

**POSITION ACTOR DALAM PILKADA LEGISLATIF DI DAPIL II
PERSPEKSTIF SIYASAH**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

DISUSUN OLEH:

ADHIMAS NUR KUSUMO

NIM: 11370031

PEMBIMBING:

Dr. SUBAIDI S.Ag., M.Si

**PROGRAM STUDI HUKUM TATANEGARA (SIYASAH)
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018

POSISION ACTOR DALAM SISTEM PEMILU LEGISLATIF DI DAPIL II KABUPATEN GUNUNG KIDUL PRESPEKTIF SIYASAH

Adhimas Nur Kusumo
11370031

Abstrak

Pada pemilu legislatif 2014 Kabupaten GunungKidul, terdapat 447 Caleg yang terdaftar secara sah di KPU GunungKidul, yang tersebar di V daerah pilihan. Daerah pilihan tersebut adalah Daerah Pilihan II meliputi Kecamatan Semanu, Kecamatan Wonosari, dan Kecamatan Playen. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang efektifitas strategi pemenangan anggota legislatif Dapil II Kabupaten Gunungkidul pada pileg 2014 dalam menduduki kursi DPRD Kabupaten Gunungkidul dan untuk menjelaskan pandangan marketing politik Islam dalam strategi pemenangan anggota legislatif Dapil II Kabupaten Gunungkidul pada pileg 2014. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode lapangan. Data diperoleh dari penelitian lapangan yang berupa data primer dari sumber responden di Nglipar, sedangkan data sekundernya diperoleh dari berbagai macam buku, koran, majalah, website dan dokumen-dokumen pendukung lainnya. Teknik pengumpulan data primer menggunakan teknik wawancara secara langsung terhadap responden yang telah diambil dari tim sukses masing-masing calon anggota legislatif. Teknik observasi dilakukan setelah data terkumpul dari hasil wawancara dan selanjutnya akan dilakukan analisis data dengan metode kualitatif. Hasil pemilu legislatif Kabupaten Gunung Kidul menunjukkan bahwa Sukardi memperoleh suara terbanyak, strategi politik yang digunakan meliputi promosi manual melalui system posko pemenangan, dan door to door. Strategi marketing politik yang digunakan pun masih tetap memperkuat dari factor 4 Ps yaitu: product, promotion, price, place, dan segmentation yang telah menjadi formula umum dalam strategi marketing politik dan masih dianggap efektif. Komunikasi yang dijalin oleh Sukardi sebagai caleg terpilih dalam Pemilihan Legislatif Dapil II di Kabupaten Gunungkidul adalah membangun citra (image), membangun simpati, dan membangun dukungan.

Kata Kunci: *Strategi Pemenangan, Marketing Politik*

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adhimas Nur Kusumo

NIM : 11370031

Jurusan : Siyasah

Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika ternyata dikemudian hari terbukti plagiasi maka kami bersedia untuk ditinjau kembali hak kesarjanaannya.

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Yang menyatakan,



Adhimas Nur Kusumo
NIM. 11370031



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Adhimas Nur Kusumo
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
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 : Adhimas Nur Kusumo
NIM : 11370031
Judul Skripsi : POSISION ACTOR DALAM SISTEM PEMILU
LEGISLATIF DI DAPIL II KABUPATEN GUNUNG
KIDUL PERSPEKTIF SIYASAH

Sudah dapat diajukan kepada Jurusan Hukum Tata Negara Islam (Siyasah Syar'iyah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Pembimbing,

Dr. Subaidi, S.Ag., M.Si
NIP. 19750517 200501 1 004



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor : B-1358/Un.02/DS/PP.00.9/05/2018

Tugas Akhir dengan Judul: POSISION ACTOR DALAM SISTEM PEMILU LEGISLATIF DI
DAPIL II KABUPATEN GUNUNG KIDUL PERSPEKTIF
SIYASAH

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : ADHIMAS NUR KUSUMO
Nomor Induk Mahasiswa : 11370031
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Mei 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B
Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Subaidi, S.Ag., M.Si.
NIP. 19750517 200501 1 004

Penguji I

Drs. H. Oman Fathurohman SW, MAg
NIP. 19570302 198503 1 002

Penguji II

Dr. Moh. Tamtowi, M.Ag.
NIP. 19720903 199803 1 001

Yogyakarta, 16 Mei 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Syariah'ah dan Hukum
DEKAN



Moh. Najib, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19710430 199503 1 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/u/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

<i>Huruf Arab</i>	<i>Nama</i>	<i>Huruf Latin</i>	<i>Keterangan</i>
ا	Alīf	Tidak dilambangkan	
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ṡa'	ṡ	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā'	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sād	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Tâ'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	'el
م	Mīm	M	'em
ن	Nūn	N	'en
و	Wāwu	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

مُتَعَدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbūtah* di akhir kata

1. Bila *ta' Marbūtah* di baca mati ditulis dengan *h*, kecuali kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جَزِيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

2. Bila *ta' Marbūtah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' Marbūtah* hidup dengan *hârakat fathâḥ*, *kasrah* dan *dâmmah* ditulis *t*

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1	<i>fathah+alif</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	<i>fathah+ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
	تَنَسَّى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	<i>Kasrah+ya' Mati</i>	Ditulis	<i>Ī</i>
	كَرِيم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4	<i>dammah+wawu mati</i>	Ditulis	<i>Ū</i>
	فُرُوض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	<i>fathah+ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>bainakum</i>
2	<i>fathah+wawu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
	قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata

Penulisan vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan tanda apostrof (‘)

1	أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
2	لَيْنُ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif+Lām

1. Bila kata sandang *Alif+Lām* diikuti huruf *qamariyyah* ditulis dengan *al*.

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila kata sandang *Alif+Lām* diikuti *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta dihilangkan huruf *l* (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>as-Syams</i>

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

J. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ẓawî al-furūd</i>
	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

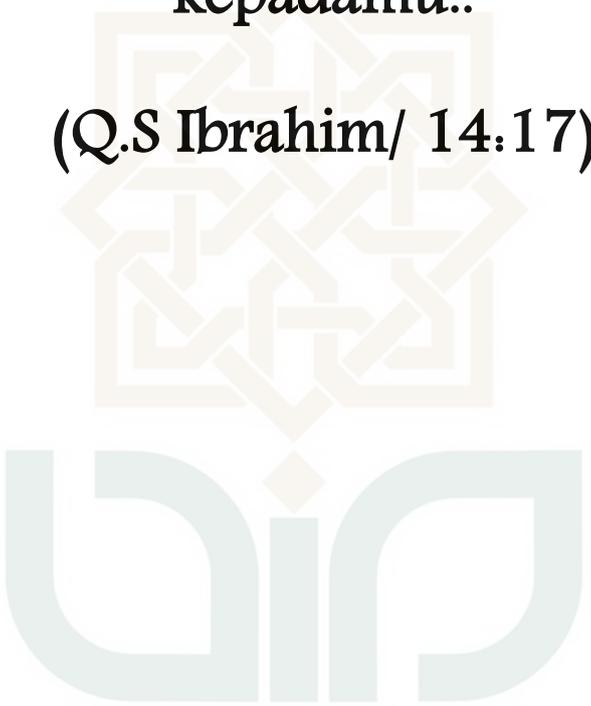
- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.



MOTTO

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur,
pasti Kami akan menambah (nikmat)
kepadamu..”

(Q.S Ibrahim/ 14:17)¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Fokus Media,2010), hlm 257

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini

Penulis persembahkan kepada:

Almh. Ibu dan Alm. Bapak,

Almamater,

Fakultas Syari'ah dan Hukum,

Prodi Siyasah,

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ
اللَّهِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ
وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ.

Puji dan syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai . Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M. A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. H. Agus Moh. Najib, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. H. Oman Fathurohman SW, M.Ag. dan Bapak Dr. Moh. Tamtowi, M.Ag., selaku Ketua dan Sekretaris jurusan Siyasah Syariah dan Hukum dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Subaidi, S.Ag., M.Si., selaku Dosen Pembimbing skripsi
5. Bapak Prof. Dr. H. Abd. Salam Arief, M.A., selaku Dosen Penasehat Akademik

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Anisha Yuniar Wati, S.H., kakak perempuan yang selalu mendukung saya dan memberikan doa terbaik.
8. Azhari Nur Kusumo, S.Ei., beserta keluarga besar yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan baik dalam bentuk materi maupun non materi.
9. Sarwadi dan Iin, beserta keluarga yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan semangat
10. Fajri, Samsul, Bustanudin, beserta teman-teman Sisayah Fakultas Syariah dan Hukum Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2011.
11. Ma'ruf, Zika, Safrina, Said dan Yana yang selalu memberika dukungan serta semangat kepada saya.
12. Andienahar Bento, Yuni Benthii, Rizak, Krisna dan teman- teman sehibi beserta keluarga besar TAWON LANANG SCOOTERACE.
13. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Yogyakarta, 13 Februari 2018

Peneliti

Adhimas Nur Kusumo
NIM. 11370031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN SURAT PENGESAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xvi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan	6
D. Telaah Pustaka	6
E. Kerangka Teori	9

F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI DAN GAMBARAN UMUM OBYEK	
PENELITIAN.....	20
A. Konsep Marketing.....	20
B. Aktifitas Marketing dalam Domain Politik	23
C. Konsep Marketing Politik.....	30
D. Sistem Pemilihan Dalam Islam.....	40
E. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
1. Letak Geografis.....	45
2. Data Kependudukan.....	47
3. Pendidikan.....	49
4. Sosial dan Budaya.....	50
BAB III POSISION ACTOR DALAM SISTEM PEMILU LEGISLATIF DI	
INDONESIA	51
A. Sistem Pemilu Di Indonesia.....	51
1. Gambaran Umum Sistem pemilu.....	51
2. Pemilihan Umum Anggota Legislatif Tahun 2014.....	54
3. Pemilihan Umum Presiden/Wakil Presiden Tahun 2014	57
B. Posisi Actor.....	57

BAB IV STRATEGI ACTOR DALAM PEMILU LEGISLATIF 2014

.....	60
A. Marketing politik dan Personal Branding SUKARDI	60
1. Produk (Product).....	61
2. Promosi (Promotion).....	64
3. Harga (Price).....	65
4. Tempat (Place).....	66
5. Segmentasi	66
B. Posisi Dan Strategi Sukardi Dalam Pemilu Legislatif dalam Perspektif Siyarah.....	68
1. Posisi Sukardi	68
2. Strategi Sukardi dalam pemilu legislatif perspektif siyahsah.....	71
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN- LAMPIRAN	76
BIOGRAFI PENULIS	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Perolehan Suara Caleg wilayah Dapil II Gunungkidul .	4
Tabel 2. Data Agama yang Dianut Oleh Penduduk Nglipar	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketika bicara tentang pemilu, baik pemilu eksekutif maupun legislatif, maka topik pembicaraannya bukan sekedar bagaimana sirkulasi kekuasaan itu dilakukan, bagaimana cara memilih dan mendelegasikan kedaulatan, akan tetapi yang tidak kalah menarik dari penyelenggaraan pemilu adalah bagaimana seseorang bisa mendapatkan kekuasaan dan kemenangan dalam pemilu tersebut. Kampanye adalah bagian dari inheren dari kegiatan pemilu. Kampanye merupakan serangkaian agenda partai atau perorangan yang berkaitan dengan rekrutmen massa sebagai basis politik. Rekrutmen tersebut dilakukan dengan cara pengumpulan massa, parade, orasi dengan pemaparan program kerja. Hal ini dilakukan guna mempengaruhi opini publik dengan pemasangan atribut partai (misalnya bendera, poster, spanduk). Dan pengiklanan partai melalui media cetak ataupun elektronik. Hal ini dimaksudkan untuk sosialisasi program kerja dalam mempengaruhi opini publik.¹

Strategi dalam menghadapi pemilihan legislatif daerah merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh timkampanye yang memiliki tujuan mencapai kemenangan atas sasaran yang ditentukan dalam pileg.

¹Firmanzah, Marketing Politik, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010) hlm. 217.

Sasaran merupakan apa yang ingin dicapai oleh kandidat tim kampanye dalam hal ini adalah target dukungan pemilihan dan tim kampanye dalam hal ini adalah target dukungan pemilihan yang mewujudkan dalam pemberian suara kepada kandidat tersebut.² Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu.³ Dalam kamus politik, strategi diartikan sebagai ilmu dan seni yang menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan terutama dalam hal perang dan damai.⁴ Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Berdasar pengalaman dilapangan, maka secara garis besar dua strategi yang sering digunakan oleh kontestan, yang pertama yaitu strategi pemenangan dengan menggunakan kampanye terbuka, dan yang kedua strategi yang menggunakan media sebagai alat untuk memenangkan kontestasi, serta jasa tim pemenangan.

Pada pemilu legislatif 2014 Kabupaten Gunung Kidul, terdapat 447 Caleg yang terdaftar secara sah di KPU Gunung Kidul, yang tersebar di V daerah pilihan. Daerah pilihan tersebut adalah Daerah Pilihan I meliputi Kecamatan Semanu, Kecamatan Wonosari, dan Kecamatan Playen. Daerah Pilihan II meliputi

² Salatun Dalula Sayuti, *Komunikasi Pemasaran Politik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014) hlm.109.

³Wikipedia bahasa indonesia, <http://id.wikipedia.org/strategi> akses 7 Juni 2015.

⁴ BN Marbun, *Kamus Politik*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 349.

Kecamatan Patuk, Kecamatan Gedangsari, Kecamatan Nglipar, dan Kecamatan Ngawen. Daerah Pilihan III meliputi Kecamatan Semin, Kecamatan Karangmojo, dan Kecamatan Ponjong. Daerah Pilihan IV meliputi Kecamatan Rongkop, Kecamatan Girisubo, Kecamatan Tepus, dan Kecamatan Tanjungsari. Daerah Pilihan V meliputi Kecamatan Paliyan, Kecamatan Saptosari, Kecamatan Panggang, dan Kecamatan Purwosari. Dari 447 calon legislatif yang tersebar di lima daerah pilihan yang lolos menjadi anggota legislatif DPRD Kabupaten Gunung Kidul hanya 45.⁵ Tentunya setiap anggota legislatif mempunyai strategi dan cara kampanye yang berbeda-beda untuk memenangkan pemilu legislatif tersebut. Oleh karena itu, menjadi menarik untuk melihat bagaimana cara anggota legislatif meyakinkan masyarakat agar memilihnya dalam pemilu.

Penyusun memilih lokasi penelitian di wilayah daerah pilihan II Gunungkidul. Wilayah daerah pilihan II Gunungkidul terdiri dari empat kecamatan yaitu Kecamatan Patuk, Kecamatan Gedangsari, Kecamatan Nglipar, dan Kecamatan Ngawen. Di daerah pilihan II terdapat 83 calon legislatif dan dimenangkan oleh 8 (delapan) Caleg yaitu : Arif Wibawa, S.Pd.T. (Partai Keadilan Sejahtera), Sukardi (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan), Wahyu Pradana Ade Putra (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan), Sarjana, S.E. (Partai Golongan Karya), Ngadiyono, S.E. (Partai Gerakan Indonesia Raya), Eko Rustanto, S.E., M.M. (Partai Demokrat), Edi Susilo (Partai Amanat Nasional), Suharjo, S.E. (Partai Amanat Nasional).

⁵ Sumber Data dari Komisi Pemilihan Umum Daerah Gunung Kidul (KPUD Gunung Kidul), akses 8 Agustus 2015

Perolehan suara para Caleg dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

NO.	NAMA CALEG	PARTAI PENGUSUNG	PEROLEHAN SUARA
1.	Sukardi	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	6.412
2.	Edi Susilo	Partai Amanat Nasional	5.225
3.	Wahyu Pradana Ade Putra	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	4.755
4.	Suharjo, S.E.	Partai Amanat Nasional	4.221
5.	Eko Rustanto, S.E., M.M.	Partai Demokrat	2.849
6.	Arif Wibawa, S.Pd.T.	Partai Keadilan Sejahtera	2.832
7.	Sarjana, S.E.	Partai Golongan Karya	2.014
8.	Ngadiyono, S.E.	Partai Gerakan Indonesia Raya	1.582

Tabel 1. Daftar Perolehan Suara Caleg wilayah Dapil II Gunungkidul⁶.

Berdasarkan data diatas, dapat dipahami bahwa ada kenyataan menarik dimana anggota legislatif yang baru terjun ke ranah politik mendapat sambutan

⁶ Data Komisi Pemilihan Umum Daerah Gunungkidul (KPUD Gunungkidul), akses tanggal 8 Agustus 2015.

yang baik dari masyarakat. Hal ini berbanding terbalik dengan calon *incumbent* yang mendapat suara yang tidak terlalu signifikan, walaupun tetap terpilih. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penyusun merasa perlu untuk melakukan penelitian.

Selanjutnya, penulis mengambil subyek anggota legislatif dari perolehan suara tertinggi, yaitu Sukardi dan Wahyu Pradana Ade Putra. Keduanya merupakan caleg yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Secara mengejutkan, Sukardi berhasil memenangkan/menduduki kursi DPRD Kabupaten Gunungkidul pada Pemilu 2014 dengan perolehan suara paling tinggi, mengingat dirinya baru pertama kalinya mencalonkan diri sebagai anggota legislatif. Sedangkan Wahyu Pradana Ade Putra merupakan calon *incumbent* dari partai yang sama. Lalu, yang menjadi pertanyaan adalah mengapa strategi yang digunakan Wahyu Pradana Ade Putra (*incumbent*) kalah dibandingkan dengan Sukardi yang baru pertama kali mencalonkan diri sebagai anggota legislatif?

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh anggota legislatif tersebut sehingga dapat memenangkan pemilihan legislatif di Dapil II Gunungkidul pada tahun 2014.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem pemilu legislatif di indonesia ?

2. Bagaimana posisi aktor Sukardi dalam Pemilihan Legislatif Dapil II di Kabupaten Gunungkidul?
3. Bagaimana strategi Sukardi untuk memperoleh simpatik dan kemenangan dalam Pemilihan Legislatif Dapil II dalam perspektif siyasah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dijelaskan tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebaga berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem pemilu legislatif di Indonesia.
2. Menjelaskan bagaimana posisi aktor Sukardi dalam pemilihan legislatif dapil 2 di Kabupaten Gunungkidul.
3. Untuk menjelaskan tentang efektifitas strategi pemenangan Sukardi di pemilihan legislatif Dapil II Kabupaten Gunungkidul 2014 dalam menduduki kursi DPRD Kabupaten Gunungkidul.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Teoritis : Memperkaya pengetahuan tentang strategi pemenangan anggota legislatif.
2. Praktis : Memberikan kontribusi lain kepada peneliti selanjutnya dalam bidang politik, khususnya masalah partai.

D. Telaah Pustaka

Sebelum melakukan penelitian ini, penyusun telah melakukan beberapa penelusuran literatur mengenai kampanye politik, diantaranya sebagai berikut :

Buku berjudul "*Kiat Cerdas Berkampanye di Depan Publik*"⁷ merupakan buku kedua karya Charles Bonar Siriat. Buku ini bagaikan penerang ditengah kegelapan rimba pemilu, ibarat kompas ditengah disorientasi arah strategi politik serta bagai resep yang menarik untuk meracik hidangan kampanye yang gurih bagi para pemilih. Karena dalam buku ini dipaparkan bagaimana berkampanye yang unik serta berbeda untuk memikat hati para pemilih, khususnya dalam partai politik.

Disamping penelusuran buku-buku, penyusun juga telah membaca referensi lain yang bersumber dari skripsi. Adapun diantaranya adalah sebagai berikut :

Skripsi pertama berjudul "*Strategi Marketing Mix dalam Kampanye Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah: Studi Deskriptif pada Tim Pemenangan Haryadi Suyuti-Imam Priyono dalam Pemilukada Kota Yogyakarta Tahun 2011*"⁸. Skripsi yang ditulis oleh Badrul Munir tersebut membahas mengenai penerapan *marketing mix* dalam pemenangan pasangan HS-IP dalam kampanye pemilihan kepala daerah pada Pemilukada Kota Yogyakarta tahun 2011. Dengan menggunakan pendekatan sosiologi, menjelaskan strategi marketing mix yang digunakan tim pemenangan pasangan HS-IP. Strategi ini memenangkan pasangan tersebut selama pelaksanaan pemilukada baik pada pra kampanye, saat kampanye dan sampai pada saat pemilihan.

⁷ Charles Bonar Siriat, *Kiat Cerdas Berkampanye di Depan Publik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2009.

⁸ Badrul Munir, *Strategi Marketing Mix dalam Kampanye Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Deskriptif pada Tim Pemenangan Haryadi Suyuti-Imam Priyono dalam Pemilukada Kota Yogyakarta Tahun 2011)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2012.

Skripsi kedua milik Ahmad Fauzi yang berjudul “*Strategi Caleg Partai Gerindra dalam Pemilu 2014 di Kecamatan Geger Kabupaten Madura*”⁹ yang membahas strategi kampanye yang dilakukan oleh Partai Gerindra melalui sosial keagamaan dan pendidikan dengan pendekatan terhadap tokoh-tokoh Kyai dan Kepala Desa.

Yang ketiga adalah Skripsi berjudul *Etika Kampanye Politik Perspektif Politik Islam*¹⁰, meninjau beberapa penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh kebanyakan elit politik dalam pelaksanaan kampanye untuk mendapatkan keuntungan individu ataupun kelompok yang dilihat dari sudut pandang politik Islam.

Selanjutnya, skripsi berjudul *Kampanye PKNU Bondowoso pada Pemilu Legislatif 2009*¹¹ yang merupakan tulisan dari Nur Fadilah, mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2012. Skripsi ini menggunakan pendekatan sosiologis dan normatif, dimana pelaksanaan kampanye dikaji dalam perspektif fiqh siyasah. Dalam skripsi tersebut, digambarkan bagaimana kampanye PKNU khususnya DPC Bondowoso sebagai partai baru untuk meraih dukungan masyarakat ditangan basis sosial yang belum kuat diranah lokal.

⁹ Ahmad Fauzi, *Strategi Kampanye Caleg Partai Gerindra dalam Pemilu 2014 di Kecamatan Geger Kabupaten Madura*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2014

¹⁰ Ibnu Ubaidillah. *Etika Kampanye Politik Perspektif Politik Islam*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2010

¹¹ Nur Fadilah. *Kampanye PKNU Bondowoso pada Pemilu Legislatif 2009*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2012

Kajian mengenai berbagai macam kampanye memang telah banyak dilakukan oleh banyak kalangan, pemikir, akademisi, peneliti, maupun perseorangan. Namun sejauh yang penyusun ketahui, secara spesifik belum muncul kajian Pemilihan Anggota Legislatif di Kecamatan Nglipar pada pileg 2014 perspektif siyasah.

Untuk itu, menurut hemat penyusun, penelitian ini layak dilakukan dalam rangka menambah dan mewarnai khazanah keilmuan umumnya, pengetahuan strategi pemenangan.

E. Kerangka Teori

Demi mempermudah kerangka berfikir penelitian yang menerapkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor terhadap suatu masalah yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah, teori digunakan untuk menjelaskan hubungan yang timbul antara beberapa variabel yang berkaitan. Maka penyusun akan menjelaskan tentang strategi pemenangan anggota legislatif menggunakan teori marketing politik Islam.

Marketing merupakan sebuah metode/cara untuk menjalankan jalannya organisasi secara keseluruhan dan merupakan segala bentuk fungsi organisasi dan berbagai bentuk proses untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada konsumen sehingga dapat menguntungkan bagi organisasi. Sedangkan marketing politik adalah seperangkat metode yang dapat memfasilitasi kontestan (individu maupun partai politik) dalam memasarkan inisiatif politik, gagasan politik, isu politik, ideologi politik, karakteristik pemimpin partai dan program kerja partai

kepada masyarakat¹². Agar organisasi berhasil dalam memenangkan persaingan disetiap pemilu ditengah dinamika lingkungan yang bergejolak serta persaingan ketat, sebuah organisasi harus mendesain strategi yang berorientasi pada pasar/pemilih.

Dengan strategi yang berorientasi pada pemilih, sebuah organisasi mampu memahami dan mengantisipasi segala sesuatu yang terkait dengan keinginan dan kebutuhan pemilih¹³. Dalam dinamika politik yang semakin terbuka keniscayaan kandidat yang berlaga dalam pemilu tidak hanya ditentukan oleh faktor figur. Adanya marketing politik yang baik, melalui iklan politik dan kampanye politik misalnya, secara tidak langsung dapat memberikan pemahaman yang koheren pada pemilih yang akan menyumbang suaranya pada pemilihan umum.

Dalam Islam, pemasaran merupakan strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu penjual (kandidat) kepada pembeli (pemilih), yang keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip dalam Islam. Dalam pemasaran Islam terdapat 4 nilai yang dapat menjadi panduan bagi pemasar (kandidat) sebagai berikut :

Pertama : Teitis (*rabaniyyah*). Salah satu ciri khas pemasaran Islam yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifat religius (*diniyyah*). Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa

¹² <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/22113/4/chapter%201.pdf> . diakses pada 8 Agustus 2016

¹³ Arif Sugiono. *Strategic Political Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Ombak. 2013. Hlm. 156.

hukum-hukum syariat yang teitis atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dalam segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarkan kemaslahatan.

Syariah marketer meyakini bahwa Allah SWT selalu dekat dan mengawasinya ketika dia melaksanakan segala macam bentuk kegiatan dalam pemasarannya. Dia pun yakin bahwa Allah SWT akan meminta pertanggungjawaban darinya atas pelaksanaan syariat pada hari ketika semua orang dikumpulkan untuk diperlihatkan amal-amalnya (di hari kiamat). Jadi seorang kandidat dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar harus mematuhi hukum-hukum syariah. Mulai dari strategi pemasaran, memilah-milah pasar (segmentasi), kemudian memilih pasar mana yang lebih fokusnya (targeting), hingga menetapkan identitas yang senantiasa tertanam dalam benak pemilih.

Kemudian, ketika dia harus menyusun taktik pemasaran, apa yang menjadi keunikan seorang kandidat tersebut dibanding dengan kandidat lain, begitu juga dengan *marketing mix-nya*, dalam mendesain produk, menetapkan harga, penempatan dan melakukan promosi, senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius. Ia harus senantiasa menempatkan kebesaran Allah diatas segala-galanya. Apalagi dalam melakukan proses pemasaran yang sering menjadi tempat seribu satu macam kesempatan untuk melakukan kecurangan dan penipuan, kehadiran nilai-nilai religius menjadi sangat penting. Oleh karena itu, seorang kandidat dalam

pemasarannya selain tunduk kepada hukum-hukum Islam, juga senantiasa menjauhi segala larangan-larangannya dengan sukarela, pasrah, dan nyaman, didorong oleh bisikan dari dalam, bukan dari luar. Oleh sebab itu, jika suatu saat hawa nafsu menguasai dirinya lalu ia akan melakukan pelanggaran terhadap perintah dan larangan Islam, misalnya memberi keterangan palsu, ingkar janji dan lain sebagainya.

Kedua: Etis (*akhlaqiyyah*), dalam pemasaran Islam sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Kasus korupsi di negara kita menunjukkan bahwa nilai-nilai etika dan moral sudah tidak lagi menjadi pedoman bagi para elit politik. Segala cara dihalalkan asalkan bisa mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, sudah sepatutnya ini bagi para kandidat untuk selalu memelihara moral dan etika dalam setiap tutur kata, perilaku, dan keputusan-keputusannya¹⁴.

Dalam upaya memenangkan kontestasi pileg, calon sering menyiapkan anggaran sangat besar untuk diberikan kepada para pemilih dalam rangka “membeli” suara mereka agar mau memilih sang calon. Tidak diragukan lagi, pemberian yang dikenal dengan *money politics* ini merupakan suatu bentuk *risywah* (sogok atau suap). Islam melarang dengan keras segala bentuk *risywah*. Dalam konteks pemilu, peran sebagai *ar-rasyi* (penyuap) seringkali dimainkan oleh tim sukses para kontestan pemilu, padahal hal ini dilarang dalam Islam¹⁵.

¹⁴ Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung : PT Mizan Pustaka, 2006), hlm. 28-33.

¹⁵ Malik Madani, *Politik Berpayung Fiqih*, (Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2010), hlm. 26-27.

Ketiga : Realistis (*al-waqi'iyah*). Dalam nilai realitas ini, mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, dan aspek moral. Nilai religius misalnya, dalam berpakaian menggunakan peci, nilai kesalehan dapat dilihat dari cara berpenampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja. Aspek moral dapat dilihat dari sikap seorang marketer yang ramah dan santun terhadap sesama.

Jabatan politik tidak untuk melahirkan kesetiaan golongan sempit, serta perlakuan tidak adil dan tidak jujur. Jabatan politik dan kekuasaan politik bukanlah tujuan, tetapi hanyalah sarana untuk mencapai tujuan yang lebih hakiki yaitu mengabdikan kepada Allah SWT. Kalau persepsi kita tentang jabatan politik demikian halnya, tentunya untuk meraih dan mencapainya diperlukan prosedur dan cara-cara yang sesuai dengan keluhuran nilai politik tersebut. Tujuan menghalalkan segala cara, sebagaimana yang dikemukakan oleh Machiavelli tentunya harus kita hindarkan. Begitu pula cara-cara yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran illahi, seperti menghasut, menyebar fitnah dan berita bohong, mengadu domba harus kita hindari. Kerena bagaimanapun, untuk mencapai tujuan yang luhur dan mulia harus dilakukan dengan cara-cara yang luhur dan mulia pula¹⁶.

Keempat : Humanitis (*insaniyyah*), pengertian humanitis (*insaniyyah*) adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiannya terjaga dan dapat dipelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dengan memiliki nilai humanitis, ia menjadi

¹⁶ Hermawan Khaeron, Etika Politik Islam : Paradigma Politik Bersih, Cerdas Santun Berbasis Nilai Islam. Cet. Ke-1 (Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia, 2013), hlm. 190.

manusia yang terkontrol, dan seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang kering hati dengan kepesulian sosial.

Syariah Islam adalah syariah yang humanitis (*insaniyyah*). Syariat untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status sosial. Hal ini yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariat humanitis universal. Dalam *ukhuwah insaniyyah* (persaudaraan antar manusia) Islam mengarahkan seruannya kepada seluruh manusia, bukan kepada sekelompok orang tertentu atas dasar ikatan persaudaraan antar sesama manusia. Sehingga mereka tidak boleh melupakan tujuan dibalik perbedaan tersebut, yaitu untuk saling mengenal dan menolong, bukan untuk saling menaklukkan dan memerangi. Saling percaya satu sama lain, bukan saling curiga. Saling membantu, bukan saling mencelakakan.

Dalam pemasaran politik seorang kandidat dilarang melakukan *ghibah* (mengumpat/menjelek-jelekkan). Ghibah adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan, dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya. Ini menunjukkan kelicikan, sebab sama saja dengan menusuk dari belakang. Sikap semacam ini merupakan salah satu bentuk penghancuran karakter, sebab pengumpatan dengan model semacam ini, berarti melawan orang lain yang tidak beradab¹⁷.

¹⁷ Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hlm. 91.

F. Metode Penelitian

Agar penelitian berjalan dengan baik dan memperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan, maka peneliti ini memerlukan suatu metode tertentu. Metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penyusunan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penyusun mengadakan penyelidikan berdasarkan objek penelitian atau lapangan, dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah pemilihan anggota legislatif di Kecamatan Nglipar pada pileg 2014 perspektif siyasah¹⁸.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data penelitian (responden) dilapangan¹⁹. Data ini berasal dari pembicaraan informal melalui wawancara langsung dengan anggota legislatif DPRD Kabupaten Gunungkidul dari Dapil II yang mampu memberikan gambaran serta menjelaskan bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan sehingga dapat memenangkan kursi di DPRD Kabupaten Gunungkidul pada pemilu legislatif 2014.

¹⁸ M. Hariwijaya dan Bisri M. Djaelani, Teknik Penulisan Skripsi dan Thesis: Landasan Teori Hipotesis Analisis Data Kesimpulan (Yogyakarta: Zenith Publisher 2006), hlm. 44.

¹⁹ I Made Wirartha, Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan Tesis (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm. 37.

b. Data Sekunder

Data sekunder terdiri dari dokumen baik buku, majalah, koran, website, dan lain-lain yang dianggap dapat mendukung dan memperkaya proses eksplorasi serta pembedahan masalah yang diteliti.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan bertanya langsung kepada informan dengan berpedoman dengan daftar pertanyaan (*interview guide*). Peneliti berperan mengkomunikasikan pertanyaan-pertanyaan inti sebagaimana tertera dalam *interview guide* sehingga informan dapat memahami pertanyaan tersebut. Dalam wawancara mendalam ini mungkin penyusun dapat menggali lebih jauh jawaban informan dengan pertanyaan-pertanyaan baru yang merupakan pengembangan dari pertanyaan inti yang ada dalam *interview guide*.

Wawancara secara mendalam kepada informan (*key person*) anggota legislatif DPRD Kabupaten Gunungkidul khususnya wilayah dapil II.

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala-gejala sosial yang relevan dengan objek penelitian. Penyusun menggunakan observasi non partisan, yakni peneliti tidak secara penuh mengambil bagian dari kehidupan yang diteliti. Penulis hanya mengadakan

pengamatan dan pencatatan terhadap sikap, pendapat, pengetahuan, pemahaman, kegiatan, dan hal-hal lain yang sekiranya dapat mendukung penelitian.

4. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosial politik, yaitu pendekatan yang mempelajari hubungan antara perseorangan atau kelompok dengan perseorangan, atau kelompok lain, serta lembaga yang timbul karenanya atau didalamnya²⁰. Pendekatan ini dimaksudkan untuk mempelajari manusia itu sendiri serta perilaku politiknya dalam kampanye sehingga masyarakat dalam lingkup daerah pemilihan II Kabupaten Gunungkidul khususnya Kecamatan Nglipar memberikan suaranya kepada calon anggota legislatif DPRD Kabupaten Gunungkidul pada pemilu legislatif 2014 di Kabupaten Gunungkidul.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara menganalisis, bagaimana memanfaatkan data yang telah terkumpul untuk digunakan dalam pemecahan masalah penelitian²¹. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kualitatif yang lazim digunakan ketika mengumpulkan data terlibat (participant observation), wawancara mendalam (indepth interview), dan studi dokumen. Data berupa kata-kata, sehingga dengan metode ini akan sangat kaya dengan deskripsi.

²⁰ M. Rondon, *Metode Ilmu Perbandingan Agama Suatu Pengantar Awal*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1996), hlm. 106

²¹ Burhan Ashof, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rieneke Cipta, 1966), hlm. 124.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat lima bab. Dalam setiap bab dibagi dalam beberapa sub bab yang disesuaikan dengan luasnya pembahasan. Adapun sistematikanya sebagai berikut :

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah yang merupakan sebuah deskripsi tentang beberapa faktor yang menjadi dasar timbulnya masalah yang akan diteliti. Pokok masalah memuat bagian dari permasalahan yang akan diangkat dalam sebuah penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian, dalam hal ini disesuaikan dengan rumusan masalah karena tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk menjawab pokok masalah yang ditimbulkan dari latar belakang masalah. Telaah pustaka, memberikan keterangan dan penjelasan yang akan penyusun teliti belum pernah diteliti sebelumnya. Kerangka teoritik, adalah gambaran secara global tentang cara pandang dan alat untuk menganalisa data hyang diteliti. Metode penelitian, yaitu merupakan penjelasan metodologis dari teknik dan langkah-langkah yang akan ditempuh dalam kmengumpulkan dan menganalisa data. Sedangkan sistematika pembahasan adalah sebagai pedoman klasifikasi data serta sistematika yang akan ditetapkan pokok masalah yang akan diteliti.

Bab kedua, membahas tentang teori marketing dan konsep politik. Bab ini dibagi dalam tiga sub bab yang berbeda antara lain, penjelasan tentang apa itu teori marketing politik, konsep siyasah dalam memilih pemimpin, dan tentunya tidak lupa membahas tentang profil lengkap objek dalam penelitian ini yaitu

Sukardi dan Wahyu Pradana Ade Putra beserta kongsi-kongsi politiknya. Hal ini tentu saja dimaksudkan untuk lebih mendalami tentang profil politik sang pemenang pileg dapil II di Kecamatan Nglipar Kabupaten Gunungkidul tersebut.

Bab ketiga, membahas Gambaran umum objek penelitian yang didalamnya berisi segala macam informasi tentang objek penelitian, dalam hal ini Kecamatan Nglipar itu sendiri. Hal-hal yang dijelaskan berkaitan dengan letak geografis, pendidikan masyarakat, keadaan sosial dan segala hal yang berkaitan dengan kondisi masyarakat di Kecamatan Nglipar. Hal ini dibutuhkan untuk dapat membaca strategi apa yang cocok untuk diterapkan dalam pileg 2014.

Bab keempat, membahas tentang analisis strategi pemenangan anggota legislatif DPRD di Kabupaten Gunungkidul dalam konsep marketing politik Islam. Di sub bab kedua membahas tentang efektifitas strategi pemenangan yang digunakan dalam pemilihan anggota legislatif di daerah pilihan II Kecamatan Nglipar, Kabupaten Gunungkidul.

Bab kelima dan yang terakhir adalah penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan penelitian dan saran-saran sebagai akhir dari pengkajian penelitian ini.

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Penulis telah melakukan penelitian mengenai marketing politik yang digunakan oleh Sukardi sebagai caleg terpilih dalam Pemilihan Legislatif Dapil II di Kabupaten Gunungkidul. Pemahaman yang dapat disimpulkan dari bab pertama hingga akhir, sebagai jawaban dari rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bahwa sistem Pemilu Legislatif di Indonesia telah dijalankan sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
2. Posisi Aktor Sukardi dalam Pemilu Legislatif sudah sesuai dengan syarat dan ketentuan yang tertuang dalam UU Republik Indonesia No. 10 tahun 2008. Dalam melakukan kampanyenya, Sukardi melakukan beberapa cara :
 - a. Personal branding yang dibangun oleh Sukardi sebagai seorang calon legislatif dalam perspektif Islam sangatlah efektif. Cara berpikir Sukardi dalam menyelesaikan permasalahan yang dia hadapi sebagai Kepala Desa membuat dia mendapat imej yang baik dimata masyarakat. Pembangunan desa yang lebih merata dalam masa pemerintahan Sukardi menjadi alasan kuat mengapa masyarakat ingin Sukardi tetap menjadi panutan bagi

masyarakat sekitarnya. Selanjutnya, Sukardi mampu memenuhi keinginannya sebagai caleg sehingga terpilih mendapatkan suara terbanyak dalam pemilu legislatif di Dapil II Gunungkidul. Tidak hanya keinginannya, namun keinginan masyarakat yang lebih luas, karena pada dasarnya dia maju menjadi calon legislatif adalah karena masyarakat yang menginginkannya untuk maju dan menyelesaikan pembangunan yang lebih merata di Gunungkidul. Dua hal diatas membuktikan bahwa personal branding Sukardi sukses dan sudah sesuai dengan apa yang dimaksud dalam hukum islam atau pun siyasah.

B. Saran

Hasil dari penelitian ini memerlukan saran dan kritik sebagai upaya perbaikan ke depan. Dalam proses penulisan skripsi ini muncul suatu kekurangan dan membutuhkan kajian ulang yang lebih lengkap dan kritis untuk menambah ilmu pengetahuan dan aplikasi dari studi marketing politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashof, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rieneke Cipta, 1966.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, "*Kecamatan Nglipar dalam Angka; Nglipar District in Figures*". BPS: 2013.
- Butler, Patrick., and Neil Collins (1999), "A Conceptual Framework for Political Marketing", in *Handbook of Political Marketing*, ed Bruce I. Newman Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Fadilah, Nur. *Kampanye PKNU Bondowoso pada Pemilu Legislatif 2009*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2012.
- Fauzi, Ahmad. *Strategi Kampanye Caleg Partai Gerindra dalam Pemilu 2014 di Kecamatan Geger Kabupaten Madura*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2014.
- Firmanzah. *Marketing Politik*, Jakarta: YayasanPustakaObor Indonesia, 2010.
- Hariwijaya, M., dan Bisri M. Djaelani. *Teknik Penulisan Skripsi dan Thesis: Landasan Teori Hipotesis Analisis Data Kesimpulan*. Yogyakarta: Zenith Publisher 2006.
- Kertajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung : PT MizanPustaka, 2006.
- Khaeron, Hermawan. *Etika Politik Islam : Paradigma Politik Bersih, Cerdas Santun Berbasis Nilai Islam*. Cet. Ke-1, Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia, 2013.
- Madani, Malik. *Politik Berpayung Fiqih*, Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2010.
- Marbun, BN. *Kamus Politik*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Munir, Badrul. *Strategi Marketing Mix dalam Kampanye Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Deskriptif pada Tim Pemenangan Haryadi Suyuti- Imam Priyono dalam Pemilukada Kota Yogyakarta Tahun 2011)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2012.
- Nursal, Adman. *Political Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- O'cass, Aron. "*Political Marketing and the Marketing Concept*," *European Journal of Marketing* vol.30 No.10/11, 1996, pp 37.
- Ormrod, Robert P. "*A Conceptual Model of Political Marketing Orientation*", by Haworth Press 2005.

O'Soughnessy, Nicholas J., and Stephen C.M Henneberg, "The Idea of Political Marketing", associate ed. p.cm. Cambridge: Prager Publisher, 2002, 68.

Philip and Neil Kotler, "Political Marketing; Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes", in Handbook of Political Marketing, ed Bruce I. Newman Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Rondon, M. *Metode Ilmu Perbandingan Agama Suatu Pengantar Awal*, Jakarta: Raja Grafindo, 1996.

Sayuti, Salatun Dalula. *Komunikasi Pemasaran Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Siriati, Charles Bonar. *Kiat Cerdas Berkampanye di Depan Publik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2009.

Sugiono, Arif. *Strategic Political Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Ombak. 2013.

Ubaidillah, Ibnu. *Etika Kampanye Politik Perspektif Politik Islam*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2010.

Wirartha, I Made. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan Tesis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

Wring, Dominic. "Reconciling Marketing with Political Science: Theories of Political Marketing", Journal of Marketing Management, 1997, Vol 13, pp.651-663

Internet :

Komisi Pemilihan Umum Daerah Gunung Kidul (KPUD Gunung Kidul), akses 8 Agustus 2015.

Wikipedia bahasa Indonesia, <http://id.wikipedia.org/strategi> akses 7 Juni 2015.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/22113/4/chapter%201.pdf> . diakses pada 8 Agustus 2016.

Background politik?

kepala desa sdh 18th. Tdk bisa mencalonkan lg menjadi lurah.

program visi misi yg berkelanjutan dan blm terpenuhi. Contoh (efisiensi biaya pertanian) seperti alat pupuk dan bibit, pembangunan infrastruktur (seperti jln desa), tingkat pendidikan rendah (sekolah kejuruan bg anak muda).

Kebutuhan masyarakat yg perlu diperjuangkan. Dukungan masyarakat.

Kenapa PDI?

Karena nasionalis. Ideologi partai yg sesuai dg bangsa. Membangun rakyat dr bawah.

Menyalurkan bakat lulusan SMK (bengkel), membuka mendampingi selama 4th minimal klompok swadaya masyarakat (kelompok batik, kelompok jualan sayur, produksi makanan),

Masyarakat jenuh dg janji politik kampanye, black campaign, money politics. Masyarakat butuh bukti bukan cm janji, masyarakat melihat dr pengalaman kandidat sbg lurah.

Masyarakat melihat figur caleg dr daerah asal.

Program yg sudah berjalan?

Penggunaan anggaran klompok tani, pengaspalan jalan, anggaran kebudayaan.

Wasiat Sukarno : “ambil sikapku, pegang teguh tekadku, lanjutkan perjuanganku”.

Awalnya lulus sekolah mulai belajar jd pedagang. Tukang Becak. Jual Angkringan. 1996 menjadi lurah. Masa bakti 8th selesai. Maju kedua tanpa saingan jd lurah masa bakti 10th.

SURAT PERNYATAAN SEBAGAI NARASUMBER PENELITIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUKARDI
Tempat/Tanggal Lahir : GUNUNG KIDUL, 20 - Januari 1964
Alamat : Sendangrejo 01/04, TANCEP, NGAWEN, BK
Jabatan Terakhir : Anggota DPRD GUNUNG KIDUL

Telah bersedia sebagai narasumber untuk penelitian skripsi dengan judul "Posisi Actor Dalam Sistem Pemilu Di DAPIL II Kab. Gunung Kidul Perspektif Siyasa" untuk memenuhi sebagian syarat-syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam bidang Hukum Tata Negara di Universitas Islam Negeri-Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Adhimas Nur Kusumo
Tempat/Tanggal Lahir : Surakarta, 31 Januari 1992
Alamat : Jeruk Legi Dk. TegalTandan Banguntapan, Banguntapan, Bantul
Jurusan : Hukum Tata Negara (Siyasa)
Fakultas : Syariah dan Hukum
Angkatan : 2011

Demikian surat pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada gangguan maupun paksaan dari pihak manapun agar dapat dipertanggung jawabkan baik secara hukum maupun secara akademik.

Yogyakarta, 22 Januari 2017

Peneliti/Penyusun Skripsi



Adhimas Nur Kusumo

Narasumber Penelitian



SUKARDI

DAFTAR PERTANYAAN

1. Ini merupakan pertanyaan klise, apa yang melatarbelakangi anda turun ke dunia politik ?
 2. Dari data yang saya peroleh di media sosial anda aktif dalam organisasi, bisa saya tahu track record dan organisasi apa yang pernah anda geluti?
 3. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI P) adalah rumah yang anda pilih, apa yang melatarbelakangi anda memilih PDI P? Sejak tahun berapa anda masuk ke Partai ini?
 4. Siapa tokoh politik yang anda idolakan? Ada alasan khusus?
 5. Apakah anda punya visi misi tertentu yang ingin anda wujudkan ketika terpilih, khususnya dalam bidang keahlian anda?
 6. Apakah ada program yang akan anda perjuangkan untuk kepentingan warga Khususnya Dapil 2 setelah terpilih?
 7. Ada isu beredar tentang uang komitmen dan bagi-bagi proyek yang katanya dilakukan oleh anggota DPRD, apa tanggapan anda? Dan bagaimana jika anda menemukan hal ini jika terpilih nanti, jalur apa yang akan anda tempuh?
 8. Di daerah pemilihan anda, ada kandidat kuat seperti (nama calon lain) dan (nama calon lain), sejauh mana anda telah melakukan sosialisasi dan seberapa yakin anda memenangkan suara dari daerah pemilihan ini?
 9. Apa metode yang anda gunakan dalam berkampanye dan bagaimana hasilnya?
 10. Setelah terpilih, hingga saat ini, sudah seberapa jauh langkah anda dalam mencapai target visi dan misi anda?
 11. Ada pesan dan kesan terakhir untuk disampaikan kepada masyarakat, khususnya daerah yg anda wakili saat ini?
- terimakasih atas kesempatan dan waktunya, semoga anda tetap diberi kesehatan sehingga lancar dlm menjalankan setiap pekerjaan anda mengabdikan kepada masyarakat.

CURRICULUM VITAE

Nama : Adhimas Nur Kusumo
Tempat/Tgl. Lahir : Surakarta, 31 Januari 1992
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Pranti Rt.06 Dk. Jomblangan, Banguntapan Bantul,
DIY.
Cp : -
Ayah : Alm. W. Noer Iman
Ibu : Almh. Haryani
Saudara : 1. Annisha Yuniar
2. Azhari Nur Kusumo
e-mail : Adhimas.nur.kusumo@gmail.com
No.Hp : 082220159660

Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN 1 Telajung, Setu, Cikarang Barat, JawaBarat Lulus 2003
2. SMP N 1 SETU, Burangkeng, Cikarangbarat, 2007
3. SMA Budi Luhur, Parakan, Yogyakarta, Lulus 2010
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011-Sekarang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA