi dengan baik.

Dalam Wawancara ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada seorang masyarakat M.T tentang apa yang sudah dilakukan oleh pasangan Christiany Eugenia Paruntu dan Sonny Tandayu sebelum mereka mencalonkan diri sebagai Bupati dan Wakil Bupati.

Menurut saya sebelum Tetty dan Sonny Tandayu mencalonkan diri sebagai Bupati dan Wakil Bupati, belum akan kontribusi atau sesuatu yang bisa mensejahterakan rakyat yang dilakukan oleh pasangan ini, karena kalau saya lihat dari Tetty sendiri dia latar belakangnya sebagai pengusaha di Jakarta bahkan saya tidak mengenalnya nanti di saat dia memasang baliho untuk pencalonan Bupati baru saya mengenalnya, dan setau saya tidak ada yang dibuat oleh Tetty sebelum dia mencalonkan diri sebagai Bupati

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Pentingnya suatu strategi yang harus dilakukan setiap kandidat atau calon yang mampu. Serta pentingnya memiliki Pemimpin yang dapat mengayomi masyarakat dan siap mendengarkan aspirasi setiap masyarakat serta yang dapat bersosialisasi secara langsung dengan masyarakat dan dapat mengimplementasikan visi dan misi saat kampanye, serta citra diri sebagai

pemimpin yang baik dalam memimpin masyarakat demi kemajuan daerah kabupaten Minahasa Selatan.

2. Dalam melakukan penyeleksian calon Bupati dan Wakil Bupati, sebaiknya partai politik melakukan secara terbuka, dimana setiap tahapan –tahapan, syarat dan prosedur harus diketahui oleh publik, sehingga masyarakat luas dapat melihat dan menilai kemampuan dari setiap calon Bupati dan Wakil Bupati perwakilan partai mereka. Sebelum seorang calon mereka diajukan ke KPUD, semestinya partai politik terlebih dahulu melakukan rekrutmen atau penyeleksian terhadap calon Bupati dan Wakil Bupati, baik penelitian terhadap persyaratan administrasi yang mencakup legalitas dari penilaian ijazah/STTB, kesehatan , maupun keterangan bebas hukum. Jadi, jelas orangnya terdaftar dan terdidik, serta mamapu kecakapan berkomunikasi berdasarkan etika berbahasa.
3. Kemenangan yang dialami oleh Pasangan Bupati dan Wakil Bupati yang ada tidak lepas juga dari peranan tim kerja atau tim sukses yang ada. Pentingnya suatu tim kerja atau tim sukses dalam pemilihan sangat besar, kerja sama dan kepercayaan atas tim kerjanya dapat berpengaruh besar dalam pemilihan, karena seorang tim sukses merupakan bagian yang penting dalam mensosialisasikan atau mengkampanyekan seorang calon. Pemilihan tim sukses adalah orang yang benar-benar dipercaya untuk membantu calon serta mampu bertugas.

B. SARAN

1. Bupati dan Wakil Bupati yang terpilih haruslah bisa menjadi pemimpin yang bisa mengedepankan kepentingan dan kesejahteraan rakyat dan juga dapat memperhatikan berbagai keluhan masyarakat serta dapat memenuhi janji-janji politik yaitu visi dan misi yang mereka tawarkan dimasa kampanye

2. Bahwa pentingnya sebuah strategi dalam masa pencalonan bahkan strategi yang pas sehingga bisa di terima oleh para konstituen yaitu masyarakat.
3. Bagi pasangan-pasangan atau pendukung yang kalah dalam pemilihan kepala daerah Bupati dan Wakil Bupati hendaknya dapat bekerja sama dengan sang pemenang untuk dapat melaksanakan visi dan misinya yaitu berbagai kegiatan pembangunan di segala bidang.

DAFTAR PUSTAKA

Adman Nursal 2004, *Political Marketing: Strategi Menenangkan Pemilu*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Budiardjo, Miriam, 1994, *Demokrasi di Indonesia: Demokrasi Parleментар dan Demokrasi Pancasila*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Carlton Clymer Rodee dkk (ed), 2000. Pengantar Ilmu Politik, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Moleong, J, 1993, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Karya Bandung

Sumber lain :

Undang-Undang NO. 32 Tahun 2004