

## HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Pangi Syarwi  
Nomor Buku Pokok : 05 193 009  
Judul Skripsi : *Political Marketing* Partai Demokrat Pada Pemilu  
Legislatif 2009 di Sumatera Barat

"Skripsi ini telah disetujui Dosen Pembimbing dan disahkan oleh Ketua Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas".

**Pembimbing I**



**Drs. Syaiful, M.Si**  
NIP.132 229 991


**Pembimbing II**



**Doni Hendrik, S.IP, M.Soc.SC**  
NIP. 132 317 185

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Ilmu Politik**



  
**Drs. Syaiful, M.Si**  
NIP 132 229 991



## ABSTRAK

**PANGI SYARWI, 05 193 009, Jurusan Ilmu Politik, FISIP-UNAND Padang. Dengan Judul Skripsi: *Political Marketing* Partai Demokrat Pada Pemilu Legislatif 2009 di Sumatera Barat. Sebagai Pembimbing I Drs. Syaiful, M.Si dan pembimbing II Doni Hendrik, S.IP, M.Soc, SC Skripsi ini terdiri dari 198 halaman dengan 28 referensi buku, 3 skripsi, 14 situs internet, dan yang lain-lainnya.**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan dan menganalisis marketing politik elemen "*Person, policy, Party dan Pull Marketing*" Partai Demokrat pada pemilu legislatif 2009 di Sumatera Barat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif kajian teoritis mengenai *Political Marketing* sebuah pendekatan baru dalam memenangkan pemilihan umum. Konsep yang di pakai adalah "*Political Marketing*" yang terdiri dari sembilan elemen Marketing Politik diantaranya; *Person, Policy, Party, Pull Marketing, Push Marketing, Pass Marketing, Pull Marketing dan Positioning*. Namun dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan 4 (empat) elemen *Marketing Politik* dinataranya *Person, Policy, Party dan Pull Marketing* untuk menganalisis dan mengamati *Political Marketing* Partai Demokrat pada pemilu legislatif 9 April 2009 di Sumatera Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, figur SBY (*person*), memiliki pengaruh terhadap kemenangan Partai Demokrat pada pemilu legislatif 9 April 2009. Partai Demokrat memiliki figur sentral seperti SBY sebagai pendiri Partai Demokrat dan sekaligus Presiden RI. Selain *Person* SBY Partai Demokrat memiliki figur lokal (*person* lokal) *Person* Nasional dan *Person* lokal ini yang menjadi faktor kemenangan Partai Demokrat pada pemilu legislatif 2009. Sementara elemen *Policy* relatif tidak berjalan, terbukti program kerja Partai Demokrat tidak jelas dan tidak dirasakan oleh masyarakat, tetapi keberhasilan SBY dalam pemerintahan yang kemudian dipolitisasi dan diklaim seolah-olah menjadi program Partai Demokrat. *Political Marketing* Partai Demokrat elemen ketiga *Party*, mesin politik Partai Demokrat relatif tidak berjalan pada pemilu legialtif 9 April 2009 yang lalu, lebih banyak peran di luar mesin politik (*Party*) mesin informal (TIM FOX INDONESIA, SIKOCI) dari pada mesin formal DPD, DPC, DPAC, DPrT. Hasil penelitian pada elemen *Pull Marketing* lebih banyak yang di tonjolkan *Pull Marketing* iklan Nasional dari pada pull marketing di Sumatera Barat, iklan Nasional yang berdurasi panjang di TV Nasional dengan bahasa iklan yang menarik otomatis faktor cara mempolitisasi iklan keberhasilan pemerintah yang relevansinya mendongkrak suara Partai Demokrat pada pemilu legislatif 2009.

**Kata kunci: Marketing Politik, Party, Person, Policy, Pull Marketing, Partai Politik**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tidak ada demokrasi tanpa pemilu dan tidak ada pemilu tanpa Partai politik<sup>1</sup>. Pemilu adalah tiang demokrasi yang menjadi landasan politik bangsa dan Negara dalam membangun masa depan yang lebih baik. Pemilu juga merupakan medium sentral bagi pengembangan yang efektif seluruh mesin politik yang mengantarkan Bangsa dan Negara dalam meraih demokrasi dan membangun peradabannya. Selain itu, pemilu juga sebagai momentum evaluatif yang sangat penting bagi sebuah rezim kekuasaan dalam mewujudkan cita-cita Negara kemerdekaan.

Pemilu dengan seluruh aktivitasnya mengantarkan harapan politik untuk mengangkat bangsa ke titik kesejahteraan. Pemilu menjadi tolok ukur yang paling tepat untuk mengetahui sejauh mana perjalanan Bangsa dan Negara dalam menjelmakan cita-cita pendirian Negara, yakni kesejahteraan dan kemakmuran. Sehingga, pemilu menjadi sebuah "*kontrak sosial*" yang dapat memberikan tekanan pada setiap kekuatan politik dalam memperjuangkan kepentingan rakyat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Partai politik didirikan untuk mencapai suatu cita-cita dan aspirasi politik tertentu. Partai politik adalah perjuangan politik berdasarkan sistem nilai dan visi politik yang di embannya. Partai politik tidak sekedar alat untuk kenderaan politik, partai politik merupakan elemen penting dalam kehidupan demokrasi politik, salah satu peran utama partai politik adalah lembaga kaderisasi dan edukasi politik, nantinya kader-kader politik mampu menduduki posisi pengambil kebijakan (policy maker) di lembaga eksekutif maupun legislatif, baik di tingkat lokal maupun di tingkat nasional.

<sup>2</sup> Pemilihan Umum Sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. (Pasal 1 bab1 ketentuan umum UUNo 10 Tahun 2008).



Pemilu membutuhkan biaya yang sangat besar, perjuangan Demokrasi memang mahal, membutuhkan dana besar, kesabaran, dan partisipasi rakyat, lembaga parpol yang sehat. (Pangi Syarwi, 2008: Opini Padang Ekspres)

Pemilihan Presiden pada pemilihan umum (Pemilu) 2004 adalah pemilihan Presiden paling bersejarah sepanjang perjalanan Negeri ini. Inilah kali pertama sejak Indonesia merdeka, rakyat memilih langsung Presiden dan Wakil Presiden. Selama ini Presiden dan wakil Presiden terdahulu dipilih Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) sebagai *representasi* kedaulatan rakyat, seperti dimaktubkan dalam Undang Undang Dasar (UUD) 1945.

Selain pemilihan Presiden dan Wakil Presiden secara langsung, pelaksanaan pemilihan umum 2004 juga pemilu legislatif, yang dipilih secara langsung baik untuk DPR, maupun DPRD tingkat Propinsi dan Kabupaten/Kota<sup>3</sup>

Pada pemilu legislatif 2009, Partai Demokrat<sup>4</sup>, kembali menjadi hal yang fenomenal sebagai satu-satunya partai politik era- reformasi yang mampu menjadi

---

<sup>3</sup> Dewan Perwakilan Rakyat yang ada di tingkat pusat DPR RI, di tingkat DPRD Propinsi, dan DPRD di tingkat Kabupaten/ Kota. Tugasnya adalah mengawasi mengontrol eksekutif dalam hal program kerja dan kebijakan pemerintah. Pemilihan anggota legeslatif secara langsung baik di DPR RI, maupun DPRD Propinsi dan DPRD Kabupaten/ Kota, memaksa masing-masing caleg untuk memperkenalkan diri ke masyarakat, menjual program kerja ke masyarakat, outputnya adalah masyarakat menjatuhkan pilihanya dengan mencoblos/mencontreng kepada caleg mampu mempengaruhi masyarakat. Pemilu legislatif adalah memilih wakil rakyat yang duduk untuk mengawasi program atau kebijakan pemerintah (eksekutif). Pemilu legislatif pertama kali di lakukan secara langsung dalam sejarah perjalanan bangsa adalah pada pemilu legislatif 2004, yang di pilih secara langsung oleh rakyat Indonesia yang sebelumnya hanya perwakilan fraksi atau utusan daerah.

<sup>4</sup> Partai Demokrat didirikan atas inisiatif Susilo Bambang Yudhoyono yang terilhami oleh kekalahan terhormat Bapak Susilo Bambang Yudhoyono pada pemilihan Calon wakil Presiden dalam Sidang MPR tahun 2001. Partai Demokrat termasuk kekuatan politik di Indonesia yang diperhitungkan oleh banyak orang, menjadi pemenang utama pada pemilu 2009. ( www. Google.com. tanggal 10 Februari 2009 pukul 20.00 wib).

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Pada pemilu legislatif 9 April 2009, Partai Demokrat kembali menjadi hal yang fenomenal sebagai satu-satunya partai politik era reformasi yang mampu menjadi pemenang. Kemenangan Partai Demokrat tidak terlepas dari *Political Marketing* (elemen *person, policy, party dan pull marketing*). Dari 19 (sembilan belas) Kab/Kota di Sumatera Barat, Partai Demokrat menang di 8 (delapan) Kabupaten Kota, di 16 (enam belas) Kab/ Kota Partai Demokrat secara otomatis yang menjadi ketua DPRD dan Wakil DPRD, dan 3 (tiga) Kab/ Kota tidak mendapat kursi pimpinan DPRD seperti Kab. Dharmasraya, Kab. Solok Selatan dan Kota Sawahlunto. Dari hasil penelitian penulis berdasarkan temuan dan analisis data penulis dapat menyimpulkan *Political Marketing* Partai Demokrat pada pemilu legislatif 9 April 2009 sebagai berikut;

#### I. Person

Elemen *Person* (figur atau ketokohan) penulis dapat menyimpulkan bahwa figur SBY, memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap kemenangan Partai Demokrat pada pemilu legislatif 9 April 2009. Hasil penelitian juga ditemukan selain kefiguran atau ketokohan SBY (Person) juga di temukan pengaruh figur ketokohan caleg lokal ( person lokal cultur) juga memiliki

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Dedy Nurhidayat, *Pengantar Komunikasi Politik*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Gottdiener, 1995, Dalam Listirini, 1999) Bignell, 1997, Dalam Listiorini, 1999.

(Sudibyo, Hamad, Qodari, 2001:95,

Firmanzah (2007), "*Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*", Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Kotler & Collins, *Political Marketing: Struktur and Proses*. European Journal Marketing, (28) ,1

Firmanzah. (2004) "*Peran Ilmu Marketing Dalam Dunia Politik : Menuju Marketing Politik Di Indonesia*". Manajemen Usahawaan Indonesia

Harris, P. Macheiveli. "*Political Marketing and Reaventing Government*". Eroupean Jurnal Marketing Political.

Harris, P. "*Bagaimana Marketing Politik Bekerja di Partai*". 2008. Jakarta: LIPI

Etah. *Figur Menggeser Kekauatan Idiologi*. Jakarta: Jurnal Perempuan. 2007 .

Firmanzah (2008). *Melalui Pembangunan Image Figur Peminpin Bisa Di Ciptakan*. Manajemen Usahawan Indonesia

Ramlan, Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 1992

Lexy J Moleong. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.