

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara yang demokratis, dimana kedaulatan atau kekuasaan tertinggi ada ditangan rakyat. Dalam konstitusi kita yaitu Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bertuliskan “Kedaulatan ada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”.

Demokrasi adalah bentuk pemerintahan yang dimana semua warga negaranya mempunyai hak yang setara dalam pengambilan keputusan yang dapat mengubah hidup mereka. Dalam demokrasi mengizinkan warga negaranya berpartisipasi baik secara langsung atau melalui perwakilan dalam perumusan, pengembangan, dan pembuatan hukum. Demokrasi juga mencakup pada kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang memungkinkan adanya praktek kebebasan politik yang bebas dan setara.

Pemilihan umum merupakan ciri penting dari negara demokrasi. Pemilu adalah proses perlombaan untuk mengisi posisi politik yang didasarkan pada pilihan formal warga negara yang sudah memenuhi syarat. Pemilu telah menjadi bagian penting dari demokrasi perwakilan di era modern. Pemilu adalah metode paling canggih untuk menjaga kemandirian rakyat.²

² Sigit Pamungkas, *Perihal Pemilu*, Universitas Gadjah Mada Press, Jogjakarta, 2009, Hal: 3.

Pemilu di Indonesia memiliki dasar hukum yang ada dalam konstitusi Indonesia yaitu Pasal 22E Ayat (1) dan Ayat (2) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. kemudian untuk ketentuan yang lebih lanjut diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang.

Kampanye adalah tindakan persuasif untuk mendapatkan dukungan. Kampanye biasanya menggunakan slogan, pembicaraan, cetakan, penyiaran rekaman gambar atau suara, dan simbol. Menjelang hari pemungutan suara, kampanye dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

Kampanye di Indonesia adalah metode yang cukup efektif untuk mempengaruhi suara pemilih dalam pemilu. Kampanye memungkinkan peserta pemilu mempengaruhi konstituennya untuk memilihnya dalam pemilihan umum. Kampanye tersebut dilakukan dengan berbagai cara, termasuk pertemuan terbatas, percakapan tatap muka, distribusi bahan kampanye melalui media cetak dan elektronik, siaran radio dan televisi, pemasangan alat peraga di tempat umum, rapat umum, debat publik atau debat terbuka antar calon, dan kegiatan lain yang tidak melanggar undang-undang.

Dalam pemilihan umum di Indonesia, terdapat batasan jumlah dana kampanye yang dapat digunakan oleh kandidat atau partai politik yang

diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Namun, masih ada kemungkinan penggunaan dana yang tidak dilaporkan atau sumber.

Fenomena yang terjadi di Indonesia terdapat beberapa kemenangan dalam pemilu yang salah satu faktor kemenangannya disebabkan oleh ketidaksamarataan biaya pemasaran partai politik :

"Pemilihan Presiden dan Wakil presiden tahun 2014, dalam pemilihan tersebut pasangan calon Joko Widodo dan Jusuf Kalla berhasil memenangkan pemilihan presiden dengan total suara sebesar 53,15% atau 70.997.833 suara. Salah satu faktor yang mempengaruhi kemenangannya adalah biaya kampanye yang lebih besar dari pesaing mereka yaitu pasangan Prabowo dan Hatta Rajasa”.

“Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017, dalam pemilihan tersebut pasangan calon Anies Baswedan dan Sandiaga Uno berhasil memenangkan pemilihan dengan total suara sebesar 57,96% atau 3.669.664 suara. Salah satu faktor yang mempengaruhi kemenangannya adalah biaya kampanye yang lebih besar dari pesaing mereka yaitu pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat”.

“Pemilihan Umum tahun 2019, dalam pemilihan tersebut Partai NasDem yang merupakan partai pendukung pemerintah berhasil meraih 10,19% suara nasional dan menempati posisi ketiga di antara 16 partai politik yang ikut serta dalam pemilihan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan NasDem adalah biaya kampanye yang lebih besar dibandingkan dengan partai politik lain”.

Partai politik menghadapi kesulitan dalam setiap pemilu, terutama dalam pemilu serentak. Partai politik harus menggunakan strategi yang berbeda untuk mendapatkan suara dari masyarakat dalam pemilu serentak. Dalam pemilu serentak terdapat *coattail effect*, yang berarti kandidat dari partai politik yang memiliki dukungan mayoritas dari masyarakat akan mendapatkan lebih banyak suara dalam pemilu, tetapi kandidat dari partai politik yang kurang mencolok di masyarakat akan berdampak pada perolehan suara mereka.

Coattail effect merupakan strategi partai politik dalam memenangkan pemilu. Karena kandidat yang diangkat oleh partai politik dalam pemilu, sudah populer di lingkungan masyarakat. Dengan begitu dapat dipastikan bahwa kandidat tersebut bisa mendapatkan suara yang banyak dari masyarakat, strategi tersebut sudah sering digunakan oleh partai politik dalam menghadapi pemilu.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 20 Tahun 2018 Tentang Pencalonan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota. Dalam PKPU tersebut hanya mengatur tentang pelaporan dana kampanye yang digunakan dan besaran jumlah sumbangan. Dalam PKPU tersebut juga masih belum diatur mengenai batasan berapa biaya maksimal yang boleh dikeluarkan, maka berapapun modal yang dikeluarkan akan tetap sah dan akan tetap memberikan peluang besar bagi calon yang mempunyai kemampuan finansial besar. Padahal dilapangan banyak sekali

calon yang mempunyai idealisme tinggi dan mempunyai kemampuan serta kualitas, mereka tidak terpilih karena tidak mempunyai modal yang cukup ataupun kalah besar dengan calon lain. Oleh sebab itu pelaporan dana kampanye dirasa belum cukup untuk membuat pemilu yang efisien.

Dari beberapa konsep pemasaran partai politik, diperlukan perubahan dalam konsep pemasaran partai politik. Konsep tersebut harus berbeda dengan konsep-konsep sebelumnya dan diharapkan bisa menjadi konsep pemasaran partai politik yang efektif.

Berdasarkan keadaan di atas maka peneliti tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian dengan judul “Desain Ideal Pemasaran Partai Politik di Indonesia dalam Pemilihan Umum Berdasarkan Sistem Hukum Kepartaian Dan Pemilu di Indonesia”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis mengajukan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana metode pemasaran partai politik di Indonesia ?
2. Bagaimana desain ideal dalam pemasaran partai politik di Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara kritis serta mencari jawaban terhadap fokus penelitian yang terumuskan diatas. Adapun tujuan dari pembahasan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan bagaimana metode pemasaran partai politik di Indonesia.
2. Menjelaskan bagaimana desain ideal dalam pemasaran partai politik di Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Hukum yang akan melakukan penelitian sejenis tentang Desain Ideal Pemasaran Partai Politik Dalam Pemilihan Umum Berdasarkan Sistem Hukum Kepartaian Dan Pemilu di Indonesia.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terhadap masyarakat bagaimana pemasaran partai politik dalam memasarkan partainya.

- b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya yang membahas tentang Desain Ideal Pemasaran Partai Politik Dalam Pemilihan Umum Berdasarkan Sistem Hukum Kepartaian Dan Pemilu di Indonesia

c. **Bagi Penelitian**

Dari penelitian ini peneliti dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah dan dapat menambah pengetahuan di bidang Syariah dan Ilmu Hukum.

E. Penegasan Istilah

a. Desain Ideal

Desain Ideal adalah rancangan yang paling tepat dalam melakukan strategi yang digunakan partai politik untuk memasarkan partai dilingkungan masyarakat. Desain ideal dalam pemasaran partai politik mencakup beberapa aspek penting, seperti identitas partai, image, reputasi, produk politik, promosi, harga, dan tempat. Berikut adalah beberapa poin penting yang perlu diperhatikan dalam menciptakan desain ideal :

- 1) **Identitas partai:** Memudahkan masyarakat membedakan antara satu politisi dengan politisi lainnya
- 2) **Image dan reputasi:** Menciptakan hubungan saling percaya antara politisi dan pemilih
- 3) **Produk politik:** Menyediakan produk politik yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat, seperti program kerja dan ideologi partai

- 4) Promosi: Menggunakan media massa, sosial media, dan riset politik formal untuk meningkatkan kesadaran dan menjangkau pemilih
- 5) Harga: Menyesuaikan harga produk politik dengan target sasaran partai, seperti ekonomi, keadilan, dan masalah masyarakat
- 6) Tempat: Menggunakan tempat yang strategis untuk menjangkau lebih banyak pemilih, seperti kota, desa, atau institusi politik³

b. Pemasaran Politik

Pemasaran politik adalah serangkaian strategi dan kegiatan yang digunakan oleh partai politik atau kandidat untuk memenangkan pemilu, membangun citra, dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap partai politik atau kandidat. Hal ini meliputi identitas partai, image, reputasi, produk politik, promosi, harga, dan tempat, serta penyesuaian strategi dengan faktor internal dan eksternal partai politik lokal serta perilaku pemilih.⁴

³ Ipan Nurhidayat, *Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum di Indonesia*, (Vol 1 No 1, Journal E-Gov Wiyata, 2023), hal. 60.

⁴ Dian Rhesa Rahmayanti, *Skripsi: Pemasaran Politik (Political Marketing) Partai Golongan Karya dan Partai Demokrat (Studi Tentang Perbandingan Pemasaran Politik Partai Golkar dan Partai Demokrat Dalam Rangka Menarik Massa Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2009 di Daerah Pilihan II Kabupaten Madiun)*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2009), hal. 10.

c. **Hukum Kepartaian dan Pemilu**

Hukum kepartaian dan pemilu adalah dua hal yang berkaitan erat dalam sistem politik Indonesia. Sistem Kepartaian adalah aturan-aturan yang mengatur tentang partai politik di Indonesia. Hal ini termasuk dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik. Tujuan dari sistem kepartaian adalah untuk memfasilitasi partisipasi politik masyarakat dalam negara Kesatuan Republik Indonesia.⁵

Sedangkan, sistem pemilu adalah aturan-aturan yang mengatur tentang pemilihan umum di Indonesia. Pemilihan umum ini meliputi pemilihan anggota Dewan Perwakilan Rakyat, pemilihan Presiden, dan pemilihan Kepala Daerah. Tujuan dari sistem pemilu adalah untuk memastikan bahwa pemilihan umum dilakukan secara adil dan demokratis.⁶

Dalam sistem politik Indonesia, pelaksanaan pemilu legislatif dan pemilu Presiden secara bersamaan juga memunculkan struktur intensif bagi pemilih. Selain itu, terdapat aturan-aturan yang mengatur tentang sisa kursi dibagikan pada partai politik yang memperoleh sisa suara terbesar.

⁵ Sekretariat Jendral Bawaslu RI, Kajian Sistem Kepartain, Sistem Pemilu, dan Sistem Presidensil, (2015), Hal:6

⁶ *Ibid*, Hal:16

d. Kampanye

Kampanye adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh partai politik atau kandidat untuk memenangkan pemilih, membangun citra, dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap partai politik atau kandidat. Dalam konteks politik, kampanye melibatkan penggunaan media, sosial media, dan riset politik formal untuk menjangkau lebih banyak pemilih dan mempengaruhi perilaku pemilih.⁷

F. Metode Penelitian

Dalam Menyusun skripsi ini, peneliti menggunakan beberapa metode penelitian baik ketika pengumpulan maupun pengolahan data. Adapun metode yang dipergunakan dalam penelitian skripsi ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam yuridis normatif, yang merupakan metode penelitian dengan menggunakan pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah pendekatan teori-teori, konsep-konsep, mengkaji peraturan perundang-undangan yang bersangkutan dengan penelitian ini atau pendekatan perundang-undangan. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Sistem norma disini

⁷ Maksum Rangkuti, *Apa Itu Kampanye ? Sejarah Perkembangan dan Jenisnya*, (2023) diakses melalui <https://fahum.umsu.ac.id/apa-itu-kampanye-sejarah-perkembangan-dan-jenisnya/>

dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan, perjanjian serta doktrin (ajaran).

Penelitian yuridis normatif adalah penelitian terhadap sistematika hukum, yaitu penelitian yang tujuan pokoknya untuk mengadakan identifikasi terhadap pengetahuan atau dasar dalam hukum.⁸

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah pendekatan perundang-undangan, pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan perundang-undangan ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara satu undang-undang dengan undang-undang lain.

3. Jenis Sumber Data

Data yang dimaksud disini adalah koleksi fakta-fakta atau nilai numerik. Sedangkan sumber data adalah objek data yang diperoleh. Data ini dapat dikategorikan sebagai bahan sekunder, sebab sumber data pada penelitian kepustakaan pada umumnya bersumber pada data sekunder yang artinya bahwa penelitian ini mendapatkan sumber dari tangan kedua dan bukan data asli dari tangan pertama yang turun langsung dilapangan. Adapun yang dimaksud dengan data sekunder

⁸ Bambang Sunggono, Metodologi Penelitian Hukum (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), Hal : 93.

yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku, jurnal yang berhubungan dengan objek penelitian.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat. Dalam penelitian ini digunakan bahan hukum yang terdiri dari :

- 1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.
- 2) Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik.
- 3) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum.

b. Bahan Hukum Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang mendukung sumber data primer seperti buku dan jurnal.

c. Bahan Hukum Tersier

Sumber data tersier yaitu bersumber pada kamus, informasi referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Mengingat jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian hukum normatif, maka penulis memutuskan untuk menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi dokumen atau biasa disebut dengan dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data dan

mempelajari bahan hukum primer yang terdiri atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum, Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik. Selain itu juga mempelajari bahan hukum sekunder yang meliputi buku-buku teks, jurnal-jurnal hukum serta teks-teks lainnya yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini.

5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

a. Teknik Pengolahan Data

Setelah data-data yang terkait dengan penelitian ini terkumpul, kemudian dilakukanlah pengolahan data yaitu dengan cara :

- 1) Pemeriksaan data (*editing*) yaitu pengoreksian data yang sudah dikumpulkan melalui studi kepustakaan serta dokumen maupun sumber lain yang berkaitan dengan permasalahan agar data yang diperoleh jelas dan tidak meragukan, sehingga kekurangannya dapat dilengkapi atau diperbaiki.
- 2) Sistematika data (*sytematizing*) yaitu meletakkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan uraian masalah.

b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan penelitian yaitu Desain Ideal Pemasaran Partai Politik di Indonesia dalam Pemilihan Umum (Berdasarkan Sistem Hukum Kepartaian Dan Pemilu di Indonesia) yang dikaji menggunakan metode penelitian kualitatif. Yang mana metode penelitian kualitatif dengan membaca dokumen atau arsip (bahan hukum) yang dianalisis dalam penelitian ini disebut dengan istilah “teks”. Teknik analisis data merupakan teknik analisis data dengan membahas suatu informasi dari seluruh komunikasi yang berkaitan dengan objek kajian penelitian. Kemudian, teknik analisis ini juga menunjukkan suatu metode analisis data yang secara integratif dan secara konseptual cenderung mengarahkan untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah serta menganalisis data (bahan hukum) guna memahami makna yang terkandung didalamnya.⁹

G. Sistematika Pembahasan

Dengan tujuan untuk memberikan gambaran serta mempermudah pemahaman kepada peneliti serta penulisan skripsi ini, maka peneliti membagi sistematika penulisan ke dalam beberapa bab sebagai berikut :

⁹ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hal : 203.

BAB I, dalam bab ini akan dibahas mengenai Pendahuluan yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II, dalam bab ini akan dibahas mengenai Kajian Teori dan Pustaka yang akan diuraikan secara rinci terhadap teori yang relevan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan oleh penulis terkait dengan Desain Ideal Pemasaran Partai Politik di Indonesia Dalam Pemilihan Umum Berdasarkan Sistem Hukum Kepartaian Dan Pemilu di Indonesia.

BAB III, dalam bab ini akan dibahas analisa pembahasan yang berisi tentang problematika partai politik di Indonesia.

BAB IV, dalam bab ini akan dibahas analisa pembahasan yang berisi tentang desain ideal dalam pemasaran partai politik di Indonesia.

BAB V, dalam bab ini merupakan Penutup yang akan membahas ketentuan penutup terkait kesimpulan dari peneliti yang berjudul Desain Ideal Pemasaran Partai Politik di Indonesia Dalam Pemilihan Umum Berdasarkan Sistem Hukum Kepartaian Dan Pemilu di Indonesia.