

Strategi PDI Perjuangan Dalam Memenangkan Pasangan Jokowi-Jusuf Kalla Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2014

Oleh : Yerik Agama

Nim : 100814030

ABSTRAK

Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014 merupakan salah satu bentuk dari demokrasi langsung yang dianut oleh negara Indonesia dimana telah membuka ruang kesempatan yang luas kepada seluruh warga negara untuk dapat berpartisipasi dalam politik. Partisipasi politik tersebut tidak hanya berjalan dalam bentuk pemberian hak suara, melainkan adanya antusiasme warga yang terus meningkat untuk mendaftarkan diri sebagai peserta kontestan di pilpres 2014.

Dalam momentum pemilihan umum presiden dan wakil presiden RI sangat penting untuk menggunakan strategi pendekatan kepada pemilih di pilpres maka partai politik di tuntut untuk mampu menggunakan strategi dalam memenangkan pemilu 2014 ditengah-tengah masyarakat sesuai dengan kemajuan jaman dan keterbatasan di daerah pemilihan. Metode pemasaran politik (Political Marketing) merupakan strategi yang disukai saat ini secara sadar ataupun tidak pendekatan marketing dalam dunia politik telah dilakukan oleh para kontestan atau partai politik untuk dapat menyampaikan pesan-pesan politik mereka kepada pemilih.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan bahwa strategi dari PDI Perjuangan dalam memenangkan Jokowi-Jusuf Kalla pada pilpres sangat efektif sehingga PDI Perjuangan kota Manado mampu mempengaruhi para pemilih lewat strategi (Political Marketing) dengan menggunakan empat pendekatan Pull Marketing, Push Marketing, Pass Marketing dan Paid Media itu dilihat dari partisipasi masyarakat atau para pemilih di pilpres 2014

Kata Kunci : Strategi Politik, Pilpres

PENDAHULUAN.

Negara Indonesia adalah Negara yang berdasarkan kedaulatan rakyat, sesuai dengan pasal 1 ayat 2 Undang-undang Dasar 1945 yang menjelaskan Kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar. Kepunyaan yang dimiliki oleh rakyat itu antara lain tercermin dengan dilaksanakannya pemilihan umum dalam waktu-waktu tertentu. Pemilihan umum adalah salah satu hak asasi warga Negara yang sangat prinsipil. Karenanya dalam rangka pelaksanaan hak-hak asasi adalah suatu keharusan bagi pemerintah untuk melaksanakan pemilihan umum (Pemilu).

Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. Yang menjelaskan bahwa (Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut pemilu Presiden dan Wakil Presiden, adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945). Dalam undang-undang nomor 15 tahun 2011 tentang penyelenggara pemilu diatur mengenai KPU, KPU Provinsi dan KPU

Kabupaten/Kota sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan panwaslu sebagai lembaga pengawas pemilu. Sesuai dengan peraturan KPU nomor 4 tahun 2014 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, dan peraturan BAWASLU nomor 11 tahun 2014 tentang pengawasan pemilihan umum. KPU dan BAWASLU dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta dalam hal tahapan pemilihan presiden dan wakil presiden.

Pada prinsipnya bahwa kekuasaan itu ada ditangan rakyat yang dimana telah diatur dalam Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 sehingga rakyatlah yang menentukan pemimpin (Presiden) yang benar-benar melayani masyarakat, Partisipasi masyarakat kota manado dalam Pemilihan presiden dan wakil presiden RI yang secara umum berjalan dengan lancar dan damai dengan DPT 346.740 pemilih. Proses pemilihan presiden dan wakil presiden telah membawa dampak positif terhadap masyarakat kota manado.

Peningkatan kualitas pelaksanaan pemilu setidak-tidaknya meliputi dua segi, yaitu menyangkut proses penyelenggaraan dan hasil-hasilnya. Terkait prosesnya, belajar dari pengalaman Pemilu 2004 dan 2009, masih terdapat beberapa hal dalam sistem dan teknis pelaksanaan pemilu yang harus diperbaiki. Pemilu pasca amandemen konstitusi merupakan pemilu dalam rangka konstitusi yang berbeda dengan pemilu-pemilu sebelumnya dan banyak hal prinsip yang jauh berbeda dengan pemilu masa-masa sebelumnya. Melalui amandemen struktur politik indonesia dirubah sedemikian rupa sehingga mempengaruhi proses rekrutmen elit politik.

Hal ini dikarenakan sejak keberadaan partai politik formasi berubah secara drastis. Partai politik telah mengubah relasi antara rakyat dengan penguasa, yaitu dari yang semula mendiskualifikasi rakyat dari panggung politik menjadi rakyat sebagai aktor dan poros penting dalam relasi politik. Dalam demokrasi kontemporer, partai politik telah menjadi instrumen utama rakyat untuk berkompetisi dan mendapatkan kendali atas institusi-institusi politik. Lebih dari itu, kehadiran partai politik juga telah mengubah sirkulasi elit politik. Sirkulasi elit telah mengalami perubahan dari sirkulasi tertutup berubah menjadi sirkulasi terbuka. Dengan adanya partai politik jabatan-jabatan politik yang semula menjadi semacam *privilege* kelompok sosial tertentu menjadi dapat diakses dari dan oleh semua kalangan masyarakat tanpa melihat kelas dan stratifikasi sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Dari hasil pembahasan yang dikemukakan bahwa teori yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah teori Adman Nursal tentang (Political Marketing).

Konsep *Political Marketing* menurut Adman Nursal (2004) secara sistematis menjelaskan serta memisahkan variable-variabel lingkup instrumen yang berbeda dan saling berkaitan satu dan lainnya. Bahwa pada dasarnya *Political Marketing* adalah Serangkaian aktivitas terencana, strategis tapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih. Tujuannya adalah membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, dan orientasi perilaku pemilih.

Teori yang dipakai dalam penulisan skripsi ini juga adalah tentang (Pemilihan Umum). Huntington mengemukakan bahwa pemilihan umum sebagai media pembangunan partisipasi politik rakyat dalam negara modern. Partisipasi politik merupakan arena seleksi bagi rakyat untuk mendapatkan jabatan-jabatan penting dalam pemerintahan, baginya negara modern adalah negara demokratis yang memberikan ruang khusus bagi keterlibatan rakyat dalam jabatan-jabatan publik.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode adalah aspek yang sangat penting dan besar pengaruhnya terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari obyek penelitian. Menurut Sutrisno Hadi (1987) Penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu pengetahuan dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Dengan upaya mendapatkan dan mengumpulkan data dari kegiatan penelitian, digunakan langkah-langkah sebagai berikut: Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi.

- *Pendekatan dalam Penelitian*

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. Oleh karena itu penggunaan Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode diskriptif. Menurut Keirl dan Miller dalam Moleong yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah "tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia pada kawasannya sendiri, dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.

Pertimbangan penulis menggunakan penelitian kualitatif ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Lexy Moleong (2004:138).

1. Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apa bila berhadapan dengan kenyataan ganda.
2. Metode ini secara tidak langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden.
3. Metode ini lebih peka dan menyesuaikan diri dengan manajemen pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai pengumpul data dan sebagai instrument aktif dalam upaya mengumpulkan data-data di lapangan.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian mempunyai makna sebagai batasan penelitian, karena dalam lapangan penelitian banyak gejala yang menyangkut tempat, pelaku dan aktifitas, namun tidak semua tempat. Pelaku dan aktifitas kita teliti semua. Untuk menentukan pilihan penelitian maka harus membuat batasan yang dinamakan Fokus penelitian.

Maka yang menjadi batasan penelitian pada penelitian adalah Bagaimana strategi PDI Perjuangan dalam memenangkan Jokowi dan Jusuf Kalla pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2014 di kota Manado.

C. Informan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Sehingga dalam penelitian ini tidak dikenal dengan namanya sampel melainkan informan. Hal ini dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas mengenai masalah yang sedang di bahas. Informan penelitian itu adalah:

- Dewan Pimpinan Cabang PDIP Kota Manado (Ketua dan Sekretaris)
- Tim Pemenang PDIP Kota Manado (Jokowi-JK)
- Masyarakat

D. Lokasi Penelitian.

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Dewan Pimpinan Cabang PDI Perjuangan Kota Manado.

E. Instrumen dan Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a). Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan wawancara yang berupa daftar pertanyaan yang telah disusun berdasarkan pada fokus penelitian. Data primer merupakan data yang diperoleh dari objek yang akan diteliti (Boyong Suyanto dan Sutinah: 2005)

b). Data sekunder yaitu diperoleh dengan cara mendatangi langsung lokasi yang sudah ditetapkan terlebih dahulu sebagai objek penelitian (observasi langsung) dalam rangka untuk memperoleh informasi yang jelas tentang masalah yang diteliti guna pengamatan atau pengumpul data. Menurut Boyong Suyanto dan Sutinah (2005) mendefinisikan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu.

F. Teknik Analisa Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga teknik analisa yang relevan adalah analisa data yang bersifat induktif/kualitatif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi teori. Secara rinci dapat digambarkan teknik analisa data yang dilakukan yaitu : setelah data dikumpulkan, maka selanjutnya data akan dipadukan, digambarkan dalam bentuk uraian kalimat dengan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan objek penelitian, atau responden yang ada.

PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Politik PDI Perjuangan Kota Manado

Dalam bab ini akan dianalisis implementasi dari strategi pemasaran politik yang dilakukan PDI Perjuangan pada pilpres di Kota Manado tahun 2014, analisis akan dilakukan terhadap usaha yang dilakukan oleh PDI Perjuangan agar calon presiden dan wakil presiden nomor urut 2 dapat dikenali oleh warga kota manado atau disebut pendekatan produk politik kepada pasar, kemudian strategi yang gunakan agar pasangan Jokowi-Jk dapat bersentuhan langsung dengan masyarakat kota manado atau kepada para pemilih atau di sebut dengan pendekatan *Push Marketing*, selanjutnya menganalisis terhadap penggunaan media dengan cara membayar atau tidak membayar atau disebut dengan pendekatan *Pull Marketing*, serta analisis terhadap pihak-pihak yang memberikan pengaruh aktif dan pasif terhadap pemilih untuk Jokowi-Jk atau dengan istilah *Pass Marketing*, dan juga dilakukan analisis terhadap media yang digunakan Jokowi-Jk untuk memasang iklan politik dengan istilah pendekatan *Paid media*.

B. Strategi Pemasaran Politik Melalui Pendekatan Produk Politik Kepada Pasar dan (Push Marketing)

PDI Perjuangan dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat melalui marketing politik (*Push Marketing*) atau menjual produk politik kepada masyarakat

dengan cara turun langsung dan bersentuhan pada pemilih untuk melibatkan dirinya ke tempat pemungutan suara (TPS) guna pendekatan ini sebenarnya sinkron dengan melihat konsep dari *Adman Nursal* tentang political marketing dimana dalam memasarkan produk politik dengan pendekatan pada masyarakat.

Upaya yang dilakukan PDI Perjuangan dalam pendekatan pada masyarakat begitu efektif dan efisien. PDI Perjuangan kota Manado juga melibatkan tim relawan Jokowi banyak turun ke lapangan dan melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat. Hasil survei dapat menunjukkan berbagai variabel mengenai perilaku pemilih, misalnya persepsi pemilih terhadap figur, terhadap harapan masa mendatang bagi daerahnya dan lain sebagainya. Informasi semacam ini dapat dipakai dan di adopsi kedalam visi misi berikut program yang akan di "jual" kepada para pemilih dimasa kampanye. Sehingga terjadi kesinkronan antara apa yang diinginkan oleh para pemilih terhadap pasangan nomor urut 2 Jokowi-Jusuf Kalla.

Figur Jokowi sebagai produk fenomenal yang layak di "jual" karena Jokowi juga merupakan sosok yang dikenal oleh masyarakat kota Manado dengan berkepribadian ramah dan suka merakyat, itu yang kemudian menjadi simpati terhadap masyarakat Manado.

C. Strategi Pemasaran Politik Melalui Pendekatan (*Pull Marketing*)

Pendekatan *Pull Marketing* sebagai penggunaan media, dengan dua cara yaitu dengan membayar dan tidak membayar.

Kehadiran media massa adalah untuk memberikan informasi kepada banyak orang, media massa juga sebagai lembaga sosial, memiliki sifat-sifat kelembagaan, media massa menyelenggarakan dan melayani informasi dengan cepat dan akurat secara melembaga. Informasi yang disalurkan dan sebarluaskan oleh media massa kepada khalayak. keberadaan media massa menjadi sebuah keharusan yang harus dipenuhi dalam dimensi dunia politik, khususnya pada momentum pilpres. Kekuatan media begitu besar dalam memberikan pengaruh, membentuk opini di masyarakat secara luas dan merata pada waktu yang sama.

Tetapi penggunaan media dalam kepentingan memenangkan pemilihan presiden dan wakil presiden bukanlah sebuah hal yang mudah juga untuk dipenuhi oleh PDI Perjuangan Kota Manado, karena media memiliki harga yang harus dibayar dalam penggunaannya. Semakin besar nama sebuah media maka semakin besar pula harga yang harus dibayar, tidak semua media selalu harus dibayar jika partai mampu mengemas sebuah kegiatan yang menarik atau kontestan memiliki hubungan "khusus" terhadap pemilik media maka dimungkinkan sekali penggratisan oleh media.

Pasangan Jokowi-Jk dalam realitas di pemilihan presiden dan wakil presiden, Jokowi-jk menggunakan media di tingkat nasional secara selektif yang disandarkan pada efektifitas dan efisiensi media tersebut dalam mencapai misi tujuan.

Media massa yang di gunakan oleh pasangan nomor urut 2 Jokowi-jk berupa media elektronik (TV), media jaringan sosial (Facebook, Twitter), contohnya: dalam penggunaan media cetak berupa spanduk dan pamphlet PDI Perjuangan Kota Manado yang menitikberatkan pada profil dari pasangan Jokowi-jk dengan menggunakan salam dua jari itu yang kemudian di sebarluaskan oleh PDIP Kota Manado.

D. Strategi Pemasaran Politik Melalui Pendekatan (*Pass Marketing*)

Pass marketing merupakan pihak-pihak, baik perorangan maupun kelompok yang berpengaruh besar terhadap para pemilih.

Dalam implementasi di lapangan, terlihat bahwa Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kota Manado merupakan partai yang memiliki ranting-ranting di semua wilayah kecamatan, kelurahan serta Desa dan mesin partai politik yang terstruktur dan baik. PDI Perjuangan merupakan partai yang solid dalam menjalankan strategi pada pemenangan

jokowi-jk di kota manado. PDI Perjuangan juga telah membentuk tim sukses di 87 kelurahan yang ada di kota manado dengan basis dengan segala segala aktivitas pendataan hingga penggalangan dukungan dilakukan.

Perolehan suara dalam pemilihan presiden dan wakil presiden begitu signifikan, ini menunjukkan bahwa mesin partai demokrasi Indonesia perjuangan berjalan dengan baik ini bisa dilihat dari berjalannya massa kampanye dan proses pemilihan bahkan sampai pada akhir pemilihan, Terdapat alasan kenapa mesin partai PDI Perjuangan dikatakan berjalan? Hal ini dikarenakan ketika DPP PDIP menginstruksikan agar PDIP sulut, termasuk PDI Perjuangan Kota Manado bekerja secara optimal dan mengamankan hasil keputusan partai di tingkat pusat yg menunjuk jokowi-jk sebagai calon presiden dan wakil presiden itu di sampaikan secara resmi.

Instruksi ini memberi efek nyata dalam usaha-usaha partai. Mesin partai PDIP Kota Manado dianggap berhasil karena disebabkan oleh pengurus partai dan anggota partai yang bekerja keras untuk memenangkan pemilihan presiden dan wakil presiden. Dengan mengamankan hasil keputusan dari DPP PDIP maka PDIPerjuangan Kota Manado bersatu dalam rangka mempertahankan eksistensi mereka di Partai.

E. Strategi Pemasaran Politik Melalui Pendekatan(*Paidmedia*)

Paid media merupakan salah satu bagian marketing politik yakni berupa penggunaan media yang lazim digunakan untuk memasang iklan adalah televisi, radio, media cetak, website dan media luar ruang. Saat masa kampanye berlangsung, para kandidat mulai mengiklankan diri. Wajah mereka seringkali muncul dalam sejumlah iklan politik yang ditayangkan di televisi dan media cetak, juga di media luar ruang (*outdoor*). Spanduk, *billboard* dan baliho besar di pinggir-pinggir jalan dan tempat-tempat umum terbuka lainnya di sejumlah kota berisikan wajah mereka. Pada dasarnya, beriklan politik merupakan langkah awal para kandidat untuk mengenalkan diri mereka kepada masyarakat luas dengan cara yang efektif dan efisien. Tujuan utama dari iklan-iklan politik tersebut tentu saja untuk merebut hati dan simpati para calon pemilih. Diharapkan suara pemilih akhirnya diberikan kepada kandidat yang bersangkutan.

Melihat pada data faktual yang ada bahwa PDI Perjuangan Kota Manado menggunakan media cetak berupa Koran dan media luar serta media luar ruang berupa spanduk dan pamflet dalam rangka menyampaikan pesan-pesan politiknya kepada warga Kota Manado.

PDI Perjuangan dalam memenangkan jokowi-jk di kota manado lebih memilih untuk menggunakan media cetak atau Koran. Di harian Koran Lokal hampir setiap hari masyarakat kota manado dapat menikmati iklan *salam dua jari dan opini-opini serta profil dari jokowi-jk* yang ditujukan untuk Jokowi-Jk, iklan dan opini tersebut dipasang oleh para pimpinan dan fungsionaris PDI Perjuangan Kota Manado. Selain itu, pasangan ini juga gencar beriklan lewat baliho-baliho yang terpasang di beberapa jalan di kota Manado.

Pendekatan *paid media* (penggunaan media) yang diterapkan oleh PDI Perjuangan di pilpres Kota Manado tahun 2014 bisa dikatakan dilakukan dengan media-media yang sangat terjangkau harganya. Misal, Baliho/Spanduk, Pamflet, Media cetak koran lokal.

PENUTUP

Kesimpulan

Strategi yang dilakukan oleh PDI Perjuangan kotamanado merupakan strategi komunikasi untuk menebar Isyu sehingga isyu itulah yang kemudian menjadi kekuatan dari pasangan Jokowi-Jusuf Kalla ada adapun strategi pemasaran politik yang terapkan PDI Perjuangan melalui pendekatan *push marketing* yang berupa penciptaan jaringan tim pendukung yang terfokus dan bergerak di level kelurahan, lingkungan dan Rukun Tetangga (RT), jaringan inilah yang memfasilitasi pertemuan-pertemuan bersama warga di rumah-rumah warga secara bergilir dan terus menerus sambil tim sukses mendata

dukungan di setiap lingkungan masing-masing sebelum pilpres. Tidak sekedar memberikan janji-janji politik semata, PDI Perjuangan juga memberikan kontribusinya secara langsung kepada warga Manado dalam bentuk uang dan kartu anggota tim pendukung Jokowi-JK sebagai ikatan emosional.

Strategi melalui pendekatan *pull marketing* yang dilakukan PDI Perjuangan menerapkan konsistensi pada disiplin pesan yang ingin di sampaikan pada penggunaan media luar ruang (spanduk/baloho, stiker dll) yakni secara terus menerus konsisten menampilkan profil Jokowi-JK "Jelang Perang" *Pull marketing* juga menjadi menjadi fokus utama bagi tim relawan Jokowi-JK untuk bagaimana menarik massa dengan jumlah yang besar, hal ini berupa penggunaan spanduk/baloho hingga stiker selalu menampilkan foto Jokowi-JK dengan menampilkan Jokowi untuk Indonesia hingga berupa slogan (Salam dua jari).

Pendekatan ini yang dapat diambil dari penerapan pada pendekatan *Pull marketing* oleh PDI Perjuangan Kota Manado ialah, bahwa dalam menggunakan media lebih sering pada media cetak berupa spanduk, pamphlet, koran dan iklan dengan cara membayar karena dicermati dan dianalisis strategi yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Kota Manado, yang lebih banyaknya pada penyebaran iklan dan spanduk dari pasangan nomor urut 2 Jokowi-JK karena yang menjadi perhatian bagi masyarakat kota Manado itu ialah dengan melihat spanduk dan iklan serta pamphlet yang di promosikan.

Strategi melalui Pendekatan *Pass Marketing* yang diterapkan oleh PDI Perjuangan Kota Manado adalah membentuk tim sukses di 87 kelurahan yang ada di kota Manado dengan memperkuat basis dengan segala segala aktivitas pendataan hingga penggalangan dukungan dilakukan. *Sebagai contoh*; Jika di lingkungan kelurahan tersebut didominasi kekuatan PDI-P maka sebagai tim pendukung relawan Jokowi-JK akan sangat efektif dalam memberikan pengaruh-pengaruh politik di lingkungan RT pada kelurahan tersebut. Begitu juga di setiap kelurahan lainnya, rekrutmen tokoh lokal yang berasal dari partai pendukung. Hal ini dilihat dari mesin partai pengusung yang bekerja begitu optimal, mengingat partai PDI Perjuangan merupakan partai pemenang pilpres di Kota Manado. Belum lagi dari partai-partai yang tergabung dalam Koalisi Indonesia Habat (KIH). Penggunaan organisasi-organisasi sayap partai juga terlihat sangat memberi andil dalam tahapan pilpres untuk memenangkan Jokowi-JK lewat Tim sukses dan para tim relawan sekota Manado.

Strategi melalui Pendekatan *Paid media* adalah yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Kota Manado, nampak pada penggunaan media massa baik dalam bentuk elektronik maupun cetak yang dikemas sangat menarik dan memberikan kesan positif pada masyarakat.

Saran

Dari kesimpulan tersebut di atas maka penulis memberikan beberapa saran guna untuk melengkapi dan mempertajam strategi pada pemilihan presiden dan wakil presiden sebagai berikut.

1. PDI Perjuangan Kota Manado, perlu mengintegrasikan semua strategi *political marketing*, baik produk politik kepada pasar, *push marketing*, *pull marketing*, *pass marketing* dan *paid media*, sehingga strategi yang dilakukan berjalan seimbang, saling menunjang dan berkontribusi dalam setiap aspeknya.
2. PDI Perjuangan Perlu ditingkatkan masalah tugas bagi tim pemenangan serta koordinasi yang lebih intens dengan partai pendukung lainnya.
3. PDI Perjuangan Kota Manado Perlu meningkatkan fungsi dari organisasi sayap partai agar lebih optimal dalam mengawal setiap proses pilpres.
4. Penggunaan media yang semestinya tidak harus terlalu berlebihan, sehingga dapat meminimalisir dana kampanye pilpres.

5. Tim kampanye PDI Perjuangan Kota Manado pada pasangan Jokowi-Jk, perlumengkombinasikan strategi pendekatan *political marketing*, sehingga efektivitas penyampaian pesan politik dapat disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan oleh partai tersebut dengan hasil yang didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Adman Nursal. *Political Marketing*; Jakarta 2004, Strategi memenangkan pemilu : sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPD, Presiden. Gramedia Pustaka Utama, *ibid.* Hlm 259.

Analisis CSIS, *Modernisasi Partai Politik Indonesia di Alam Demokrasi*; Jakarta, 2008. Azhari, SSTP., M.Si. *Sistem Politik Indonesia*; Bandung, 2005.

Antar Venus, 2004, Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hlm . 7

DR. Munir Fuady, S.H, M.H, LL.M. 2009, *Konsep Negara Demokrasi*; Jakarta.

DRS. H. Inu Kencana Syafie. M.Si. *Sistem Politik Indonesia*; Bandung, 2002.

Firmanzah, 2008, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas* (Edisi Kedua, Revisi) Jakarta : Obor, hlm. 271

Janedjri M. Gaffar. *Politik Hukum Pemilu*, Jakarta: Konstitusi Press, 2012, hal. 11.

Khairul Fahmi. *Pemilihan Umum dan kedaulatan Rakyat*, op.cit., Hal. 278. *Ibid*, hal. 278-281. *Ibid*, hal. 281.

Miriam Budiarto. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Gramedia, Jakarta, 2008, Edisi Revisi.

Peter Schröder. *Strategi Politik, Edisi Bahasa Indonesia*; Jakarta, 2003. hal 95.

Sigit Pamungkas. *Partai Politik Teori dan Praktik di Indonesia*; Yogyakarta, 2012.

Syamsuddin Haris. *Partai, Pemilu, dan Era Reformasi*; Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta 2014. Hal 148-164.

Literatur Tambahan:

- Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.
- Undang-undang nomor 2 tahun 2011 tentang Partai Politik.
- Undang-undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.
- Undang-undang nomor 15 tahun 2011 tentang penyelenggara pemilu
- download tanggal 16-10-2014 dari <http://www.struktur.ketatanegaraan.indonesia.setelah.perubahan.keempat.UUD.1945.pdf.html>. Asshiddiqie, Jimly. *Struktur Ketatanegaraan Indonesia Setelah Perubahan Keempat UUD 1945*.
- download tanggal 28-10-2014 Sumber: <http://id.shvoong.com/law-and-politics/politics/2254904-tujuan-fungsi-hak-dan-kewajiban/#ixzz3D4RdmXPU>