

**MARKETING POLITIK ACENG FIKRI PERSPEKTIF ETIKA POLITIK
ISLAM (STUDI KASUS: PEMENANGAN DALAM PEMILIHAN DPD RI
TAHUN 2014)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

OLEH:

RESA SRI REJEKI

NIM: 12370072

PEMBIMBING:

DR. AHMAD YANI ANSHORI, M.Ag.

NIP. 19731105 199603 1 002

SIYASAH

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2016

ABSTRAK

Kemenangan Aceng Fikri dalam Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Republik Indonesia tahun 2014 membuat semua orang terkejut. Pemakzulan dari jabatan Bupati Garut yang diterima Aceng Fikri pada 25 Februari 2013 tidak membuat Aceng Fikri menyerah untuk tetap eksis di pemerintahan. Pada Tahun 2014 Aceng Fikri kembali memperlihatkan eksistensinya dalam perpolitikan dengan cara mengikuti momentum Pemilihan Umum DPD RI tahun 2014 dari daerah pilihan Jawa Barat. Melalui momentum ini akhirnya nama Aceng Fikri muncul sebagai pemenang dengan perolehan suara sebanyak 1.139.556 dan menempati urutan ketiga dari empat kandidat yang lolos ke Senayan. Dari kemenangan yang diperoleh Aceng Fikri ini, kemudian memunculkan sebuah pertanyaan besar terkait bagaimana strategi *marketing* politik yang digunakan oleh Aceng Fikri beserta tim suksesnya sehingga Aceng Fikri memperoleh kemenangan pada pemilu tersebut. Selain itu juga, perlu dilihat bagaimana *marketing* politik Aceng Fikri tersebut perspektif etika politik Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode deskriptif-analitik dengan menggunakan pendekatan sosiologis. Untuk menganalisa permasalahan tersebut menggunakan teori *marketing* politik dan etika politik Islam.

Penelitian ini menemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh Aceng Fikri pada Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Republik Indonesia tahun 2014 adalah dengan menggunakan strategi *marketing* politik. Segmentasi, positioning serta pendekatan pasar yang dilakukan oleh Aceng Fikri adalah menggunakan agama. Di mana dalam kampanyenya Aceng Fikri memposisikan diri sebagai seorang agamawan, hal ini terlihat dari penguatan organisasi-organisasi yang didominasi oleh agamawan dan kunjungan-kunjungan ke tokoh ulama serta instansi-instansi keagamaan. Selain itu juga, untuk memainkan opini publik agar memilih, Aceng Fikri menggunakan media masa baik cetak maupun *online*. Pada media cetak Aceng Fikri menggunakan baliho serta pembagian kartu nama kepada masyarakat, sedangkan pada media *online* dilakukan melalui berita-berita atau tulisan tentang Aceng Fikri yang ditulis setiap satu minggu sekali. Oleh karena itu, dalam pemilu ini pendekatan pasar yang dilakukan oleh Aceng Fikri adalah *pass-marketing* dan *pull-marketing*. Kemudian apabila ditinjau dengan perspektif etika politik Islam *marketing* politik Aceng Fikri ini memiliki nilai-nilai baik, dalam arti telah sesuai dengan etika politik Islam.

Kata Kunci: Aceng Fikri, Pemilihan Umum, Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Etika Politik Islam, Marketing Politik.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resa Sri Rejeki
NIM : 12370072
Jurusan : Siyasah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum
Judul : **MARKETING POLITIK ACENG FIKRI PERSPEKTIF ETIKA POLITIK ISLAM (STUDI KASUS: PEMENANGAN DALAM PEMILIHAN DPD RI TAHUN 2014)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya adalah benar asli adalah hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiat dari hasil karya orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya pada penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 28 Maret 2016

Penyusun



Resa Sri Rejeki

NIM.12370072



SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resa Sri Rejeki

NIM : 12370072

Jurusan : Siyasah

Fakultas : Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

dengan ini menyatakan bahwa pas foto yang diserahkan dalam daftar munaqosyah tersebut benar-benar pas foto saya, dan saya berani menanggung resiko dari pas foto tersebut. Jika di kemudian terdapat sesuatu hal, saya tidak akan menyalahkan pihak fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Maret 2016

Yang Menyatakan



RESA SRI REJEKI
NIM.12370072



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp : 3 Eksemplar

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Resa Sri Rejeki

NIM : 12370072

Judul : **MARKETING POLITIK ACENG FIKRI PERSPEKTIF ETIKA
POLITIK ISLAM (STUDI KASUS: PEMENANGAN DALAM
PEMILIHAN DPD RI TAHUN 2014)**

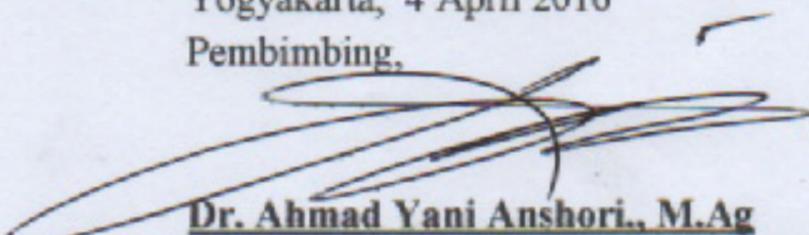
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum, Prodi Siyasah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 April 2016

Pembimbing,


Dr. Ahmad Yani Anshori., M.Ag

NIP. 19731105 199603 1 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor: UIN.02/DS/PP.00.9/179/2016

Tugas Akhir dengan judul : **MARKETING POLITIK ACENG FIKRI
PERSPEKTIF ETIKA POLITIK ISLAM
(STUDI KASUS: PEMENANGAN DALAM
PEMILIHAN DPD RI TAHUN 2014)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Resa Sri Rejeki
Nomor Induk Mahasiswa : 12370072
Telah diujikan pada : Selasa, 03 Mei 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR:
Ketua Sidang



Dr. Ahmad Yani Anshori, M.Ag
NIP. 19731105 199603 1 002

Penguji I



Dr. Ocktoberrinsyah, M.Ag.
NIP. 19681020 199803 1 002

Penguji II



Ahmad Anfasul Marom, S.H.I., M.A
19811107 200912 1 002

Yogyakarta, 03 Mei 2016
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Syari'ah dan Hukum
DEKAN



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003

PEDOMAN TRANSLITERASI

ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | ba' | b | Be |
| ت | ta' | t | Te |
| ث | sa' | ś | es (dengan titik di atas) |
| ج | jim | j | Je |
| ح | ha' | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha' | kh | ka dan ha |
| د | dal | d | De |
| ذ | zal | ż | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra' | r | Er |

| | | | |
|---|------|----|-----------------------------|
| ز | za' | z | Zet |
| س | sin | s | Es |
| ش | syin | sy | es dan ye |
| ص | sad | ş | es (dengan titik di bawah) |
| ض | dad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ta' | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za' | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ‘ | koma terbalik di atas |
| غ | gain | g | Ge |
| ف | fa' | f | Ef |
| ق | qaf | q | Qi |
| ك | kaf | k | Ka |
| ل | lam | l | El |
| م | mim | m | Em |
| ن | nun | n | En |
| و | waw | w | W |
| ه | ha' | h | Ha |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| ء | hamzah | ‘ | apostrof |
| ي | ya’ | y | Ye |

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

| | | |
|--------|---------|---------------------|
| متعددة | ditulis | <i>muta‘addidah</i> |
| عدّة | ditulis | <i>‘iddah</i> |

C. Ta’ Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan/sukunkan ditulis “h”

| | | |
|------|---------|---------------|
| حكمة | ditulis | <i>Hikmah</i> |
| جزية | ditulis | <i>Jizyah</i> |

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis h

| | | |
|----------------|---------|---------------------------|
| كرامة الأولياء | ditulis | <i>karāmah al-auliya’</i> |
|----------------|---------|---------------------------|

3. Bila *ta’ marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

| | | |
|------------|---------|-----------------------|
| زكاة الفطر | ditulis | <i>Zakāh al-fiṭri</i> |
|------------|---------|-----------------------|

D. Vokal Pendek

| | | | |
|-----------------------------|--------|---------|--------------|
| ـــــــــَـــــــــ فعل | Fathah | ditulis | a Fa'ala |
| ـــــــــِـــــــــ نكرو | Kasrah | ditulis | i zakiro |
| ـــــــــُـــــــــ يذهب | Dammah | ditulis | u yazhabu |

E. Vokal Panjang

| | | | |
|---|--------------------------|---------|-------------------------------|
| 1 | Fathah + alif جاهلية | ditulis | <i>ā</i> <i>Jāhiliyyah</i> |
| 2 | Fathah+Ya' Sukun تنسى | ditulis | <i>ā</i> <i>Tansā</i> |
| 3 | Kasrah+Ya' Sukun كريم | ditulis | <i>ī</i> <i>Karīm</i> |

| | | | |
|---|---------------------------|---------|--------------------------|
| 4 | Dammah+Wawu Sukun فروض | ditulis | <i>ū</i> <i>Furūd</i> |
|---|---------------------------|---------|--------------------------|

F. Vokal Rangkap

| | | | |
|---|---------------------------|---------|------------------------------|
| 1 | Fathah+Ya' sukun بينكم | ditulis | <i>Ai</i> <i>Bainakum</i> |
| 2 | Fathah+Wawu sukun قول | ditulis | <i>Au</i> <i>qaul</i> |

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

| | | |
|-----------|---------|------------------------|
| انتم | ditulis | <i>a'antum</i> |
| أعدت | ditulis | <i>u'iddat</i> |
| لئن شكرتم | ditulis | <i>la'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القران | ditulis | <i>Al-Qur'ān</i> |
| القياس | ditulis | <i>Al-Qiyās</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf ‘l’(el) nya.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشمس | ditulis | <i>asy-Syams</i> |

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوي الفروض | Ditulis | <i>zawīl furūd</i> |
| اهل السنة | Ditulis | <i>ahl as-Sunnah</i> |

MOTTO

Perjuangan tidak akan berarti tanpa disertai dengan Do'a,

begitupun do'a tidak akan ada hasilnya kalau tidak ada

perjuangan. Oleh karena itu perjuangan senantiasa harus

disertai dengan do'a.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga saya, mamah Emin, Bapak Undang, Tete Yanti Sri Utami dan Adek Risa Sri Rahayu. Berkat do'a dan dukungan dari mereka akhirnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa pula, skripsi ini saya persembahkan untuk kawan-kawan kos Intifadho (Piepit, Rina, Mbak IIS, Ani, Mbak Ratih, Yoni, Dewi, Mbak Fitri, Eri, Mbak Nilon, Mbak Rani, Iga) yang ikut memberikan kritik dan saran kepada saya dalam menyusun skripsi ini. Alumni-Alumni Nurul Amanah (IKANA) yang juga berkontribusi dalam memberikan hiburan dan semangat ketika saya mengalami kejenuhan. Terakhir untuk keluarga besar Prodi Siyasah terutama angkatan 2012 yang dari awal perkuliahan sampai akhir selalu memberikan motivasi dan semangat kepada saya, sehingga tidak terasa perkuliahan yang dijalani bersama akan berakhir.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين وخاتم النبيين محمد

صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan berjalan lancar. Shalawat dan Salam tercurahkan atas baginda, Nabi besar Muhammad SAW. Karena beliau telah membawa ummat manusia dari zaman kegelapan kepada zaman yang terang benderang dengan ilmu, agar manusia dapat menjalani kehidupan dengan baik untuk mendapat ridha Allah SWT.

Atas rahmat dan karunia-Nya penyusun telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **MARKETING POLITIK ACENG FIKRI PERSPEKTIF ETIKA POLITIK ISLAM (STUDI KASUS: PEMENANGAN DALAM PEMILIHAN DPD RI TAHUN 2014)** secara lancar. Penyusun juga tak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang ikut berperan dalam menyusun skripsi ini, yang terhormat yaitu:

1. Kedua Orang Tua dan kedua saudari saya tercinta yang telah memberikan do'a dan semangatnya untuk kelancaran hidup saya.
2. Prof. DRS. Yudian Wahyudi, MA, Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Dr. H. M. Nur, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Siyasah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. Ahmad Yani Anshori.,M.Ag. Selaku Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sampai selesainya penyusunan skripsi ini. Semoga kebaikan dan keikhlasan bapak diberikan balasan oleh Allah SWT.
6. Ibu Siti Jahroh, S.H.I., M.Si., selaku Sekjur Siyasah.
7. Bapak dan Ibu Dosen Beserta Seluruh Civitas Akademika Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kepada teman-teman Siyasah angkatan 2012.

Paling utama hanya kepada Allah lah penyusun memohon ampunan atas segala kesalahan dan meminta agar selalu diberi petunjuk untuk menjadi lebih baik lagi.

Yogyakarta, 28 Maret 2016

Penyusun,



Resa Sri Rejeki

NIM. 12370072

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN BERJILBAB | iv |
| SURAT PERSETUJUAN | v |
| HALAMAN PENGESAHAN | vi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB | vii |
| HALAMAN MOTTO | xiii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | xiv |
| KATA PENGANTAR..... | xv |
| DAFTAR ISI | xvii |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| D. Tinjauan Pustaka | 6 |
| E. Kerangka Teoritik | 10 |
| F. Metode Penelitian..... | 13 |
| G. Sistematika Pembahasan | 16 |
| BAB II . KONSEP <i>MARKETING</i> POLITIK DAN REALITAS | |
| POLITIK ACENG FIKRI..... | 17 |

| | |
|---|-----------|
| A. Konsep <i>Marketing</i> Politik | 17 |
| 1. Definisi <i>Marketing</i> Politik..... | 17 |
| 2. Segmentasi Politik | 23 |
| 3. <i>Positioning</i> Politik..... | 25 |
| B. Perjalanan Politik Aceng Fikri | 30 |
| 1. Proses Menjadi Bupati | 30 |
| 2. Kasus Pemakzulan Bupati..... | 33 |
| | |
| BAB III. <i>MARKETING</i> POLITIK ACENG FIKRI DALAM PEMILIHAN | |
| DPD RI TAHUN 2014 | 36 |
| A. Respon Masyarakat Pasca Pemakzulan | 36 |
| B. Proses <i>Marketing</i> Politik Aceng Fikri pada Pemilihan DPD RI | |
| 2014..... | 47 |
| C. Strategi <i>Marketing</i> Politik Aceng Fikri..... | 56 |
| D. Pengaruh Segmentasi, <i>Positioning</i> , dan Strategi <i>Marketing</i> Terhadap | |
| Perolehan Suara Aceng Fikri | 61 |
| | |
| BAB IV. ANALISIS <i>MARKETING</i> POLITIK ACENG FIKRI PERSPEKTIF | |
| ETIKA POLITIK ISLAM..... | 63 |
| A. Definisi Etika, Moral, Akhlak dan Etika Politik..... | 63 |
| B. Akhlak Politik (<i>Akhlaq Siyasy</i>) dan Etika Politik Islam | 69 |
| 1. Konsep Akhlak..... | 69 |
| 2. Hubungan Antara Etika Politik Islam dengan Akhlak Politik | |
| (<i>Akhlaq Siyasy</i>)..... | 72 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Tinjauan Etika Politik Islam Terhadap Pemakzulan Aceng Fikri | 74 |
| 4. <i>Marketing</i> Politik Aceng Fikri Perspektif Etika Politik Islam | 79 |
| BAB V PENUTUP | 88 |
| A. Kesimpulan | 88 |
| B. Saran..... | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 93 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| 1. Daftar Terjemah | I |
| 2. Daftar Pertanyaan Wawancara..... | III |
| 3. Hasil Wawancara | IV |
| 4. Daftar Gambar..... | X |
| 5. Surat Permohonan Ijin Pra Penelitian | XI |
| 6. Surat Rekomendasi Ijin Penelitian..... | XIII |
| 7. <i>Curriculum Vitae</i> | XIV |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu ciri dari negara demokrasi, di mana dalam ajang ini partisipasi rakyat sangat dijunjung tinggi karena para calon pemimpin dipilih langsung oleh rakyat dan calon pemimpin yang memperoleh suara rakyat terbanyaklah yang akan menduduki jabatan pemerintahan.

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi, sehingga ketika menjelang pergantian pemimpin, Indonesia mengadakan pemilihan umum. Banyak partai politik maupun para kandidat berbondong-bondong mendaftarkan diri untuk mengikuti pemilu, dari banyaknya peserta pemilu ini berakibat pada persaingan antar satu sama lain. Oleh karena itu, berbagai macam strategi politik pun dilakukan untuk merebut hati rakyat. Salah satu strategi yang sudah sering dilakukan yaitu *marketing* politik.

Dalam realitasnya, Indonesia juga merupakan negara yang menganut sistem *bicameral*, yang mana dalam tubuh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) terdapat dua tempat (kamar) yaitu Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Pada pemilu tahun 2004, Pemilihan Dewan Perwakilan Daerah (DPD) dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dipilih langsung

oleh rakyat, bukan lagi dengan sistem penunjukan. Hal ini sebagaimana tertuang dalam pasal 2 Undang-Undang No. 22 tahun 2003 tentang Susunan dan Kedudukan MPR. Dengan demikian, terpilih tidaknya seorang anggota DPR atau DPD sangat tergantung dari pemilih yaitu rakyat.¹ Sebagai konsekuensinya, para calon anggota DPD harus membuat strategi-strategi politik demi memperoleh kemenangan dalam pemilu. Oleh karena itu pendekatan *marketing* politik mencoba mensistematisasi dan memunculkan tips atau kiat mencapai sukses. Dengan pendekatan ini diharapkan individu atau organisasi politik bisa eksis dan terus bertahan.²

H. Aceng Holik Munawar Fikri (Aceng Fikri) memulai karir politiknya di Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) kota Garut, kemudian Aceng Fikri mencalonkan diri sebagai Bupati Garut melalui jalur *independent* dan resmi menjadi Bupati Garut periode 2009-2013 lewat Pilkada Garut Tahun 2008. Aceng Fikri terpilih memenangi Pilkada dalam dua putaran bersama Dicky Candra. Akan tetapi, pada Tahun 2011 Dicky Candra mengundurkan diri dari jabatannya sebagai Wakil Bupati Garut karena sudah tidak ada kecocokan antara Dicky Candra dan Aceng Fikri dan terdapat kalangan yang berpendapat bahwa komunikasi politik di antara keduanya sangat buruk.

Setelah kasus pengunduran diri Dicky Candra dari jabatan Wakil Bupati Garut, tidak lama kemudian Aceng Fikri dilaporkan oleh seorang perempuan

¹Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 200.

²Alfan, Alfian, *Menjadi Pemimpin Politik*, cet ke-2 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 305.

karena telah dinikahi secara siri dengan usia pernikahan yang hanya 4 hari oleh Aceng Fikri. Kasus ini kemudian muncul ke permukaan dan menjadi pemberitaan di beberapa media massa.

Kasus tersebut akhirnya membawa dampak pada kedudukan Aceng Fikri sebagai Bupati Garut. Desakan demi desakan diberikan masyarakat Garut kepada DPRD Garut untuk segera memakzulkan Aceng Fikri. Setelah diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada, akhirnya pada tanggal 25 Februari 2013 Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan memberikan surat pemakzulan dari Kementerian Dalam Negeri kepada Aceng Fikri dan sejak saat itu Aceng Fikri resmi tidak menjadi Bupati Garut dan tugasnya diambil alih oleh wakilnya yaitu H. Agus Hamdani.³ Aceng Fikri dinilai telah melanggar sumpah janji jabatan, pelanggaran etika dan perundang-undangan. Akibat dari kasus ini Aceng Fikri menjadi pejabat terpilih langsung pertama yang secara paksa dimakzulkan dari jabatannya.⁴

Pada Tahun 2014 nama Aceng Fikri kembali menjadi sorotan pemberitaan. Aceng Fikri yang pada tahun 2013 dimakzulkan dari jabatan pemerintahan karena kasus pelanggaran sumpah/ janji jabatan kembali memenangkan kursi di Senayan. Pemilihan DPD RI tahun 2014 membawa nama Aceng Fikri keluar sebagai pemenang dengan perolehan suara sebanyak 1.139.556 suara. Suara yang sangat banyak untuk seseorang yang pernah dimakzulkan dari jabatannya.⁵

³https://id.wikipedia.org/wiki/Aceng_H.M._Fikri, akses 16 September 2015.

⁴<http://politik.news.viva.co.id>, akses, 16 September 2015.

⁵ Citra Lystia, "Terpilih Jadi Anggota DPD, ini Kata Aceng Fikri," <http://www.republika.co.id>, akses, 16 September 2015.

Aceng Fikri menempati urutan ketiga dari empat kandidat yang lolos ke Senayan dari wilayah Jawa Barat. Peringkat pertama raihan suara terbanyak adalah Eni Sumarni dengan raihan 2.171.830 suara. Selanjutnya peringkat kedua adalah komedian Oni sebanyak 2.167.485 suara dan keempat Ayi Hambali meraih 1.032.465 suara.⁶

Kemenangan ini kemudian membawa pada satu pertanyaan besar bagi khalayak. Bagaimana Strategi *marketing* politik yang dilakukan Aceng Fikri beserta tim suksesnya sehingga bisa memenangkan kursi DPD RI. Padahal pada tahun 2013 Aceng Fikri dimakzulkan dari jabatannya terkait kasus yang dilakukannya, kemudian pada tahun 2014 Aceng Fikri kembali memenangkan pemilihan DPD RI. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini penulis ingin menganalisis terkait *marketing* politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD RI dan bagaimana *marketing* politik Aceng Fikri perspektif etika politik Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memiliki dugaan awal bahwa strategi *marketing* politik Aceng Fikri di dalam pemenangan pemilu DPD RI tahun 2014 adalah dengan menggunakan strategi *pass-marketing* dan *pull-marketing*. Untuk mengungkap lebih lanjut terkait fenomena tersebut, ada beberapa rumusan masalah pokok yang akan dijawab dalam penelitian ini:

⁶ “Perolehan Suara Sah dan Peringkat Suara Sah Calon Anggota DPD,” <http://www.kpu.go.id/index.php/pages/detail/2014/282.htm>, akses 16 September 2015

1. Bagaimana strategi *marketing* politik Aceng Fikri dalam kemenangan Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Republik Indonesia tahun 2014 ?
2. Bagaimana *marketing* politik Aceng Fikri perspektif etika politik Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Atas dasar perumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini berusaha menjelaskan dan menganalisis tentang *marketing* politik Aceng Fikri dalam memperoleh kemenangan dalam pemilihan DPD RI tahun 2014 dari wilayah Jawa Barat.
2. Menjelaskan bagaimana *marketing* politik Aceng Fikri Pada saat pemilihan DPD RI tahun 2014 dalam sudut pandang etika politik Islam.

Penelitian ini juga dapat memberikan kegunaan dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan terutama dalam melihat strategi politik seorang kandidat maupun partai politik untuk memenangkan sebuah kontestasi pemilu. Oleh karena itu penulis menjabarkan kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis
 - a. Memberikan wawasan mengenai strategi politik yang dilakukan seorang kandidat untuk memenangkan pemilu.

- b. Memberikan wawasan tentang *marketing* politik yang dibangun seorang kandidat yang pernah dimakzulkan dari jabatannya untuk kembali memenangkan kontestasi pemilu.
 - c. Memberikan paradigma baru dalam memahami *marketing* politik seorang kandidat ditinjau dari etika politik Islam.
2. Secara Praktis, memberikan pembelajaran bagi partai politik, individu yang berkeinginan menjadi kontestan dan tim sukses dalam pengaplikasian teori *marketing* politik dalam politik praktis.
 3. Bagi penulis, penelitian ini dapat mengembangkan kemampuan berfikir penulis dan kemampuan untuk melihat penerapan konsep-konsep ilmu politik dalam kehidupan praktis masyarakat.

D. Tinjauan Pustaka

Kajian *marketing* politik maupun etika politik Islam banyak ditemukan di beberapa literatur maupun karya tulis ilmiah. Mulai dari buku-buku, skripsi, tesis, artikel dan jurnal. Adapun beberapa buku atau karya tulis yang membahas tentang *marketing* politik dan etika politik Islam adalah sebagai berikut:

Buku karya Firmanzah yang berjudul “*Marketing* Politik: Antara Pemahaman dan Realitas” dalam bukunya ini Firmanzah mencoba memperlihatkan kepada pembaca betapa *marketing* politik sangat diperlukan untuk konteks zaman ini. *Marketing* politik menawarkan kepada para politisi

untuk dapat mengefektifkan penyusunan produk politik, segmentasi politik, *positioning* politik dan komunikasi politik.⁷

Buku karya Firmanzah yang berjudul “Persaingan Legitimasi Kekuasaan, dan *Marketing* Politik: Pembelajaran Politik Pemilu 2009”. Dalam bagian akhir bukunya, Firmanzah menyebutkan dalam pemilu 2009 ada tiga hal besar yang akan menjadi kesimpulan. Pertama adalah persoalan *marketing* politik di Indonesia. Kehadiran *marketing* politik yang tadinya dianggap sebelah mata telah menjadi aktivitas utama bagi para politisi dan partai politik untuk bisa memenangkan pemilu. Kedua, persaingan politik. Persaingan tidak hanya antar partai tetapi dengan sistem perhitungan suara, dengan suara terbanyak telah membuat para kader dalam satu partai bersaing satu dengan yang lain. Ketiga, legitimasi politik. Memenangkan pemilu adalah satu hal dan menjaga stabilitas *pasca*-pemilu adalah hal lain. Sehingga proses kemenangan pemilu akan menjadi penentu apakah kekuasaan politik yang diperoleh akan bersifat langgeng dan ajeg.⁸

Buku “Komunikasi Pemasaran Politik”, yang ditulis oleh Solatun Daulah Sayuti. Dalam bukunya ini beliau memadukan antara paparan teoritik dan pengalaman praktis terkait pemasaran politik di Indonesia. Solatun juga memahami pemasaran politik sebagai sebuah arena yang di dalamnya terjadi transfer berbagai kerangka disiplin, teori dan tehnik pemasaran produk dan

⁷ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2012), hlm. XLII.

⁸ Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi, Kekuasaan, dan Marketing Politik: Pembelajaran Politik Pemilu 2009*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm.575.

terutama jasa ke dalam arena untuk memasarkan atau menawarkan produk *intangible* (tidak berwujud), yaitu janji kebijakan politik.⁹

Buku Drs. Ayi Sofyan yang berjudul “Etika Politik Islam”, di dalam bukunya beliau menjelaskan etika politik dengan menggunakan pendekatan filsafat. Menurutnya filsafat berfungsi untuk menjawab berbagai problem secara rasional dan bertanggung jawab di luar kemampuan dan jangkauan metode ilmu pengetahuan.¹⁰

Buku Ir. H. E. Herman Khaeron, M.Si yang berjudul “Etika Politik Islam, Paradigma Politik Bersih, Cerdas, Santun Berbasis Nilai Islam”, di dalam bukunya dijelaskan tentang etika politik digali dari nilai-nilai ajaran Islam, utamanya implementasi akhlak dalam kehidupan, mulai dari akhlak pribadi, akhlak sosial, hingga akhlak politik menuju tatanan etika politik yang bersih. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk mempraktikkan etika politik yang bersih, cerdas, dan santun. Islam menjadi pendorong bagi umatnya untuk tampil paling depan membawa kemajuan dan kesejahteraan.¹¹

Dalam majalah Forum (Pengembangan Ilmu Sosial) yang berjudul “Politik Pencitraan dan Pemasaran Politik” yang ditulis oleh Ari Pradhanawati menjelaskan bahwa kemenangan partai politik atau kandidat tidak semata-mata ditentukan oleh politik pencitraan dan pemasaran politik, tetapi juga dipengaruhi

⁹ Solatun, *Komunikasi Pemasaran Politik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 23.

¹⁰ Ayi Sofyan, *Etika Politik Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 8.

¹¹ Herman, Khaeron, *Etika Politik, Paradigma Politik Bersih, Cerdas, Santun Berbasis Nilai Islam*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2013). Cetakan ke-1

oleh faktor lain seperti faktor modal sosial dan *figure* atau kepribadian kandidat sehingga akan mempengaruhi perilaku pemilih untuk menentukan keputusan politiknya.¹²

Tesis Inco Hary Perdana tentang “*Political Marketing* Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014 (Studi Kasus: Pemenangan Partai Nasdem)” dalam tesis ini dijelaskan bahwa Partai NasDem menerapkan *sales oriented party* dan banyak menggunakan *pull-political marketing* dalam menyampaikan pesan politik mereka.¹³

Skripsi Dyah Ayu Sholeha “*Marketing* Politik Partai Demokrat dalam Pemilu Legislatif 2014 Di Kota Magelang”. Dalam kesimpulannya dijelaskan bahwa *marketing* politik yang dilakukan partai Demokrat di Kota Magelang mengalami kegagalan. Hal ini diantaranya disebabkan oleh realita politik kader Partai Demokrat yang banyak terjerat kasus pidana korupsi sehingga sebagai konsekuensinya masyarakat tidak lagi memiliki kepercayaan kepada Partai Demokrat. Selain itu, strategi politik Partai Demokrat pada pemilu 2014 terkesan sama saja, dalam artian tidak bisa mengembalikan kepercayaan masyarakat untuk kembali mendukung Partai Demokrat pada pemilu 2014.¹⁴

Dari sekian banyak karya tulis yang ditemukan peneliti, tidak ada yang membahas tentang *marketing* politik Aceng Fikri dalam Pemilihan DPD RI tahun

¹² Ari, Pradhanawati, *Perilaku Pemilih di Era Pencitraan dan Pemasaran Politik*, (Majalah Pengembangan Ilmu Sosial (Forum), Vol.39.No. 1. Februari 2011), hlm. 12.

¹³ Inco Hary Perdana, *Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014 (Studi Kasus: Strategi Pemenangan Partai Nasdem)* Tesis Universitas Indonesia, 2012, hlm. ii

¹⁴ Sholeha, Dyah Ayu, “*Marketing* Politik Partai Demokrat dalam Pemilu Legislatif 2014 Di Kota Magelang” Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum, Jurusan Siyasa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015, hlm. 77

2014. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti ingin menjelaskan bagaimana *marketing* politik Aceng Fikri yang kembali memenangkan pemilihan DPD RI Tahun 2014 setelah sebelumnya dimakzulkan dari jabatannya sebagai Bupati Garut dan bagaimana *marketing* politik yang dilakukan Aceng Fikri dalam perspektif etika politik Islam.

E. Kerangka Teoritik

Untuk memudahkan penelitian, diperlukan suatu pedoman dasar teoritik. Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut seorang peneliti perlu menyusun kerangka teori sebagai kerangka analisis, untuk menentukan sudut pandang masalah terhadap objek yang telah terpilih.¹⁵ Untuk mengkaji lebih dalam terkait *marketing* politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD RI 2014, penulis akan menggunakan teori *marketing* politik.

Pendekatan *marketing* politik menurut Nursal (2004) yang dikutip oleh Firmanzah diawali dengan *positioning*, kemudian dari situ dikembangkan strategi pendekatannya.¹⁶ Dalam disiplin *marketing*, menempatkan seorang kandidat atau sebuah partai dalam pikiran para pemilih disebut *positioning*. Bagi orang-orang *marketing*, *positioning* sangat menentukan keberhasilan pemasaran.¹⁷

¹⁵ Hadari, Namawi, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 1987), hlm. 40

¹⁶ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hlm. 218.

¹⁷ Rhenald Kasali, *strategi dan kampanye pemasaran partai politik*, (makalah seminar dan pemasaran politik: 1997.

Selain *positioning*, hal penting dalam *marketing* politik adalah segmentasi. Segmentasi dalam masyarakat perlu dilakukan untuk mengetahui karakteristik yang ada di dalamnya, sekaligus untuk mengembangkan pendekatan yang sesuai dengan masing-masing karakteristik. Sehingga produk atau jasa yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Antara segmentasi dan *positioning* merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Segmentasi dibutuhkan untuk dapat mengidentifikasi karakteristik yang muncul dari tiap kelompok masyarakat, dan *positioning* tidak dapat dilakukan tanpa adanya segmentasi politik.¹⁸

Nursal dalam Firmanzah mengkategorikan tiga pendekatan yang dapat dilakukan oleh partai politik untuk mencari dan mengembangkan pendukung selama proses kampanye politik :¹⁹

1. *Push-marketing*, dalam strategi ini partai politik berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat perlu mendapatkan dorongan dan energi untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos suatu kontestan. Di samping itu, partai politik perlu menyediakan sejumlah alasan yang rasional maupun emosional kepada para pemilih untuk bisa memotivasi mereka agar tergerak dan bersedia mendukung suatu kontestan.
2. *Pass-marketing*, strategi ini menggunakan individu maupun kelompok yang dapat memengaruhi opini pemilih.

¹⁸ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), hlm.211.

¹⁹*Ibid*, hlm. 217.

3. *Pull-marketing*, strategi jenis ini menitikberatkan pada pembentukan *image* politik yang positif.

Persoalan etika politik adalah sesuatu yang sangat penting dalam Islam karena berbagai alasan. Pertama, politik itu dipandang sebagai bagian dari ibadah, karena itu harus dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip ibadah. Dalam berpolitik kita tidak dibolehkan melanggar perintah-perintah dalam beribadah karena pelanggaran terhadap prinsip-prinsip ibadah dapat merusak “kesucian politik”.

Kedua, etika politik dipandang sangat perlu dalam Islam karena politik itu berkenaan dengan prinsip Islam dalam pengelolaan masyarakat. Dalam berpolitik sering menyangkut hubungan antar manusia, misalnya saling menerima dan tidak memaksakan kehendak sendiri. Itulah prinsip-prinsip hubungan antar manusia yang harus berlaku dalam dunia politik.²⁰ Oleh karena pentingnya etika politik dalam Islam maka kemudian muncul istilah etika politik Islam.

Selanjutnya untuk menganalisis *marketing* politik Aceng Fikri dalam sudut pandang Islam digunakan teori etika politik Islam, melalui teori ini *marketing* politik akan dilihat dari nilai baik dan buruk yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Qur'an maupun Hadis Nabi.

²⁰ Ibnu Ubaidillah, *Etika Kampanye Politik Perspektif Politik Islam*, Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Siyasah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* yakni dengan mencari data-data secara langsung di lapangan yang menjadi tempat penelitian, selain itu juga data-data diperoleh dari tulisan-tulisan ataupun karya ilmiah seperti buku, jurnal, artikel dan karya tulis lainnya.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif analitik* yaitu mengumpulkan data, mengklasifikasi, menggambarkan, menguraikan kemudian menganalisis data secara mendalam dan komprehensif sehingga memperoleh gambaran dari objek penelitian sehingga mempermudah peneliti dalam menganalisis dan menyimpulkan hasil penelitian.²¹ Dalam penelitian ini penulis akan memaparkan *marketing* politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD RI tahun 2014 serta bagaimana *marketing* politik Aceng Fikri dalam perspektif etika politik Islam.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis, yang mana peneliti melakukan pendekatan kepada masyarakat yang berada di lokasi penelitian terkait objek penelitian. Sehingga diperoleh data-data yang relevan. Untuk lokasi penelitian ini, difokuskan di kota Garut. Karena di kota ini Aceng Fikri memperoleh suara paling

²¹ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Tarsito 1985), hlm. 139.

banyak, dan kota ini juga merupakan kota di mana Aceng Fikri dimakzulkan dari jabatan Bupati.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses memperoleh keterangan melalui tanya jawab langsung antara koresponden (peneliti) dengan orang yang memiliki informasi (informan) terkait objek penelitian seperti para tim sukses Aceng Fikri dan warga masyarakat yang ada di lokasi penelitian. Adapun informan yang diwawancarai yaitu: Bagus Hamzah (ketua Tim sukses Aceng Fikri), Asep Maher (teman Aceng Fikri), Laka (Pegawai Dinas Sosial), Deden Ridwan (masyarakat Garut), Yusep Saepul Milah (masyarakat Garut).

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala sosial yang relevan dengan objek penelitian.²² Penulis dalam hal ini hanya mengadakan pengamatan dan pencatatan terhadap sikap, pendapat, pengetahuan, kegiatan dan hal-hal lain yang sekiranya dapat mendukung penelitian.

²² A. Suaidi Rahman, *Komunikasi Partai Demokrat Pada Pemilu 2009: Studi Deskriptif Kualitatif Pemilu Legislatif DPR RI Daerah Pemilihan III Jawa Timur*, skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2014, hlm. 27

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data berupa dokumen-dokumen penting yang relevan seperti, catatan, artikel, jurnal, buku serta catatan-catatan lainnya.

5. Analisis Data

Dalam analisis kualitatif, terdapat tiga alur kegiatan yang dapat terjadi bersamaan.²³

- a. Menelaah sumber data, yang dimulai dengan keseluruhan data yang tersedia dari hasil wawancara, observasi, studi pustaka maupun sumber lain.
- b. Redaksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan hasil penelitian di lapangan. Melalui kegiatan ini, peneliti dapat menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir.
- c. Menarik kesimpulan atau verifikasi, merupakan langkah akhir dari kegiatan analisis kualitatif. Penerapan kesimpulan ini tergantung pada besarnya kumpulan catatan di lapangan.

²³M.Manulang, *Pedoman Tekhnis Menulis Skripsi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), hlm. 35

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran mengenai pembahasan dalam penelitian ini, penulis akan membaginya dalam beberapa bab sebagai berikut:

Bab pertama, yaitu pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, landasan teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, dalam bab ini dijelaskan tentang Aceng Fikri dan realitas politiknya, serta gambaran umum tentang *marketing* politik. Oleh karena itu, pada bagian ini akan diuraikan tentang teori *marketing* politik, riwayat hidup Aceng Fikri, proses Aceng Fikri menjadi Bupati sampai pada kasus pemakzulannya sebagai Bupati Garut.

Bab ketiga, dalam bab ini dijelaskan tentang Aceng Fikri dan *marketing* politiknya dalam Pemilihan DPD RI Tahun 2014. Dimulai respon masyarakat pasca pemakzulan, proses *marketing* politik seperti segmentasi, dan *positioning* serta strategi-strategi *marketing* politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD RI Tahun 2014. Setelah itu kemudian akan dijelaskan tentang pengaruh segmentasi, *positioning* serta strategi pendekatan *marketing* politik terhadap perolehan suara Aceng Fikri.

Bab keempat, dalam bab ini berisi tentang tinjauan etika politik Islam terhadap pemakzulan Aceng Fikri dari jabatan Bupati dan *marketing* politik Aceng Fikri dalam kemenangan DPD RI tahun 2014.

Bab Kelima, berisi tentang kesimpulan terhadap hasil analisis objek penelitian, serta saran-saran yang kiranya relevan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari uraian ulasan yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya maka terhadap permasalahan strategi *marketing* politik yang dilakukan Aceng Fikri pada pemilihan Dewan Perwakilan Daerah (DPD) RI Tahun 2014 dan tinjauan etika politik Islam terhadap *marketing* politik Aceng Fikri, penyusun dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Momentum Pemilihan DPD RI tahun 2014 dijadikan jalan oleh Aceng Fikri untuk bisa aktif kembali di dalam ranah publik. Masa lalu nya yang pernah dimakzulkan dari jabatan Bupati Garut merupakan satu kendala yang harus dihadapi Aceng Fikri ketika ingin mengikuti pemilu. Oleh sebab itu, Aceng Fikri melakukan beberapa strategi yang kiranya bisa mengembalikan kepercayaan masyarakat kepadanya.

Nama besarnya sebagai tokoh agamawan muda memberikan keuntungan tersendiri terhadap Aceng Fikri. Hal ini karena, dengan nama besarnya ini otomatis relasi-relasi yang dimiliki juga banyak. Dari relasi yang dimilikinya ini, Aceng Fikri melakukan strategi politiknya dengan cara bersilaturahmi kepada ulama-ulama, pondok-pondok pesantren, dan membangun kontak jaringan di tiap-tiap kabupaten/kota di wilayah Jawa Barat.

Dalam *marketing* politik terdapat beberapa hal yang tidak boleh terlewatkan, seperti strategi segmentasi, positioning, maupun pendekatan-pendekatan *marketing* lainnya. Untuk segmentasi sendiri penyusun melihat

Aceng Fikri menggunakan segmentasi dengan pendekatan demografi yaitu segmentasi agama, karena nama besar ulama dan relasinya dengan tokoh-tokoh agamawan yang ada di Jawa Barat maka segmentasi Agama dianggap efektif untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat. Seperti data-data yang ada di lapangan, dalam kampanye politiknya Aceng Fikri melakukan silaturahmi ke tokoh ulama dan memberikan penjelasan kepada masyarakat yang masih bertanya-tanya tentang keikutsertaannya dalam DPD RI.

Hal ini karena, *image* yang sudah tertanam dalam benak masyarakat terutama masyarakat yang bukan dari kalangan agamawan terhadap Aceng Fikri adalah *image* negatif yang disebabkan oleh kasus yang pernah dilakukannya. Selanjutnya dalam hal positioning, Aceng Fikri memosisikan dirinya sebagai tokoh ulama yang sudah memiliki popularitas dan jaringan yang banyak. Sehingga dalam kampanyenya dia terlihat tidak banyak mengumbar janji seperti kontestan lain. Karena yang terpenting bagi Aceng Fikri adalah bukan janji-janji politik, melainkan kepercayaan masyarakat terhadapnya.

Kepercayaan masyarakat kepada Aceng Fikri pernah hilang ketika kasus nikah sirri menimpanya, sehingga hal yang paling penting dalam kampanye ini adalah membangun kembali kepercayaan masyarakat. Selain dengan menggunakan jaringan tokoh-tokoh agamawan, dalam strategi politiknya Aceng Fikri juga menggunakan media masa seperti media cetak maupun media elektronik. Untuk media cetak sendiri, Aceng Fikri menggunakan baliho maupun spanduk-spanduk serta dengan cara membagikan kartu

namanya kepada masyarakat. Penggunaan media elektronik dilakukan dengan menggunakan tulisan-tulisan di media *online* yang dimuat setiap satu minggu sekali. Tulisan-tulisan ini dilakukan dengan tujuan untuk memainkan opini masyarakat terhadap Aceng Fikri, agar ketika menjelang waktu pemilihan masyarakat dapat memilih Aceng Fikri.

Strategi-strategi yang dilakukan tersebut, apabila kita lihat dengan pisau analisis *marketing* politik maka pendekatan pasar yang digunakan untuk mendapatkan dukungan adalah dengan cara *pass marketing* yaitu dengan menggunakan individu maupun organisasi yang berpengaruh. Dalam hal ini, individu yang digunakan oleh Aceng Fikri untuk memasarkan politiknya adalah dengan menggunakan tokoh-tokoh ulama, pondok-pondok pesantren serta organisasi-organisasi Islam yang dianggap bisa mempengaruhi opini masyarakat terhadap Aceng Fikri. Selain strategi *pass marketing*, strategi *marketing* yang juga digunakan adalah *pull-marketing* yaitu dengan cara menggunakan spanduk-spanduk, baliho serta tulisan-tulisan di media masa. Akan tetapi yang paling menonjol dari kedua strategi ini adalah strategi *pass marketing*, yaitu dengan menggunakan individu dan organisasi yang berpengaruh.

2. Apabila dilihat dengan etika politik Islam, marketing politik Aceng Fikri pada saat pemilihan DPD RI ini memiliki nilai-nilai yang baik. Hal ini karena dalam menerapkan metode-metode marketing seperti segmentasi, positioning, serta pendekatan pasar tidak terlepas dari nilai-nilai agama. Pendekatan pasar yang dilakukan melalui ulama-ulama, pondok pesantren serta organisasi Islam

membawa pada suatu masalah. Silaturahmi yang dilakukan dengan ulama-ulama akan mempererat hubungan Aceng Fikri dengan para ulama Jawa Barat, sehingga apabila ia terpilih nanti Aceng Fikri diharapkan dapat membantu untuk memajukan agama Islam. selain itu juga, kegiatan kampanye Aceng Fikri dinilai baik karena tidak mengganggu fasilitas umum seperti jalanan umum. Karena banyak dari kontestan lain yang melakukan kampanye politik dengan aksi pawai di jalanan umum.

B. SARAN-SARAN

Adapun saran yang dapat penyusun berikan yakni:

1. Berdasarkan fenomena yang ada terkait strategi politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD RI saran penyusun adalah agar setelah terpilihnya Aceng Fikri sebagai wakil rakyat di DPD RI diharapkan dapat memenuhi seluruh kewajibannya terutama kewajiban untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat, menjaga kepercayaan masyarakat dengan cara tidak mengulangi perbuatannya seperti pada saat menjabat sebagai Bupati Garut. Karena sekali lagi, tanpa kepercayaan dari masyarakat Aceng tidak mungkin bisa memenangkan pemilihan DPD RI.
2. Strategi *marketing* politik diharapkan dapat membawa kepada hubungan yang lebih baik lagi antara seorang kandidat dengan masyarakat. Karena lewat hubungan yang dibangun maka akan terjadi pertukaran ide, gagasan, ideologi dan program kerja antara kandidat dengan masyarakat, sehingga nantinya program kerja seorang kandidat dapat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Sebagai kandidat yang beragama muslim, sebaiknya tidak melupakan nilai-nilai agama ketika melakukan aktivitas politik. Karena dengan berdasarkan pada ketentuan-ketentuan yang sesuai dengan syari'at apa yang kita lakukan akan bernilai ibadah.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Departemen Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahan, Semarang: CV Toha Putra, 1998.

B. Fiqh dan Ushul Fiqh

Al-Isy, Yusuf, 2007, *Dinasti Abbasiyah*, Jakarta: Al-Kautsar.

Bakhtiar, Amsal, 1997, *Filsafat Agama*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu.

Djazuli, 2003, *Fiqh Siyasah: Implementasi Kemaslahatan Umat Dalam Rambu-Rambu Syariah*, Jakarta: Kencana.

Muhammad, 2014, *Politik Islam: Penjelasan Kitab Siyasah Syar'iyah Ibnu Taimiyyah*, Jakarta: PT Griya Ilmu Mandiri Sejahtera.

Pulungan, J. Suyuthi, 1994, *Fiqh Siyasah: Ajaran, Sejarah dan Pemikiran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sjadzali, Munawir, 1990, *Islam dan Tata Negara: Ajaran Sejarah dan pemikiran*, Jakarta: UI Press.

Sukardja, Ahmad, 2014, *Hukum Tata Negara dan Administrasi Negara Dalam Perspektif Fiqh Siyasah*, Jakarta: Sinar Grafika.

Sunarto, Ahmad, 2005, *Himpunan Hadits Shohih Bukhari*, Jakarta: Annur Press

Sofyan, Ayi, 2012, *Etika Politik Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia.

C. Lain-lain

1. Buku Umum

Alfian, M Alfian, 2009, *Menjadi Pemimpin Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Arifin, Kabul, *Peraturan Pemerintahan Pengganti Undang-Undang tentang Keadaan bahaya Sebagai Tindakan Darurat Politik. Latar Belakangnya.*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Azizah, Nurul, 2013, *Artikulasi Politik Santri: Dari Kyai Menjadi Bupati*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakti Setiawan, Dian, 2011, *Pemberhentian Kepala Daerah: Mekanisme Pemberhentiannya Menurut Sistem Pemerintahan di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Budiardjo, Miriam, 1982, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia
- Cangara, Hafied, 2011 *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Press.
- Cowic, A.S Hornby A.P, 1974, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, London: Oxford University Press
- Firmanzah, 2010, *Persaingan, Legitimasi, Kekuasaan, dan Marketing Politik: Pembelajaran Politik Pemilu 2009*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmanzah, 2012, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- J. Moleong, Lexy, 2014, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kasali, Rhenald, 1998, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Khaeron, Herman, 2013, *Etika Politik, Paradigma Politik Bersih, Cerdas, Santun Berbasis Nilai Islam*, Bandung: Nuansa Cendekia.
- Manulang, 2004, *Pedoman Tekhnis Menulis Skripsi*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Namawi, Hadari, 1987, *Metode Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nimmo, Dan, 2010, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noer, Delia, 1983, *Pengantar ke Pemikiran Politik*, Jakarta: Rajawali.
- Nursal, Adman, 2004, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*, Jakarta: PT Gramedia.
- Poerwadarminta, W.J.S, 1983, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Ridha, Abu, 2004, *Negara dan Cita-Cita Politik*, Bandung: Syaamil Cipta Media

Solatun, 2014, *Komunikasi Pemasaran Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suprayoga, Imam, 2009, *Kyai dan Politik: Membaca Citra Politik Kyai*, Malang: UIN Malang Press.

Winarno Surakhmad, 1985, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Tarsito

2. Skripsi dan Thesis

Sholeha, Dyah Ayu, "*Marketing Politik Partai Demokrat dalam Pemilu Legislatif 2014 Di Kota Magelang*" Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum, Jurusan Siyasah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Rahman, A. Suaidi, "*Komunikasi Partai Demokrat Pada Pemilu 2009: Deskriptif Kualitatif Pemilu Legislatif DPR RI Daerah Pemilihan III Jawa Timur,*" Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2014.

Hary Perdana, Inco, *Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014 (Studi Kasus: Strategi Pemenangan Partai Nasdem)* Tesis Universitas Indonesia, 2012.

3. Jurnal dan Artikel

Pradhanawati, Ari, *Perilaku Pemilih di Era Pencitraan dan Pemasaran Politik*, (Majalah Pengembangan Ilmu Sosial (Forum), Vol.39.No. 1. Februari 2011).

Kasali, Rhenald, *strategi dan kampanye pemasaran partai politik*, (makalah seminar dan pemasaran politik: 1997).

4. Undang-Undang

UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan.

UU No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

5. Internet

<http://www.republika.co.id>.

<http://politik.news.viva.co.id>.

<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/386822>.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt51279b332a21e>.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt51120f0912ebe>.

<http://www.merdeka.com/politik>.

<http://www.dakwatuna.com>.



LAMPIRAN

DAFTAR TERJEMAH

| NO | HALAMAN | BAB | FN | TERJEMAHAN |
|----|---------|-----------|-----|---|
| 1 | 74 | BAB IV | 104 | “Dan kami telah menunjukkan kepadanya dua jalan(kebajikan dan kejahatan)” |
| 2 | 74 | BAB IV | 105 | “Demi jiwa serta penyempurnaan (ciptaan) Nya.” “Maka Dia mengilhamkan kepadanya (jalan) kejahatan dan ketakwaannya.” |
| 3 | 81 | BAB IV | 114 | Dan (ingatlah) ketika Tuhan-mu Berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi,”Mereka berkata, “Apakah engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah disana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia Berfirman, “Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” |
| 4 | 89 | BAB IV | 118 | Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada tuhan-Mu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu (Adam), dan dari |

| | | | | |
|---|----|-----------|-----|--|
| | | | | <p>padanya Allah menciptakan isterinya (Hawa), dan dari pada keduanya Allah memperkembangbiakan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (periharalah) hubungan silaturrahim. sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.</p> |
| 5 | 89 | BAB IV | 119 | <p>“Rahim (kekeluargaan) itu tergantung dari Arsy, ia berkata, “barangsiapa menyambung, maka Allah akan menyambung. Dan barangsiapa memutuskan hubungan denganku maka Allah akan memutuskan hubungan dengannya.</p> |

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apakah anda mengetahui kalau pada tahun 2014 Aceng Fikri mencalonkan diri menjadi DPD RI?
2. Apakah dalam Pemilihan tersebut anda memilih Aceng Fikri?
3. Menurut anda strategi apa yang digunakan Aceng Fikri untuk mendapatkan suara rakyat?
4. Menurut anda cara yang dilakukan Aceng Fikri untuk merubah image politiknya yang pernah tercoreng seperti apa? Sehingga beliau bisa kembali mencalonkan menjadi anggota DPD setelah sebelumnya diturunkan dari jabatan Bupati Garut
5. Seperti apa hubungan yang dijalin oleh Aceng Fikri dengan masyarakat yang beraneka ragam sebelum ia terpilih menjadi anggota DPD?
6. Apa saja janji-janji politik yang dijanjikan Aceng Fikri ketika kampanye ?
7. Apakah janji-janji politik yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat?
8. Untuk media promosi nya ketika kampanye, Aceng Fikri menggunakan media apa saja?
9. Apakah posisi Aceng Fikri sebagai tokoh ulama, menjadikan tabligh akbar sebagai media promosinya?
10. Yang anda ketahui penyebab lengsernya Aceng Fikri dari jabatan Bupatinya dulu apa?

HASIL WAWANCARA

1) Tubagus Hamzah (ketua Tim sukses Aceng Fikri), Rabu 10 November 2016

Strategi yang dilakukan Aceng Fikri adalah dengan cara silaturahmi ke ulama, hal ini dilakukan karena Aceng Fikri sendiri merupakan tokoh agamawan muda. Selain itu kita juga memanfaatkan jaringan yang sudah ada dan membuat jaringan baru di setiap Kabupaten/Kota yang ada di wilayah Jawa Barat. Alumni Tebu Ireng yang ada di Jawa Barat juga ikut kita manfaatin, karena mau tidak mau semua potensi yang ada di Jawa Barat kita manfaatin. Jaringan yang kita bangun ini bukan Cuma dari kalangan NU saja melainkan semua orang yang bisa diajak kerjasama. Strategi lain yang dilakukan dalam pemilihan DPD ini adalah dengan cara memainkan opini di media masa. Setiap seminggu sekali kita bikin opini tentang Aceng Fikri, baik itu di media cetak maupun media *online*.

Untuk janji politiknya tidak ada, karena semangat kita dari awal tidak mengumbar banyak janji tetapi kita ingin menjawab keraguan publik pasca diturunkan dari jabatan Bupati. Jadi tidak ada janji yang diberikan, kita cuma ingin mengembalikan opini publik. Untuk perolehan suara terbanyak diperoleh di kabupaten Garut yaitu sebanyak 135 ribu. Kampanye kita lakukan dengan mendatangi Kabupaten/Kota secara simbolik saja, artinya Aceng Fikri hanya berkunjung ke pesantren maupun

organisasi yang ada di Kabupaten/Kota dan selanjutnya diteruskan oleh jaringan di bawah. Kita tidak bikin spanduk atau baliho, hanya menggunakan kartu nama. Untuk acara tabligh akbar sendiri memang kami lakukan, karena setiap Aceng Fikri melakukan kunjungan ke pondok pesantren selalu pas ada momentum tersebut.

Untuk respon masyarakat memang pada awalnya banyak yang bertanya-tanya, tapi setelah kita jelaskan mereka pun mengerti terutama dari kalangan agamawan terkait kasus yang pernah menimpa Aceng Fikri. Oleh sebab itu saya melihat bahwa masyarakat Jawa Barat ini sangat rasional, artinya ketika Aceng Fikri diopinikan sebagai penghianat perempuan. Tetapi dari data yang ada, justru pemilih Aceng Fikri dalam DPD RI ini mayoritas perempuan.

2) Asep Maher (Teman Aceng Fikri), Rabu 10 November 2016

Strategi politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD RI ini adalah dengan menggunakan jaringan-jaringan yang dia punya seperti santri-santri pondok pesantren, alumni tebu Ireng yang juga merupakan almamater Aceng Fikri. Untuk janji politik Aceng Fikri dalam pemilihan DPD ini terlihat tidak terlalu dominan, karena umumnya masyarakat tidak tahu apa itu DPD. Hanya saja mungkin dengan menggunakan jaringan organisasi keagamaan sehingga dirasa janji-janji politiknya terletak pada Aceng Fikri dan para pemimpin-pemimpin organisasi. Selain itu no urut 1 juga mempengaruhi pilihan rakyat, karena logikanya dia sudah terkenal, kemudian dia mendapatkan nomor urut 1 dan punya jaringan sosial yang

banyak dan popularitas. Hubungan yang dibangun dengan masyarakat setelah pemakzulan saya rasa tidak terlalu mempengaruhi karena pemakzulan Aceng Fikri bukan karena alasan korupsi, saya rasa alasan pernikahan sirri ini dijadikan alat oleh elite politik yang menginginkan Aceng Fikri turun dari Jabatan Bupati. Karena di kalangan ulama pernikahan siri ini bukan hal yg dilarang, hal seperti ini sudah biasa dikalangan ulama, Cuma memang media dan elit-elit politik yang berkepentingan saja yang membesar-besarkan.

3) Laka (Aktivis dan Pegawai Dinas Sosial), Rabu 10 November 2016

Saya melihat kota Garut nuansa politiknya sangat kental, sedangkan kalau dilihat Aceng Fikri tidak memiliki cacat politik, tetapi dia dijatuhkan oleh lawan-lawan politiknya dan dibesar-besarkan oleh media. Setelah dikaji, memang Aceng Fikri tidak memiliki cacat hukum sehingga masyarakat kembali bersimpati kepadanya, karena masyarakat menganggap Aceng Fikri telah dkhianati oleh lawan-lawan politiknya. Karena kebanyakan masyarakat Jawa Barat banyak yg iseng-iseng dalam memilih, karena siapapun yang terpilih nanti tidak jadi masalah.

Strategi politik Aceng Fikri adalah dengan modal jaringan-jarngan yang dia miliki, salah satunya dari organisasi Nahdhatul Ulama (NU). Karena beliau adalah tokoh NU yang memiliki pengaruh. Adapun untuk cap negatif yang pernah diterimanya semakin memudar dengan seiring berjalannya waktu. Karena dengan sikapnya yang sudah kembali lagi ke keluarganya dan kembali menjalani kehidupan seperti biasa. Hubungan

yang dijalin dengan masyarakat adalah dengan menggunakan silaturahmi terhadap ulama-ulama, kunjungan ke aktivis-aktivis NU, dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

Terkait janji-janji politiknya pada saat kampanye, saya tidak melihat banyak mengeluarkan janji. Aceng Fikri hanya melakukan silaturahmi untuk membangun kepercayaan. Karena memang alasan diturunkannya Aceng Fikri dari Jabatan Bupati Garut sebelumnya bukan karena kasus perzinaan ataupun korupsi. Menurut saya perceraian melalui *handphone* (HP) di kalangan masyarakat Garut sendiri merupakan hal yang biasa terjadi. Akan tetapi, karena posisi Aceng Fikri sebagai pejabat publik kemudian dijadikan alasan oleh para elit-elit politik yang tidak suka kepada Aceng Fikri. Bahkan menurut penuturan teman saya yang juga teman dekatnya Aceng Fikri, ketika Aceng Fikri mau mengklarifikasi isu pernikahan sirri nya di stasiun TV, stasiun TV tersebut tidak bisa dihubungi.

4) Deden Ridwan (masyarakat Garut), 11 Februari 2016.

Pada pemilihan DPD RI ini saya tidak memilih Aceng Fikri, karena Aceng Fikri bukan kriteria saya. Setelah sebelumnya pernah dimakzulkan dari jabatan Bupati, saya heran ketika dia mencalonkan diri menjadi anggota DPD, dan kenapa Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) kota Garut bisa meloloskan Aceng Fikri untuk ikut andil dalam momentum tersebut.

Strategi yang digunakan Aceng Fikri adalah dengan lebih mendekati diri kepada ulama-ulama. Karena kondisi Garut sendiri yang

masih kental dengan budaya tradisional, sehingga Aceng Fikri terjun langsung ke ulama-ulama untuk meminta do'a-do'a ke ulama kampung. Bahkan sebagian ulama NU menyatakan bahwa ketika pemakzulan Aceng Fikri tidak salah, sehingga bagus ketika dia mencalonkan lagi menjadi anggota DPD RI. Selain dengan mendekati ulama Aceng Fikri juga memiliki dukungan tim sukses yang kuat, serta pendekatan secara emosional melalui kunjungan ke pesantren-pesantren.

Untuk merubah image nya yang pernah tercoreng Aceng Fikri melakukan pendekatan dengan ulama NU, karena Aceng Fikri juga merupakan sosok ulama NU yang berpengaruh. Adapun janji-janji politiknya hampir sama dengan kontestan lain yang salah satunya ingin memajukan Garut

5) Yusep Saepul Milah (masyarakat Garut), Jum'at 20 Januari 2016.

Strategi politik Aceng Fikri adalah dengan menggunakan organisasi keislaman seperti NU (Nahdhatul Ulama), Anshor, IPNU (Ikatan Pemuda Nahdhatul Ulama), Baliho serta spanduk. Selain itu juga, Aceng Fikri sering melakukan kunjungan ke Pondok Pesantren, untuk kota Garut sendiri pondok yang dikunjungi seperti Pesantren Fauzan I, II dan III. Umumnya pesantren yang dikunjungi Aceng Fikri adalah pesantren tradisional. Untuk kampanye nya sendiri dilakukan hanya di kota-kota saja, untuk daerah Garut Selatan terutama Kecamatan Pakenjeng ini tidak terlihat ada aktifitas kampanye yang dilakukan Aceng Fikri. Sehingga banyak masyarakat disini yang ketika ditanya terkait keikutsertaan Aceng

Fikri dalam Pemilihan DPD mereka mengaku tidak tahu. Oleh karena itu saya rasa kampanye politik yang dilakukan Aceng Fikri di daerah Garut tidak merata. Akan tetapi, Aceng Fikri malah dapat memenangkan pemilu.

Untuk janji politiknya sendiri saya tidak tahu, karena kampanye Aceng Fikri tidak sampai ke Desa ini. Untuk di kota Garut sendiri ulama merupakan sosok yang perintahnya selalu dituruti masyarakat, karena mayoritas masyarakat menganggap apa yang dikatakan ulama itu adalah yang baik.

DAFTAR GAMBAR

Bagan 1. Segmentasi dan Positioning Politik

Bagan 2. Strategi *Marketing* Politik



Surat Permohonan Ijin Pra Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)512840, Fax.(0274)545614
E-mail : fak.sharia@gmail.com Yogyakarta 55281

No. : UIN.02/DS.1/PP.00.9/ 94 / 2016
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yogyakarta, 21 Januari 2016

Kepada
Yth. Kepala BASKESBANGPOL Kab. Garut – Prov. Jawa Barat
di. Garut

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagaimana yang tersebut di bawah ini :

| No. | Nama | NIM | JURUSAN |
|-----|-----------------|----------|---------|
| 1. | RESA SRI REJEKI | 12370072 | SIYASAH |

Untuk mengadakan pra penelitian di Kelurahan Pataruman Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat guna mendapatkan data dan informasi dalam rangka Penulisan Karya Tulis (skripsi) yang berjudul "MARKETING POLITIK ACENG FIKRI PERSPEKTIF ETIKA POLITIK ISLAM (STUDI ATAS PEMENANGAN DALAM PEMILIHAN DPD RI TAHUN 2014)"

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum wr.wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Samsul Hadi, M.Ag.
NHR. 19/30708 200003 1 003 8

Tembusan :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Surat Rekomendasi Ijin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN GARUT
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Patriot No. 10 A Telp. (0262) 2247473 Garut 44151

Garut, 09 Februari 2016

No : 072 / 070 – Bakesbangpol / 2016
Lampiran : -
Perihal : *Ijin Penelitian*

Kepada :
Yth. Daftar terlampir
di
Garut

Dalam rangka membantu Penelitian Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, bersama ini terlampir **REKOMENDASI PENELITIAN NOMOR : 072 / 070 – BAKESBANGPOL / 2016, TANGGAL 09 FEBRUARI 2016 ATAS NAMA, RESA SRI REJEKI**, akan melaksanakan Penelitian dengan judul “Marketing Politik Aceng Fikri Perspektif Etika Politik Islam (Studi Atas Pemenangan Dalam Pemilihan DPD RI Tahun 2014)” Dengan mengambil lokasi di Kabupaten Garut.

Demi kelancaran pelaksanaan Penelitian ini, mohon bantuan dan kerjasamanya untuk membantu penyediaan data dan informasi.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kabupaten Garut



ASEP SUPARMAN, S.IP., M.Si
Pembina Tk.I, IV/b
NIP. 19710601 199003 1 001

Tembusan, disampaikan kepada :

1. Yth. Kepala BAPPEDA Kabupaten Garut (sebagai laporan);
2. Yth. Wakil Dekan Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (sebagai laporan);
3. Arsip.



PEMERINTAH KABUPATEN GARUT
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Patriot No. 10 A Telp. (0262) 2247473 Garut 44151

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 072 / 070 – Bakesbangpol / 2016

- a. Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Dalam Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 316), sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 14 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Dalam Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 168);
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
- b. Menimbang : Surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Nomor : UIN.02/DS.1/PP.00.9/94/2016 Tanggal 21 Februari 2016.

KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KABUPATEN GARUT, memberikan rekomendasi kepada :

- a. Nama Peneliti / NPM : **RESA SRI REJEKI / 12370072.**
- b. Alamat : Kp. Porehek 024 RW 011 Kel/Desa Tanjungmulya
Kecamatan Pakenjeng Kabupaten Garut.
- c. Untuk : Melaksanakan Penelitian
1. Judul Penelitian : "Marketing Politik Aceng Fikri Perspektif Etika Politik Islam (Studi Atas Pemenangan Dalam Pemilihan DPD RI Tahun 2014)"
2. Tujuan Penelitian : Penyusunan Skripsi.
3. Lokasi / Tempat Penelitian : Kabupaten Garut.
4. Tanggal / Lama Penelitian : 09 Februari 2016 s/d 09 Maret 2016.
5. Bidang / Status Penelitian : Hukum Islam / Perorangan.
6. Nama Penanggung Jawab : Dr. Samsul Hadi, M.Ag
7. Anggota : -
- d. Catatan :
1. Mengumpulkan hasil pelaksanaan Penelitian setelah selesai Pelaksanaan Penelitian ke Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Garut;
 2. Menjaga dan menjunjung tinggi norma atau adat istiadat dan Kebersihan, Ketertiban, Keindahan (K3) masyarakat setempat dilokasi pelaksanaan Penelitian;
 3. Tidak melakukan hal-hal yang bertentangan dengan hukum dan atas dasar adat istiadat di lokasi Pelaksanaan Penelitian atau sesuatu yang dapat meresahkan masyarakat dan desintegrasi bangsa.
- Demikian rekomendasi ini dibuat untuk digunakan seperlunya.

Garut, 09 Februari 2016

**Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kabupaten Garut**



ASEP SUPARMAN, S.IP., M.Si

Pembina Tk.I,IV/b

NIP. 19710601 199003 1 001

Tembusan, disampaikan kepada :

1. Yth. Kepala BAPPEDA Kabupaten Garut (sebagai laporan);
2. Yth. Wakil Dekan Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (sebagai laporan);
3. Arsip.

CURRICULUM VITAE

Nama : Resa Sri Rejeki

Tempat Tanggal Lahir : Garut/16 Juni 1994

Alamat :Kp. Porehek Rt 024 Rw 011 Ds. Tanjungmulya
Kec. Pakenjeng Kab. Garut

Agama : Islam

Email :resasrirejekisucces@gmail.com

No Handphone : 085659779150

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN TANJUNGMULYA IV (2000-2006)

SMP : SMPN 2 PAKENJENG (2006-2009)

SMA : SMAIT NURUL AMANAH (2009-2012)

PERGURUAN TINGGI : UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
(2012)