

NASKAH PUBLIKASI

STRATEGI PEMENANGAN PASANGAN CALON INDEPENDEN
RAMLAN-IRWANDI DALAM PILKADA KOTA BUKITTINGGI TAHUN
2015

Oleh:
YAYANG AULIA NUZUL
20150520225

Telah disetujui dan disahkan sebagai naskah publikasi sesuai kaidah
penulisan karya ilmiah

Dosen Pembimbing


Tunjung Sulaksono, S.IP., M.Si
NIDN: 0501057701

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Dr. Edin Burwaningsih, S.IP., M.Si
NIDN: 0522086901

Ketua Program Studi
Ilmu Pemerintahan

Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si
NIDN: 0528086601

STRATEGI PEMENANGAN PASANGAN CALON INDEPENDEN RAMLAN-IRWANDI DALAM PILKADA KOTA BUKITTINGGI TAHUN 2015

Oleh: Yayang aulia nuzul , Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UMY E-mail:yayangipummy@gmail.com

ABSTRAK

Munculnya calon independen dalam pemilihan kepala daerah di Indonesia merupakan konsekuensi dari putusan MK NO.5/PUU-V/2007 tentang putusan dari perkara permohonan pengajuan UU No. 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah yang didalamnya berisikan keputusan melegitimasi keberadaan calon perseorangan agar bisa maju dalam pemilihan umum kepala daerah meskipun tanpa partai politik. Dan kini masyarakat semakin pandai dalam menentukan referensi politiknya. Dapat dilihat dari terpilihnya calon independen menjadi walikota Bukittinggi pada Pilkada tahun 2015, sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui strategi apa yang dilakukan pasangan calon independen yang memenangkan Pilkada di Kota Bukittinggi tahun 2015.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana analisis dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui kajian dokumen yang didapatkan dari KPU Kota Bukittinggi dan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi. Adapun teknik wawancara dari berbagai narasumber yaitu kandidat independen Ramlan-Irwandi dan tim relawan Ramlan-Irwandi.

Hasil penelitian menunjukkan adapun strategi pemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi di analisis menggunakan teori marketing politik yakni 1) Pada variabel produk politik, pasangan calon independen menawarkan visi misi yang relevan dengan permasalahan yang ada ditengah masyarakat Bukittinggi. 2) Pada variabel promosi, terdapat 2 indikator pengukur yaitu melalui iklan (*advertising*) dan juga publikasi (*Publicity*), dalam indikator iklan (*advertising*) calon independen Ramlan-Irwandi menggunakan media cetak, media sosial, radio, tv, spanduk dan selebaran. Indikator selanjutnya adalah publikasi, adapun cara yang dilakukan tim relawan Ramlan-Irwandi adalah melakukan pendekatan persuasif. 3) Variabel selanjutnya adalah *Price*, Dalam penelitian ini harga ekonomi yakni berkaitan dengan dana kampanye calon independen yang berasal dari uang pribadi pasangan calon independen Ramlan Nurmantias, Adapun harga psikologi kedua pasangan calon independen merupakan putra asli Kurai Bukittinggi. 4) Variabel yang terakhir adalah *place* atau penempatan. Cara calon independen hadir dalam mendistribusikan pesan politiknya adalah dengan mendatangi rumah-rumah secara langsung (*door to door*).

Kata Kunci: Calon Independen, Pilkada

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dan praktek demokrasi di Indonesia setiap tahunnya mengalami kemajuan kearah yang lebih baik. Berhasil tidaknya demokrasi dapat dilihat dari kebebasan rakyat dalam berbangsa dan bernegara, salah satu bentuk nyata dari demokrasi adalah pemilihan pemimpin secara langsung. Pemilihan umum merupakan praktek dari prinsip demokrasi yaitu kedaulatan rakyat, seluruh warga negara yang telah memenuhi persyaratan menurut Undang-Undang memiliki hak dalam memilih wakilnya sendiri baik dalam pemerintahan maupun legislatif. Menurut Chusnul M,dan Reni S (2013: 101).

Pada tanggal 9 Desember 2015 yang lalu Indonesia telah melaksanakan pemilihan umum kepala daerah secara serentak di seluruh Indonesia. Terdapat 269 daerah di Indonesia meliputi 9 provinsi, 36 kota, dan 224 kabupaten yang melaksanakan pemilihan umum kepala daerah serentak. Sama seperti provinsi lainnya Sumatera Barat juga mengikuti pemilihan umum kepala daerah serentak tahun 2015. Terdapat 13 kota dan 19 kabupaten di Sumatera Barat yang mengikuti pilkada serentak, salah satunya adalah Kota Bukittinggi yang telah melakukan pemilihan kepala daerah secara langsung untuk sekian kalinya.

Seperti pemilu pada umumnya partai politik di Kota Bukittinggi membuka pendaftaran bakal calon walikota atau wakil walikota Bukittinggi Nama-nama kandidat pun bermunculan baik melalui spanduk ataupun melalui pertemuan tim sukses dan forum lainnya. Hal ini dilakukan dalam rangka mempromosikan dan mensosialisasi kan bakal calon tiap partai untuk siap menjadi pemimpin di Kota Bukittinggi. Terdapat fenomena baru di Pilkada Kota Bukittinggi yakni munculnya sekelompok masyarakat yang tergabung dalam sebuah gerakan kerelawanan dimana kelompok ini juga memunculkan dan mengusung calon perorangan atau sering disebut calon independen untuk maju dalam Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015 kemarin.

Menurut Kartika (2010:11) Pengertian calon independen dalam keputusan MK adalah calon perseorangan (tanpa partai) yang mampu bersaing dalam rekrutmen calon kepala daerah maupun wakil kepala daerah dan mengikuti pemilihan umum kepala daerah tanpa menggunakan partai politik sebagai kendaraanya. Dalam rangka memperkuat hak konstitusional calon perorangan maka putusan MK membutuhkan payung hukum yakni revisi terhadap UU Nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah dimana di

dalamnya telah mengatur dengan tegas hak-hak calon perorangan. Hak konstitusi calon perorangan semakin kuat dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 12 tahun 2008 tentang perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, dimana membahas lebih rinci mengenai calon perseorangan yang akan maju dalam Pilkada.

Ada yang menarik pada Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015 lalu dimana pasangan calon independen Ramlan Nurmantias dan Irwandi memenangkan pemilihan kepala daerah dengan persentase 41,80% dari 42.512 suara yang masuk. Pasangan independen M. Ramlan Nurmantias dan Irwandi mampu mengalahkan dua pasangan incumbent bahkan di domisili pasangan incumbent itu sendiri. Kemenangan signifikan yang diraih pasangan independen M. Ramlan Nurmantias, S.H Dt. Nan Basa dan Irwandi S.H Dt merupakan sebuah pencapaian yang sangat membanggakan. Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti, mengingat kemenangan pasangan calon adalah kemenangan pasangan independen pertama dalam sejarah pemilihan umum di kota Bukittinggi, bahkan merupakan satu-satunya kemenangan pasangan calon independen di

provinsi Sumatera Barat pada Pilkada serentak 2015.

Maka kemenangan pasangan independen M. Ramlan Nurmantias, S.H Dt. Nan Basa dan Irwandi, S.H Dt telah mematahkan mitos selama ini yang mengatakan bahwa pasangan calon independen tidak atau sulit untuk memenangkan pemilihan kepala daerah. Oleh karena itu penting untuk diteliti strategi pemenangan pasangan calon independen M. Ramlan Nurmantias, S.H Dt. Nan Basa dan Irwandi, S.H Dt dalam Pemilihan umum kepala daerah Kota Bukittinggi tahun 2015.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi pemenangan pasangan calon independen M. Ramlan Nurmantias, S.H Dt. Nan Basa dan Irwandi, S.H Dt dalam Pemilihan umum kepala daerah Kota Bukittinggi tahun 2015. Penelitian ini dilakukan di Kota Bukittinggi, Informan penelitian dipilih berdasarkan tujuan penelitian yang terdiri dari unsur-unsur:

Pasangan calon independen (Ramlan-Irwandi), Tim sukses calon independen dan masyarakat Bukittinggi.

Selanjutnya data penelitian diambil melalui teknik wawancara, dokumentasi, Studi Pustaka dan penelusuran data online. Kemudian data dianalisis secara kualitatif dengan langkah-langkah utama adalah triangulasi, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

C. KERANGKA TEORI

1. Calon Independen dalam Pilkada

1.1 Pilkada

Dalam UU Nomor 12 Tahun 2008 Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah merupakan pemilihan umum guna memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Menurut Hadiawan (2009) Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, atau sering pula disebut Pilkada merupakan bentuk dari implementasi demokrasi lokal di Indonesia. Kepala Daerah adalah jabatan politik yang bertugas memimpin dan menggerakkan lajunya roda pemerintahan.

Menurut UU No.32 tahun 2004 pada pasal 56 ayat (1) tentang Pemerintah Daerah dan pasal 4 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 6 tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah, maka Pilkada dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

1.2 Calon Independen

Calon independen sering pula disebut calon perseorangan adalah kandidat yang memiliki hak mengikuti pilkada meskipun tanpa adanya dukungan dari partai politik atau gabungan partai politik. Keberadaan calon independen dalam pilkada merupakan bentuk dari apresiasi terhadap hak-hak politik setiap individu untuk menjadi pemimpin meskipun ada atau tidaknya dukungan dari partai politik (Arbas, 2012).

Calon perseorangan atau independen tidak menerima atau meminta dana dari partai-partai politik, melainkan mengumpulkan dana sendiri terutama pada sumbangan-sumbangan, dana pemerintah, dan ada beberapa kasus mengeluarkan dana pribadi untuk membiayai kampanye. Calon independen biasanya telah mengantongi dukungan organisasi dan keuangan yang cukup besar, serta didukung nama besar

yang diakui oleh masyarakat banyak (Golosov, 2003: 912).

2. Marketing Politik sebagai Strategi Kemenangan

Marketing politik merupakan salah satu pendekatan yang bisa digunakan dalam mengkaji strategi pemenangan. Sebelum membahas tentang marketing politik, peneliti akan menjelaskan terkait pengertian strategi pemenangan itu sendiri. Pengertian strategi berasal dari bidang militer. Pemikiran strategis senantiasa dibutuhkan apabila sekelompok besar orang perlu dipimpin dan dibutuhkan orientasi. Dalam strategi tujuan jangka pendek dicapai melalui taktik. Namun tanpa strategi, taktik tidak ada gunanya. Jadi strategi adalah rencana untuk tindakan. Sedangkan penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya (Pito dkk 2006: 196-197).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan marketing politik dalam mengkaji strategi pemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi pada pemilihan kepala daerah Kota Bukittinggi tahun 2015. Marketing politik merupakan penerapan konsep atau ilmu marketing ke dalam dunia politik. Marketing dalam politik diperlukan untuk menghadapi

persaingan dalam sebuah pemilihan umum (Haroen, 2014:48).

O'Shaughnessy dalam Firmanzah (2008), mengemukakan bahwa marketing politik bukanlah konsep untuk “menjual” parpol atau kandidat, akan tetapi marketing politik merupakan sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah partai politik atau seorang kandidat dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual.

Marketing dalam dunia politik memegang arti penting. Adapun tujuan dari marketing politik adalah membantu kandidat atau partai politik mempunyai kemampuan mengenal kebutuhan masyarakat yang diwakili dengan baik, sehingga program kerja yang diformulasikan sesuai dengan aspirasi masyarakat. Konsep marketing dalam politik mampu menawarkan solusi bagi kandidat agar mampu lebih dekat dengan masyarakat pemilihnya. Sehingga konsep marketing dianggap penting untuk dilakukan. (Firmanzah, 2008:161).

Menurut Firmanzah (2008:203) Political Marketing dalam prosesnya menggunakan penerapan 4P bauran marketing *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Adanya 4P dalam Marketing politik tidak hanya tentang cara kelompok politik

atau partai politik membuat produk politik, menyusun program publikasi kampanye dan komunikasi politik, strategi segmentasi guna memenuhi kebutuhan setiap masyarakat sampai ke perhitungan harga sebuah produk politik yang dibutuhkan

C. HASIL PENELITIAN

Pilkada merupakan pemilihan umum tingkat daerah guna mencari atau memilih kepala daerah di daerah pemilihan. Adapun yang terjadi pada Pemilihan kepala daerah Kota Bukittinggi pada tanggal 9 Desember 2015 adalah sebuah pesta demokrasi tingkat lokal bagi masyarakat Kota Bukittinggi dalam menentukan pemimpinnya dengan cara menggunakan hak pilih mereka. Seperti Pilkada tahun 2010, Pilkada Bukittinggi tahun 2015 lagi-lagi mempertemukan dua calon kuat yakni Ismet Amzis selaku petahan melawan Ramlan Nurmantias yang memilih jalur independen. Banyaknya isu-isu negatif tentang petahana selama kepemimpinannya dan menurunnya elektabilitas partai Demokrat sebagai partai pengusung memberi kesempatan yang besar untuk calon independen memenangkan pemilihan kepala daerah Bukittinggi tahun 2015.

Kemenangan calon independen Kota Bukittinggi M. Ramlan nurmantias, S.H dan

Irwandi, S.H dengan perolehan suara sebanyak 17.770 suara atau 41,84%, mengalahkan beberapa calon dari partai politik lain dan mengalahkan antara lain petahana H. Ismet Amzis, S.H dan Drs. Zulbahri M, M.Pd. Kemenangan calon independen ini menunjukkan bahwa kekuatan dari petahana melemah dibandingkan dengan calon independen. Oleh karena itu, pada bagian pembahasan ini, peneliti akan memaparkan strategi pemenangan pasangan calon independen M. Ramlan nurmantias, S.H dan Irwandi, S.H dalam pemilihan umum kepala daerah kota bukittinggi tahun 2015.

1. Marketing Politik

Pada Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015, dalam upaya menjangkau pemilih, calon independen Ramlan-Irwandi membentuk tim kampanye yang bertugas menyebarkan pesan politik mereka kepada masyarakat Bukittinggi. Adapun pasangan calon Ramlan-Irwandi merupakan penanggungjawab dari terbentuknya Tim Kampanye tersebut, selain itu Ramlan-Irwandi juga di bantu oleh tim penasehat kampanye. Tim kampanye pasangan calon independen Ramlan-Irwandi mempunyai perwakilan di semua kecamatan Kota Bukittinggi yakni Kecamatan Mandiangin

Koto Selayan, Kecamatan Guguk Panjang, dan Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh.

Tim relawan Ramlan-Irwandi mengklaim 80% tim relawan mereka adalah ibu-ibu dengan alasan ibu-ibu lebih mampu mempengaruhi anak dan suaminya untuk mendukung pasangan calon independen, selain itu pemilihan ibu-ibu sebagai tim relawan juga tidak terlepas dari banyaknya ibu-ibu yang merasa kecewa dengan pemerintahan petahana yang tidak mampu menyelesaikan persoalan di tengah masyarakat salah satunya di Bukittinggi adalah permasalahan pengadaan air bersih yang merupakan hal penting khususnya bagi ibu-ibu.

1.1 Produk (*Product*)

Pada Pemilihan kepala daerah Kota Bukittinggi, pasangan calon kepala daerah Ramlan-Irwandi maju dengan menggunakan jalur tanpa partai politik dengan *tagline* produknya adalah “Perubahan”, adapun visi yang ditawarkan adalah “Terwujudnya Bukittinggi Kota Tujuan Pariwisata, Pendidikan, Kesehatan, Perdagangan dan Jasa Berlandaskan Nilai-Nilai Agama dan Budaya”.

Ramlan-Irwandi menggunakan *tagline* “Perubahan” berangkat dari gagal petahana menyelesaikan permasalahan yang

dihadapi masyarakat Bukittinggi. Pemilihan *tagline* ini tentunya sebagai salah satu strategi menyerang petahana yang dianggap telah gagal dalam periode kepemimpinannya. Visi-misi yang ditawarkan oleh pasangan calon independen Ramlan-Irwandi mempunyai ciri khas tersendiri, pasangan calon Ramlan-Irwandi menawarkan suatu program yang berupaya untuk mewujudkan Kota Bukittinggi bergerak menuju arah berkemajuan, inovatif dan berkelanjutan. Mengingat Kota Bukittinggi dengan kekayaan sejarahnya menjadikan kota Bukittinggi sebagai salah satu tujuan wisata di Sumatera barat hal ini dijadikan program utama oleh pasangan Ramlan-Irwandi.

1.2 *Past recor*

Past recor atau rekam jejak merupakan berkaitan dengan prestasi masa lalu yang dicapai kandidat karena apa saja yang dilakukan kandidat dimasa lalu akan berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Dengan prestasi yang dimiliki dimasa lalu akan mampu meningkatkan citra kandidiat di tengah masyarakat.

Ramlan Nurmantias selaku kandidat pilkada Bukittinggi tahun 2015 sangat menjaga rekam jejaknya di masa lalu karena menurut beliau hal ini merupakan investasi

sosial jangka panjang. Ramlan Nurmantias dari masa muda telah aktif di berbagai organisasi, mulai dari menjadi osis sampai menjadi anggota senat Fakultas Hukum UMSB. Ia juga aktif dalam organisasi pengusaha mengingat Ramlan Nurmantias merupakan salah satu pengusaha sukses di Bukittinggi.

Selain itu Ramalan Nurmantias juga pernah menjabat sebagai ketua KPU kota Bukittinggi periode Tahun 2003-2008, pada saat itulah beliau mempelajari atau mengetahui prosedur mencalonkan diri melalui jalur independen. Sedangkan Irwandi selaku wakil merupakan mantan anggota DPRD Kota Payakumbuh dan juga pernah menjabat sebagai sekretaris daerah dan kepala Bappeda Kota Payakumbuh.

2. Promosi (*Promotion*)

2.1 *Advertising*

Seperti kandidat lainnya, pasangan calon independen Ramlan-Irwandi juga menggunakan advertising atau iklan sebagai media kampanye. Iklan merupakan bentuk penyajian informasi yang kandidat miliki dengan tujuan utamanya adalah mempromosikan melalui media yang dapat dilihat langsung oleh masyarakat sebagai calon pemilih. Dalam penelitian ini, adapun cara promosi politik yang digunakan tim relawan pasangan calon independen

Ramlan-Irwandi dalam menjangkau pemilih adalah media cetak, media sosial, radio, tv, spanduk dan selebaran.

Adapun penggunaan media cetak dalam penelitian ini penyebaran pamflet, stiker atau profil kandidat dilakukan ketika sosialisasi *door to door* dilakukan, disini tim relawan berperan sebagai penyampaian pesan politik yakni dengan cara menyebarkan stiker, pamphlet dan profil kandidat agar mereka pemilih mengingat dan mengenal kandidat yang dipromosikan, sehingga akan membangun kesadaran pemilih untuk memilih pasangan calon independen Ramlan-Irwandi.

Berkaitan dengan slogan kampanye sebagai identitas dari paracalon kandidat, merupakan bentuk dari mempromosikan identitas diri dari kandidat maupun tim relawan kepada masyarakat. Pada konteks Pilkada Kota Bukittinggi, slogan kampanye dari pasangan calon independen Ramlan-Irwandi adalah “Perubahan” hal ini tidak terlepas dari kekecewaan masyarakat akan kepemimpinan petahana dijadikan peluang oleh calon independen Ramlan-Irwandi untuk menarik pemilih dengan cara mengkampanyekan slogan “perubahan”.

2.2 *Publicity*

Setelah melakukan kegiatan periklanan, proses selanjutnya dalam mempromosikan kandidat adalah melakukan kegiatan publikasi. Publikasi adalah proses membangun citra kandidat di tengah masyarakat dengan cara membangun suatu pencitraan guna menarik perhatian pemilih. Dalam melaksanakannya tim relawan bekerja agar mampu membangun citra yang baik pada calon independen di tengah masyarakat. Adapun cara yang dilakukan adalah melakukan pendekatan persuasif dimana tim relawan melakukan komunikasi kepada pemilih dengan cara mempengaruhi atau meyakinkan melalui citra baik pasangan calon guna mempengaruhi calon pemilih.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan pada tim relawan Ramlan-Irwandi tidak hanya melakukan publikasi terkait calon yang diusung melainkan juga melakukan publikasi pers tentang petahana nomor urut 5. Melemahnya citra petahana di manfaatkan sangat baik oleh tim relawan calon independen Ramlan-Irwandi, mengingat pada pilkada tahun 2010 petahana merupakan pesaing Ramlan yang paling kuat untuk maju sebagai walikota. Dengan mempublikasikan berita yang merugikan petahana terbukti mampu meningkatkan elektabilitas calon independen

Ramlan-Irwandi sehingga mampu memenangkan Pilkada Kota Bukittinggi.

3. Harga (*Price*)

Ada beberapa hal yang harus dijelaskan dalam harga sebagai penggerak dari manuver marketing politik, adapun beberapa hal yang mencakup mulai dari ekonomi sampai psikologi. Pada penelitian ini dana kampanye calon independen ini berasal dari uang pribadi pasangan calon independen Ramlan-Irwandi, sebagaimana yang diketahui bahwa tidak ada instansi atau lembaga terkait yang membantu pasangan calon independen untuk memberikan sumbangan.

Pada pilkada Bukittinggi Tahun 2015 pasangan calon independen lebih memilih menggunakan dana pribadi. Penggunaan dana pribadi tentu memiliki resiko yang besar dalam menjangkau masyarakat, karena sumber dana kampanye hanya berasal dari pasangan calon saja.

Adapun harga psikologi merupakan orientasi pemilih yang melihat calon kandidat melalui latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lainnya dari seorang kandidat. Pada konteks ini tim relawan digerakkan untuk mencari tahu dan

menganalisa bagaimana orientasi pemilih selama proses kampanye berlangsung.

Modal psikologi ternyata mampu meningkatkan dukungan kepada calon independen Ramlan-Irwandi. Mulai munculnya kerinduan akan pemimpin asli putra daerah memberi peluang bagi kedua calon ini memenangkan pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015. Ramlan Nurmantias menjadikan ikatan psikologis sebagai salah satu alasan kuat untuk maju sebagai calon walikota Bukittinggi tahun 2015. Menggunakan kata putra asli kurai bukittinggi merupakan salah satu strategi menyerang calon kandidat lainnya yang tidak mampu menawarkan ikatan psikologis tersebut.

4. Penempatan (*Place*)

Ketika praktik dilapangan tim relawan merupakan instrumen yang bertugas monitoring dan membaca apasaja kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat dalam suatu wilayah tertentu. Apakah produk politik yang sudah ada cukup didistribusikan saja menggunakan media atau apakah perlu ada tatap muka secara langsung dengan masyarakat, merupakan hal yang harus diperhatikan dalam distribusi politik. Disini tim relawan dituntut untuk mampu mengidentifikasi pemetaan wilayah yang

akan menjadi objek distribusi politik mereka.

Adapun metode yang dilakukan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi adalah dengan hadir ditengah-tengah masyarakat dan berkomunikasi untuk mendapatkan dukungan suara, atau disebut juga dengan istilah *door to door*. Mendatangi rumah-rumah secara langsung merupakan bagian dari cara hadir calon independen dalam mendistribusikan pesan politiknya kepada pemilih. Dalam proses kampanye berlangsung, pasangan calon independen Ramlan-Irwandi melakukan kegiatan kunjungan pada beberapa rumah terpilih dan mengikuti kegiatan rutinitas masyarakat.

Dalam mengkaji strategi pemenangan tentu tidak hanya dilihat dari satu pihak saja, karena strategi merupakan hal yang aktif dan dinamis. Strategi bisa jadi merupakan sebuah bentuk penyerangan untuk kandidat lainnya meskipun bukan secara verbal, guna mendapatkan simpati pemilih.

Sejak awal pembentukan Tim relawan, Ramlan-Irwandi memilih hampir 80% relawan nya adalah ibu-ibu, hal ini tidak terlepas dari banyaknya ibu-ibu yang kecewa atas kepemimpinan petahana yang

tidak mampu menyelesaikan persoalan pengadaan air bersih, kekecewaan tersebut dimanfaatkan Ramlan-Irwandi untuk mendapatkan simpati pemilih. Sama halnya dengan produk politik yang ditawarkan Ramlan-Irwandi yakni dengan *tagline* “Perubahan”, pemilihan *tagline* ini merupakan strategi melawan petahana yang menawarkan *tagline* produk “lanjutkan”. Dalam strategi harga psikologi atau pendekatan secara psikologi pasangan calon independen Ramlan-Irwandi menawarkan slogan “Putra asli Kurai”, tentu hal ini juga merupakan sebagai serangan untuk kandidat lainnya yang tidak mampu menawarkan pendekatan psikologis ini.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Munculnya calon independen dalam pemilihan kepala daerah di Indonesia merupakan konsekuensi dari putusan MK NO.5/PUU-V/2007 tentang putusan dari perkara permohonan pengajuan UU No. 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah yang didalamnya berisikan keputusan melegitimasi keberadaan calon perseorangan agar bisa maju dalam pemilihan umum kepala daerah meskipun tanpa partai politik. Ditetapkannya putusan MK NO.5/PUU-

V/2007 ini dinilai sebagai sebuah kemajuan demokrasi tingkat lokal di Indonesia.

Adapun setelah melakukan kajian pustaka, wawancara lapangan dan disertai analisa pembahasan maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan akhir mengenai strategi pemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi pada pemilihan kepala daerah di Kota Bukittinggi. Strategi pemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi dianalisa menggunakan pendekatan teori ant marketing politik, Adapun strategi pemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi pada Pilkada di Kota Bukittinggi sebagai berikut:

Pada variabel produk politik, pasangan calon independen menawarkan visi misi yang relevan dengan permasalahan yang ada ditengah masyarakat Bukittinggi, adanya ciri khas tersendiri dari visi misi pasangan calon Ramlan-Irwandi yaitu menawarkan suatu program untuk mewujudkan Kota Bukittinggi bergerak menuju arah berkemajuan. Adapun indikator *past recor* atau rekam jejak pasangan calon independen sangat menjaga rekam jejaknya di masa lalu karena dianggap sebagai investasi sosial jangka panjang, baik calon

walikota maupun wakil memiliki rekam yang baik.

Pada variabel promosi, terdapat 2 indikator pengukur yaitu melalui iklan (*advertising*) dan juga publikasi (*Publicity*), dalam indikator iklan (*advertising*) calon independen Ramlan-Irwandi menggunakan media cetak, media sosial, radio, tv, spanduk dan selebaran sebagai promosi produk politiknya. Indikator selanjutnya adalah publikasi, adapun cara yang dilakukan tim elawan Ramlan-Irwadi adalah melakukan pendekatan persuasif dimana tim rewalan melakukan komunikasi kepada pemilih dengan cara mempengaruhi atau meyakinkan melalui citra baik pasangan calon guna mempengaruhi calon pemilih. Dalam penelitian ini peneliti menemukan pada tim relawan Ramlan-Irwandi tidak hanya melakukan publikasi terkait calon yang diusung melainkan juga melakukan publikasi pers tentang yang mampu menjatuhkan elektabilitas petahan.

Variabel selanjutnya adalah *Price* atau harga dimana didalamnya terdapat indikator harga ekonomi dan harga psikologi. Dalam penelitian ini harga ekonomi yakni berkaitan dengan dana kampanye calon independen yang berasal dari uang pribadi pasangan calon

independen Ramlan Nurmantias. Sebagaimana yang diketahui bahwa tidak ada instansi atau lembaga terkait yang membantu pasangan calon independen untuk memberikan sumbangan. Adapun harga psikologi kedua pasangan calon independen merupakan putra asli Kurai Bukittinggi, rindunya masyarakat akan kepemimpinan putra daerah menambah nilai tersendiri bagi pasangan calon independen dalam memenangkan pemilihan kepala daerah Kota Bukittinggi.

Variabel yang terakhir adalah *place* atau penempatan. Cara calon independen hadir dalam mendistribusikan pesan politiknya adalah dengan mendatangi rumah-rumah secara langsung (*door to door*). Dalam proses kampanye berlangsung, pasangan calon independen Ramlan-Irwandi melakukan kegiatan kunjungan pada beberapa rumah terpilih dan mengikuti kegiatan rutinitas masyarakat.

Empa variabel memiliki peran tersendiri dalam kemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi namun menurut penulis, variabel yang paling mendominasi kemenangan calon independen Ramlan-Irwandi adalah variabel produk, pasangan calon independen mampu meyakinkan masyarakat dengan taglinenya

yakni perubahan. Keresahan masyarakat akan masalah-masalah yang tidak mampu di selesaikan pemimpin terdahulu dijadikan bahan oleh pasangan calon independen untuk menarik simpati pemilih.

2. Saran

1. Media promosi yang dimanfaatkan oleh tim relawan Ramlan-Irwandi penting untuk diberikan catatan, ditengah-tengah modernitas yang terjadi media promosi yang dimanfaatkan masih pada ranah tradisional, yaitu dengan memanfaatkan baliho, sticker, maupun juga pamflet. Seharusnya hal-hal tradisional seperti itu sudah tidak diperlukan lagi, karena hanya akan menghabiskan dana kampanye, namun input yang dihasilkan tidak sebanding. Pemanfaatan media digital dan media sosial dirasa sudah jauh dari cukup dimanfaatkan oleh tim relawan Ramlan-Irwandi.
2. Dalam publikasi tim relawan Ramlan-Irwandi terlalu fokus pada publikasi kekurangan lawan dari pada mempublikasikan

prestasi dari pasangan calon independen Ramlan-Irwandi, hal ini akan menimbulkan perspektif bahwa pasangan calon independen Ramlan-Irwandi hanya memanfaatkan kemerosotan elektabilitas petahana dalam memenangkan Pilkada Kota Bukittinggi 2015.

3. Tim relawan Ramlan-Irwandi tidak terlalu memanfaatkan tokoh-tokoh adat untuk memenangkan pertarungan politik, padahal di Sumatera Barat keberadaan tokoh-tokoh adat masih berpengaruh.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Arbas, C. (2012). *Jalan Terjal Calon Independen pada pemilukada di Provinsi Aceh*. Jakarta: PT. Softmedia.
- Effendy, U. O. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan di Dunia Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Herdiansyah, H. (2013). *Wawancara Observasi dan Fokus Groups Sebagai Intrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.

- Mar'iyah, Chusnul, Suwarso, Reni . (2013). *Belajar Dari Politik Lokal*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, L. (2001). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nyarwi, A. (2012). *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik: Sejarah, Perspektif dan Perkembangan*. Yogyakarta: Riset Pustaka Zaman.
- Pito, Toni Andrianus, dkk. (2006). *Mengenal Teori-Teori Politik: Dari Sistem Politik sampai Korupsi*. Bandung: Nuansa.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdyakarya.
- Singarimbun, d. (1989). *Metode Penelitian*. Jakarta: Survey LP3ES.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. (2011). *Analisis Regresi Untuk Uji Hipotesa*. Yogyakarta: Caps.