

Marketing Politik Pasangan Milton Crosby Dan Boyman Harun Pada Pemilihan Gubernur Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2018

Herri Junius Nge
Ilmu Politik Universitas Tanjungpura

surel: herri.junius@fisip.untan.ac.id

Abstrak

Marketing politik merupakan aspek penting untuk memenangkan kontestasi politik sejak pemilihan Kepala Daerah dilaksanakan secara langsung. Melalui metode kualitatif dengan teknik wawancara dan studi dokumentasi, tulisan ini ingin menganalisis marketing politik pasangan Milton Crosby Dan Boyman Harun Pada Pemilihan Gubernur Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketing politik pasangan Milton-Boyman pada pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Kalbar tahun 2018 dilakukan melalui 4 (empat) kegiatan yaitu produk, promosi, harga dan penempatan. Marketing politik yang dilakukan oleh pasangan ini sudah cukup baik, karena baik produk, promosi dan harga yang ditawarkan sangat rasional. Namun demikian, marketing politik tersebut tidak berhasil menghantarkan pasangan ini untuk memperoleh suara maksimal. Marketing politik yang ditawarkan melalui jargon pasangan nasionalis dan mendukung pemekaran Provinsi Kapuas Raya, tidak mampu mendongkrak perolehan suara secara signifikan, karena diperhadapkan dengan aspek penempatan (*place*) yang tidak kondusif yaitu mayoritas masyarakat Kalbar adalah pemilih sosiologis yang telah menetapkan calon gubernur dan wakil gubernurnya berdasarkan pertimbangan primordial yaitu suku dan agama.

Kata Kunci: Marketing Politik, Pemilu, Demokrasi Lokal.

Abstract

Political marketing is an important aspect to win political contestation since the Regional Head election is held directly. Through qualitative methods with interview techniques and documentation studies, this paper wants to analyze the political marketing of Milton Crosby and Boyman Harun couples in the 2018 West Kalimantan Provincial Governor Election. The results of the research show that the political marketing of the Milton-Boyman pair in the 2018 West Kalimantan Governor election was conducted through 4 (four) activities, namely product, promotion, price and placement. Political marketing carried out by this couple is good enough, because the products, promotions and prices offered are very rational. However, political marketing failed to deliver the pair to get maximum votes. Political marketing offered through nationalist pair jargon and supporting the expansion of the Kapuas Raya Province, was not able to significantly boost votes, because it was confronted with a place aspect that was not conducive because the majority of West Kalimantan people were sociological voters who had set their candidates for governor and deputy governor based on primordial considerations namely ethnicity and religion.

Keywords: Political Marketing, Local Election, Local Democracy

PENDAHULUAN

Perhelatan pemilihan umum kepala daerah langsung (Pemilukada) merupakan instrument penting untuk menjamin terselenggaranya proses demokrasi di ranah lokal. Sebagai bangunan atau pondasi dari perpolitikan nasional, pesta demokrasi di ranah lokal memiliki karakteristik unit di setiap daerah. Tidak jarang intervensi pusat baik dari penyelenggara maupun partai politik pengusung cukup dominan dalam menentukan arah penyelenggaraan pemilukada. Kendati pemilukada memberikan ruang bagi pasangan calon perseorangan untuk maju sebagai calon kandidat Kepala Daerah, tetapi peran partai politik masih sangat dominan dalam menentukan dukungan pasangan calon baik berkoalisi dengan partai lain maupun tidak. Partai politik sebagai infrastruktur politik memiliki peran penting untuk kemenangan calon kepala daerah, akan tetapi faktor figure dan strategi politik menjadi faktor lebih dominan untuk memperoleh kemenangan.

Strategi politik menjadi sangat penting, mengingat masyarakat (*voters*) semakin selektif dalam memilih pasangan calon. Partai politik dan calon kepala daerah dituntut untuk mampu menarik simpati masyarakat melalui kompetisi strategi politik.

Strategi pemenangan politik menjadi hal yang sangat penting tidak hanya bagi partai politik dan pemerintahan, namun juga bagi organisasi non partai politik. Menurut Schroder (2010:6) strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk melaksanakan suatu cita-cita politik.

Dalam kajian lain strategi pemenangan politik diartikan sebagai seperangkat komunikasi politik yang dibangun melalui kampanye dan debat

kandidat, media yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan program kerja, isu-isu politik serta metode yang digunakan agar dapat memenangkan pertarungan antara berbagai kekuatan politik yang menghendaki kekuasaan. Strategi politik tersebut digunakan untuk merebut hati dan meraih simpati pemilih sebagai konstituen.

Pemilukada Provinsi Kalimantan Barat tahun 2018, terdapat tiga paslon yang berkompetisi untuk bisa “naik kelas” menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur. Masing-masing paslon pernah dan sedang menduduki jabatan publik, baik di partai maupun sebagai kepala daerah. Ketiga paslon tersebut yaitu Milton Crosby dan Boyman Harun (nomor urut 1), paslon Karolin Margret Natasa dan Suryadman Gidot (nomor urut 2), serta paslon Sutarmidji dan Ria Norsan (nomor urut 3).

Untuk paslon nomor urut 1, Milton Crosby yang merupakan kader Partai Gerindra pernah menjadi Bupati Sintang dua periode, yaitu 2005-2010 dan 2010-2015. Sedangkan Boyman Harun pernah menjabat Wakil Bupati Ketapang periode 2010-2015. Ia juga menduduki posisi Ketua DPW PAN Kalbar. Kemudian, untuk paslon nomor urut 2, Karolin Margaret Natasa saat ini menjabat sebagai Bupati Landak periode 2017-2022. Sebelumnya, Karolin memegang status sebagai anggota DPR-RI periode 2009-2014 dan 2014-2016. Ia pun kini berperan sebagai Waka Bidang Kehormatan DPD PDI-P Kalbar. Sedangkan Suryadman Gidot merupakan Bupati Bengkayang selama dua periode, yaitu 2010-2015 dan 2016-2021. Secara bersamaan, juga sebagai Ketua DPD Partai Demokrat Kalbar merupakan jabatan yang diembannya sekarang.

Sementara itu, di nomor urut 3, paslon Sutarmidji yang menjadi kader PPP tercatat sebagai Wali Kota Pontianak untuk periode 2008-2013 dan 2013-2018. Adapun Ria Norsan saat ini menduduki posisi sebagai Bupati Pontianak untuk periode kedua, sejak sebelumnya periode 2009-2014 dan sekarang periode 2014-2019. Ia pun memangku jabatan sebagai Ketua DPD Partai Golkar Kalbar. Keikutsertaan mereka dalam Pilgub Kalbar tahun ini merupakan ajang persaingan untuk sama-sama meningkatkan status jabatan dari tingkat Kabupaten/Kotamadya menjadi pemimpin tingkat Provinsi di wilayah dengan Sungai Kapuas terpanjang di Indonesia.

Ketiga paslon Gubernur tersebut harus bersaing dalam Pemilukada serentak tanggal 27 Juni 2018 dengan menyusun strategi-strategi pemenangan politik untuk memimpin Kalbar pada periode tahun 2018-2023. Dari ke 3 pasangan calon tersebut, pasangan Milton dan Boyman merupakan pasangan calon yang berbeda jika dibandingkan 2 calon lainnya. Pasangan calon ini tidak terlalu mengedepankan isu primordial karena merupakan pasangan dari kombinasi 2 (dua) etnis besar di Kalimantan Barat, yaitu Dayak dan Melayu. Pasangan Milton -Boyman yang diusung Gerindra dan PAN, dengan jumlah 13 kursi, memerlukan strategi politik melalui marketing politik untuk memperoleh dukungan dari pemilih, kendati hal ini cukup sulit karena sebagian besar pemilih di Kalbar adalah pemilih sosiologis. Kemampuan untuk menerapkan strategi politik melalui marketing politik menjadi aspek penting untuk memenangkan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur. Seperti dikemukakan oleh Mufti (2013:168) bahwa komunikasi politik memainkan fungsi penting dalam sistem politik, pada setiap pemilukada memiliki posisi yang

strategis bahkan dinyatakan sebagai urat nadi proses politik yang sedang berlangsung. Sejalan dengan itu, tulisan ini berupaya untuk melakukan analisis terhadap marketing politik pasangan Milton-Boyman dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Kalbar periode 2018-2023.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitain deskriptif. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan, penulis bertindak langsung sebagai instrumen penelitian, yaitu terlibat langsung dalam melakukan wawancara, dan studi dokumentasi terhadap marketing politik pasangan Milton Crosby dan Boyman Harun pada Pemilihan Gubernur Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2018. Untuk memperoleh gambaran dari objek penelitian, digunakan teknik *purposive* dalam penentuan subyek penelitian sebagai informan, yaitu terdiri dari Tim sukses pasangan calon dan relawan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui analisis data kualitatif, Selanjutnya, untu menguji keabsahan data digunakan teknik tirangulasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diuraikan marketing politik pasangan Milton Crosby dan Boyman Harun pada Pemilihan Gubernur Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2018, meliputi 4 (empat) aspek yaitu produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*) dan penempatan (*places*).

1. Produk (*product*)

Menurut Firmanzah (2008:203) produk dalam marketing politik berbicara tentang bagaimana partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai

yang akan disampaikan konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi. Baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Niffenegger (dalam Firmanzah, 2008:200) membagi produk dalam 3 (tiga) kategori, yaitu 1) *party platform* (platform partai), 2) *past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau), dan 3) *personal characteristic* (ciri pribadi).

Koalisi antara partai Gerindra dan PAN dalam pelaksanaan pemilu pada bukanlah hal yang baru, di beberapa perhelatan pemilu kedua partai ini berkoalisi untuk mengusung calon kepala daerah. Paling fenomenal koalisi partai ini telah berhasil mengusung calon di pemilu seperti di DKI Jakarta. Tidak tanggung-tanggung koalisi Gerindra dan PAN, dan PKS mampu mengalahkan pasangan petahana (Akhil-Indrawati) di Pilgub Jakarta. Modal dasar ini menjadi salah satu produk yang dapat dijual di masyarakat Kalimantan Barat guna memperoleh dukungan, setidaknya dapat dijadikan nilai jual kepada pemilih di Kalbar yang merupakan basis partai PDI Perjuangan.

Terbangunnya koalisi antara Gerindra dan PAN pada Pemilihan Gubernur Kalimantan Barat tahun 2018 tidak terlepas dari adanya kesamaan platform partai dalam memperjuangkan kepentingan masyarakat serta kontribusinya dalam pembangunan bangsa dan Negara Indonesia. Platform partai Gerindra dan PAN dapat menjadi salah satu modal bagi mereka dalam rangka menggaet suara dari pemilih di Kalimantan Barat, dengan didukung oleh track record partai dalam pembangunan melalui kebijakan yang diperjuangkan untuk kesejahteraan masyarakat.

Terkait dengan platform partai pengusung pasangan Milton dan Boyman pada pemilu tahun 2018, dari

hasil wawancara dengan Ketua Relawan Milton Boyman Kabupaten Sintang, memberikan pernyataan sebagai berikut : “partai pengusung yaitu Gerindra dan PAN di setiap pengurus di tingkat DPC maupun Anak Cabang hingga ranting merupakan mesin politik untuk membantu meningkatkan elektabilitas, sementara untuk platform partai kurang ditekankan dalam kampanye di daerah, karena tidak semua masyarakat paham dan menganggap penting platform partai”.

Berdasarkan penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa tim pemenang calon gubernur Milton dan Boyman kurang memanfaatkan platform partai untuk dijual sebagai produk yang memiliki nilai jual tinggi. Hal ini didasarkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap platform partai yang kurang, serta sulitnya menjelaskan platform partai kepada masyarakat yang tingkat pendidikannya masih rendah. Pada saat yang sama masyarakat juga tidak tertarik dengan platform partai secara rinci, umumnya mereka melihat siapa figur dan program kerja yang diusung tidak peduli apapun partainya, terkecuali partai mempunyai basis massa yang loyal dan militan.

Hal senada juga dikemukakan oleh Ketua Tim Pemenangan Milton-Boyman Kabupaten Landak yang merangkap sebagai anggota DPC partai Gerindra Kabupaten Landak, terkait dengan platform partai pengusung sebagai produk kampanye politik pasangan calon Milton dan Boyman sebagai berikut : “agak sulit untuk menjual citra partai dan juga platform partai pada saat kampanye pasangan calon gubernur, karena disini mayoritas adalah basis PDI Perjuangan dengan pendukung dan simpatisan yang sangat militan, sehingga dalam melaksanakan kampanye kami lebih menonjolkan citra figure dan juga

program kerja yang akan dijanjikan kepada pemilih di Kabupaten Landak”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan tersebut, dapat diperoleh gambaran bahwasannya peran platform partai bukan hal yang utama dalam upaya tim pemenangan calon gubernur untuk dapat memperoleh dukungan dari masyarakat. Tidak berarti bahwa platform partai itu tidak mempengaruhi dukungan pemilih terhadap calon gubernur, namun lebih ditekankan pada segmentasi pemilih di masing-masing daerah. Informan yang penulis wawancarai, berasal dari 2 daerah yang secara geografis sebagian masyarakatnya adalah pemilih sosiologis, sehingga menjual platform partai cenderung kurang efektif. Masyarakat Kalimantan Barat dalam menentukan pilihan masih cenderung didasarkan atas figure, latar belakang etnis dan agama. Bahkan track record, dan program kerja terkadang kurang mempengaruhi pemilih dalam menjatuhkan pilihan jika dibandingkan dengan latar belakang sosiologis calon kepala daerah.

Selanjutnya mengenai produk marketing politik yang tidak kalah penting dalam upaya memperoleh dukungan guna memenangkan suatu kontestasi adalah visi misi dan program kerja yang akan dijual dan diwujudkan apabila terpilih. Pasangan Milton dan Boyman pada pemilihan gubernur tahun 2018 mengusung visi “Terwujudnya Provinsi Kalimantan Barat yang Produktif, Berkualitas, Sejahtera, Demokratis, Religius dan Berwawasan Lingkungan”.

Visi yang diusung, pasangan Milton dan Boyman menekankan pembangunan Kalimantan Barat yang komprehensif, baik pembangunan fisik maupun non fisik. Berdasarkan beberapa misi yang ditawarkan untuk mewujudkan visi, pasangan ini menjual

beberapa isu krusial kepada pemilih sehubungan dengan janji yang akan diwujudkan apabila terpilih menjadi gubernur dan wakil gubernur, salah satunya adalah misi untuk melakukan penataan pemerintahan, dengan mendorong percepatan terbentuknya DOB (Provinsi dan Kabupaten/Kota). Bagi masyarakat yang tinggal di kabupaten wilayah timur Kalimantan Barat (Kabupaten Sanggau, Sekadau, Sintang, Melawi dan Kapuas Hulu) isu pemekaran wilayah yaitu pembentukan provinsi baru yang diberi nama Kapuas Raya merupakan keinginan dari masyarakat dan elit agar dapat mengejar ketertinggalan pembangunan wilayah timur Kalimantan Barat di berbagai bidang.

Hasil wawancara penulis dengan Ketua Relawan Pemenangan Pasangan Milton dan Boyman Kabupaten Sintang, memberikan penjelasan terkait isu pemekaran sebagai janji politik pada saat kampanye, memberikan keterangan sebagai berikut : “pembentukan daerah otonomi baru merupakan komitmen pasangan ini untuk diperjuangkan apabila terpilih sebagai gubernur dan wakil gubernur, masyarakat juga sangat antusias dengan pembentukan provinsi baru yang sudah lama mereka perjuangkan, sehingga sudah tepat apabila pasangan ini menjanjikan terbentuknya daerah otonomi baru apabila terpilih”.

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa pasangan Milton dan Boyman menggunakan isu pemekaran untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat yang memandang bahwa pemekaran merupakan hal penting yang perlu diwujudkan untuk kemajuan daerahnya. Isu pembentukan provinsi Kapuas Raya yang dijual oleh pasangan ini cukup efektif untuk meraih dukungan dari masyarakat yang selama ini hanya termakan janji oleh gubernur terdahulu.

Faktor penting dukungan dari isi pemekaran ini adalah bahwa Milton Crosby merupakan calon gubernur yang berasal dari Kabupaten Sintang, tentu keberpihakan dan komitmennya terhadap pemekaran wilayah bukanlah isapan jempol bagi masyarakat.

Dalam setiap kampanye yang dilaksanakan oleh pasangan Milton dan Boyman termasuk debat kandidat yang dilaksanakan oleh KPU, calon Gubernur Kalimantan Barat nomor urut satu Milton Crosby berharap tidak ada keraguan terhadap komitmennya dalam soal pemekaran. Hal ini dikarenakan selama 10 tahun kepamimpinannya di Kabupaten Sintang ia telah melakukan tindakan nyata bagaimana mensejahterakan masyarakat melalui pemekaran. Contoh terkecil yakni Milton berhasil memekarkan ratusan desa selama sepuluh tahun menjabat Bupati Sintang. Saat ini, Sintang mempunyai 391 desa, hasil dari gencarnya Milton memekarkan desa selama menjadi Bupati.

Berangkat dari strategi pembangunan yang dilakukan oleh Milton Crosby melalui pemekaran desa, maka tidak heran apabila ia memandang bahwa pemekaran wilayah sangat dibutuhkan untuk mengatasi kesenjangan pembangunan. Milton menilai bahwa Kalbar dengan luas satu setengah kali pulau Jawa idealnya terbagi atas tiga provinsi dan mempunyai 25 kabupaten/kota. Namun saat ini, Kalbar baru satu provinsi yang terdiri atas 14 kabupaten/kota, pembentukan DOB, merupakan langkah dalam percepatan pembangunan.

Milton dan Boyman dalam debat dan kampanye di berbagai wilayah sesuai dengan visi misinya berkeinginan untuk mewujudkan Kalbar era baru. Sejalan dengan itu, Kalbar harus mengejar percepatan dan pemerataan pembangunan. Berbagai bidang yang

menjadi persoalan dasar menjadi prioritas, yakni penanganan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, hingga ekonomi masyarakat.

Pasangan Milton dan Boyman juga telah mempersiapkan platform kedepan dalam membangun Kalbar secara utuh. Pembangunan dilakukan dengan menyesuaikan potensi yang dimiliki. Wilayah perhuluan disebutnya tentu memiliki potensi berbeda dengan daerah pesisir. Namun semua tetap membutuhkan saling sinergi yang kuat dalam menopang kemajuan daerah.

Kendati demikian, isu pemekaran tidaklah efektif apabila dijadikan isu utama pada saat kampanye di wilayah kabupaten lain, seperti di Kabupaten Landak. Hal ini sebagaimana terungkap dari hasil wawancara dengan Ketua Tim Kampanye Milton Boyman Kabupaten Landak, yang memberikan penjelasan sebagai berikut : “dalam melaksanakan kampanye di Kabupaten Landak, tim kampanye lebih banyak menjual sosok Milton dan Boyman sebagai pasangan nasionalis atau pasangan pemersatu dengan latar belakang dan *track record* yang sudah teruji dalam membangun daerah, dibanding dengan isu pemekaran daerah, apalagi di Kabupaten Landak adalah basis dari PDIP yang mengusung Karolin dan Gidot”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa isu pemekaran wilayah yang diusung oleh kandidat ini kurang digaungkan pada saat kampanye di daerah lain yang bukan basis suara pasangan Milton dan Boyman, kendati basis suara partai pendukung pasangan ini di Kabupaten Landak jumlahnya cukup banyak. menjual isu pemekaran wilayah dalam kampanye di wilayah kabupaten yang bukan basis suara akan menjadi blunder tersendiri bagi pasangan ini. Pasalnya masyarakat menganggap bahwa pemekaran wilayah bukanlah hal yang

penting bagi mereka dan tidak mendatangkan manfaat signifikan bagi wilayah mereka.

Tidak hanya di Kabupaten Landak, Kota Pontianak yang merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Barat, menjadi basis suara bagi pasangan Midji dan Norsan. Apabila isu pemekaran di lontarkan kepada masyarakat Kota Pontianak tentu akan menjadi blunder bagi pasangan ini. Pasalnya dari hasil wawancara dengan beberapa orang warga Kota Pontianak diperoleh informasi bahwa mereka tidak terlalu tertarik dengan pemekaran dan lebih menginginkan tidak adanya provinsi baru, terkecuali pembentukan kabupaten/kota baru.

Kurang respeknya masyarakat Kota Pontianak terhadap isu pemekaran yang diinginkan oleh pasangan Milton dan Boyman, tidak saja karena mereka menilai pemekaran tidak memberikan manfaat bagi masyarakat Kota Pontianak, namun pada saat yang bersamaan masyarakat Pontianak lebih tertarik terhadap pasangan Midji-Norsan yang mereka nilai sudah berhasil membangun Kota Pontianak.

Pasangan Milton dan Boyman yang secara geografis berasal dari wilayah timur dan selatan provinsi Kalimantan Barat, yang dimana sebagian elit dan masyarakat wilayah tersebut menilai bahwa selama ini kurang mendapatkan diperhatikan dalam pembangunan, menjadikan isu pemekaran untuk meraih simpati dan dukungan sudah sangat tepat. Namun tidak halnya dengan wilayah barat maupun utara yang bukan merupakan basis mereka, pemekaran daerah tidak akan efektif untuk memperoleh dukungan, karena tidak cukup untuk meraih dukungan dari pemilih.

Menjual isu pemekaran sebagai salah satu alternative untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, khususnya di

wilayah kabupaten yang akan dimekarkan. Kendati demikian, janji pemekaran daerah yang diusung oleh pasangan ini akan berbenturan dengan adanya kebijakan moratorium pemekaran daerah oleh pemerintah pusat, sehingga bagi pemilih yang rasional janji tersebut terkesan kurang realistis. Sekalipun mereka cukup gigih memperjuangkan adanya daerah otonomi baru, apabila tidak disetujui oleh pemerintah pusat, niscaya keinginan tersebut akan segera terealisasi. Strategi ini tentu saja akan menjadi senjata bagi kandidat lainnya untuk menyerang visi dan misi pasangan Milton dan Boyman, karena secara normative tentu saja tidak mungkin akan terwujud provinsi atau kabupaten/kota baru selama moratorium belum dicabut.

Isu pemekaran disampaikan pada saat kampanye hanya menyasar wilayah-wilayah tertentu, karena tidak semua wilayah (kabupaten/kota) dapat menjual isu pemekaran untuk mendapatkan simpati masyarakat. Seperti di Kabupaten Landak, pemekaran wilayah bukan hal yang menarik bagi mereka, karena tidak akan memberikan manfaat secara langsung.

Permasalahan krusial lainnya adalah isu pemekaran itu lebih condong untuk menggaet pemilih dari asal daerah pasangan calon yaitu Sintang dan sekitarnya serta Ketapang dan sekitarnya, sementara untuk kabupaten/kota yang tidak termasuk dari kabupaten/kota tersebut sulit untuk menerima isu pemekaran agar mau memilih pasangan Milton dan Boyman. Sebagai contoh, untuk masyarakat Kota Pontianak, yang juga merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Barat, mereka tentu tidak terlalu antusias dengan isu pemekaran dibanding dengan masyarakat di wilayah Kabupaten Sintang, bahkan kemungkinan besar

mereka tidak setuju dengan pemekaran daerah.

2. Promosi (*promotion*)

Promosi adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang di mix sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media perlu dipertimbangkan untuk menyampaikan isu kampanye dan meningkatkan citra pasangan calon agar dapat diterima oleh masyarakat. Promosi dalam hal ini tentu saja berhubungan dengan media yang digunakan untuk melakukan periklanan, kehumasan terhadap pasangan calon yang diusung. Di era demokrasi 2.0 di era digital yang ditandai dengan penggunaan internet dalam berdemokrasi menuntut setiap calon untuk meningkatkan strategi jitu dengan pemanfaatan media massa berbasis internet untuk menyampaikan visi misi, program, track record dan figur calon kepada masyarakat. Kendati saat ini media informasi sudah sangat berkembang, namun di wilayah Kalimantan Barat, strategi periklanan secara konvensional masih tetap digunakan mengingat belum semua wilayah terkoneksi dengan internet dan sebagian masyarakatnya bermukim di desa-desa pedalaman, pesisir dan daerah perbatasan.

Terkait dengan strategi promosi pasangan Milton dan Boyman pada Pilgub Kalbar tahun 2018, dari hasil wawancara penulis dengan Ketua Relawan Milton Boyman Kabupaten Sintang, memberikan pernyataan sebagai berikut : “untuk mempromosikan pasangan Milton dan Boyman tim relawan di setiap daerah menggunakan berbagai sarana komunikasi baik melalui media cetak, elektronik maupun internet. Tentu saja strategi ini juga didukung dengan promosi secara konvensional melalui pemasangan baliho, spanduk, dan banner. Untuk pemasangan baliho, KPU

telah menentukan lokasi yang boleh digunakan sebagai media promosi. Selanjutnya adalah dengan memanfaatkan sekretariat PDP, DPC, PAC dan rating partai Gerindra dan PAN di seluruh wilayah”.

Penjelasan hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa dalam mempromosikan pasangan Milton dan Boyman, tim relawan dan juga partai pengusung menggunakan berbagai media untuk mempromosikan figure dan juga visi misi dan program kerja kepada khalayak di Kalimantan Barat. Bagi pasangan ini, tantangan dalam melakukan kegiatan promosi adalah bagaimana meraih dukungan dari pemilih yang bukan berasal dari daerah asal atau basis partai pengusung. Promosi yang dilakukan melalui media dinilai efektif tidak saja hanya sebatas penyampaian informasi seputar figure calon dan visi misi, tetapi juga bagaimana mampu menarik mereka untuk memilih pasangan ini setelah melihat iklan kampanye pasangan Milton dan Boyman.

Secara rasional, niscaya mereka dapat meraih dukungan maksimal di daerah yang merupakan basis dukungan calon gubernur lain, seperti di Kabupaten Landak dan Bengkayang yang sebagian besar adalah pendukung Karolin-Gidot, atau di Kota Pontianak dan Mempawah yang merupakan basis dukungan Midji-Norsan. Untuk itu peran media massa sangat penting untuk meyakinkan masyarakat bahwa pasangan Milton Boyman yang mengusung selogan kampanye Kalbar Era Baru, dapat menarik dukungan di wilayah yang tidak termasuk basis dari pasangan Milton dan Boyman.

Marketing politik yang digunakan untuk meraih dukungan masyarakat tidak lepas dari kemampuan tim kampanye atau relawan untuk melihat segmentasi pemilih yang berpotensi

dapat meningkatkan dukungan dari *swing voters*. Terkait dengan kegiatan promosi pasangan Milton dan Boyman, dari hasil wawancara dengan salah seorang pengurus partai Gerindra Provinsi Kalimantan Barat, memberikan penjelasan sebagai berikut : “strategi yang ditempuh dalam mengkampanyekan figure Milton dan Boyman adalah melalui media konvensional dan juga digital berbasis media sosial baik melalui facebook, twitters, WA, instagram dan lainnya”.

Pemanfaatan media sosial untuk kegiatan kampanye oleh pasangan Milton dan Boyman adalah strategi promosi untuk dapat menysasar pemilih yang aktif menggunakan media sosial. Langkah yang dilakukan merupakan perwujudan dari strategi untuk menysasar pemilih milenial yang lebih aktif di media sosial. Melalui media sosial citra figure dan juga visi misi dapat tersebar kepada seluruh masyarakat sehingga dapat menambah jumlah dukungan, meskipun strategi ini juga memiliki kelemahan karena di media sosial semua orang bebas berkomentar, bahkan lawan politik juga dapat memberikan seragan-serangan yang kontra produktif dengan upaya tim kampanye Milton dan Boyman untuk meningkatkan dukungan.

Upaya untuk meningkatkan popularitas pasangan Milton-Boyman, tim relawan juga memanfaatkan media yang banyak mempublis berita seputar kegiatan sosialisasi dan kampanye pasangan Milton Boyman terutama di media lokal, seperti www.kalimantan-news.com, pontianak.tribunnews.com, kalbar.antarnews.com, pontianakpost.co.id dan media lainnya. Penggunaan media berbasis online dalam mengkampanyekan pasangan calon di era demokrasi 2.0 adalah sebuah keniscayaan, karena saat ini masyarakat selaku pemilih telah banyak

menggunakan smartphone yang dapat dengan cepat mengakses berita dan informasi seputar pemilihan gubernur Kalimantan Barat.

Kegiatan promosi pasangan calon Gubernur ini juga dilakukan dengan memanfaatkan 2 (dua) kali debat kandidat yang dilaksanakan oleh KPU Provinsi Kalimantan Barat. Terkait dengan pemanfaatan forum debat tersebut, dari hasil wawancara dengan salah satu anggota tim pemenang Milton-Boyman, memberikan penjelasan sebagai berikut : “debat yang dilakukan oleh KPU Provinsi Kalbar sangat penting bagi kami untuk memperkenalkan visi dan misi, serta program kerja kepada peserta maupun seluruh masyarakat Kalbar yang menonton di stasiun televisi, sehingga masyarakat dapat melihat program kerja dan kemampuan pasangan Milton-Boyman dalam menjawab pertanyaan dari panelis”.

Penjelasan yang disampaikan oleh tim pemenang Milton Boyman tersebut memberikan gambaran bahwa pasangan calon ini, tidak hanya menggunakan media *online* berbasis internet dalam memperkenalkan diri dan program kerja, tetapi juga media televisi. Televisi masih menjadi media massa yang efektif dalam menyebarkan informasi, termasuk dalam hal ini memperkenalkan calon gubernur kepada pemilih. Pemilih yang selama ini belum memiliki keyakinan terhadap calon yang akan dipilih, atau ragu-ragu dengan figure calon gubernur dapat memanfaatkan forum debat untuk menjatuhkan pilihan politiknya pada pemilihan gubernur Kalimantan Barat periode 2018-2023.

Dilihat dari aspek segmentasi, kombinasai pasangan Milton dan Boyman dengan selogan pasangan pemersatu memiliki kelebihan tersendiri untuk menysasar pemilih yang mengedepankan harmonisasi dalam

kepemimpinan di Kalimantan Barat. Dari segi etnisitas, Minton dan Boyman adalah pasangan dari etnis Dayak dan Melayu, sementara dari segi agama adalah pasangan dari agama Kristen dan Islam. Artinya pasangan ini adalah representasi dari kepentingan sosial masyarakat Kalimantan Barat. Dengan brand pasangan Nasionalis dan Pemersatu, strategi pasangan Milton Boyman dapat menysasar pemilih rasional yang melihat kompetensi dan juga kombinasi kepemimpinan calon gubernur ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, pasangan Milton-Boyman melalui tim kampanyenya telah mampu mengenal segmentasi pemilih, yang tidak dimiliki oleh kedua kandidat lainnya. Segmentasi pada dasarnya digunakan untuk mengenal lebih jauh kelompok-kelompok khalayak yang berguna untuk mencari peluang, menggerogoti kelompok lawan berdasarkan kecenderungan pilihan, preferensi, keinginan, cita rasa, gaya hidup, sistem nilai bahkan sampai pada persoalan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa Milton dan Boyman memiliki segmentasi pemilih, yaitu pemilih yang menyukai figure nasionalis, pemersatu dan tidak berupaya membangun dinasti politik, yang permasalahan itu terdapat di masing-masing pasangan Krolin-Gidot dan Midji-Norasan.

3. Harga (*price*),

Harga (*price*) mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Harga dalam penelitian ini menyangkut strategi dengan memanfaatkan dukungan

finansial partai dalam pelaksanaan pemilihan gubernur Kalimantan Barat, biaya politik (*political coast*) adalah suatu keharusan yang perlu dipersiapkan oleh partai agar kandidat yang diusungnya dapat bersaing dan memenangkan kontestasi. Koalisi partai pendukung Milton dan Boyman yang terdiri dari partai Gerindra dan PAN memerlukan finansial yang cukup selama masa kampanye. Hal ini merupakan suatu keniscayaan, karena untuk melakukan sosialisasi dan kampanye sampai ke pedalaman Kalbar memerlukan biaya yang besar. Secara finansial biaya kampanye yang dimiliki oleh partai Gerindra dan PAN bukanlah merupakan suatu permasalahan, karena pasangan Milton dan Boyman secara finansial sudah memiliki dana yang cukup. Kendati dukungan partai koalisi pendukung Milton dan Boyman tidak sebesar koalisi Karolin-Gidot dan Midji-Norsan, namun dukungan partai cukup solid sampai ke tingkat bawah untuk memenangkan pasangan ini.

Menyangkut harga psikologis yang meliputi pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan pasangan Milton-Boyman dapat dikatakan memiliki hal tersebut dibanding 2 (dua) kandidat lainnya. Secara rasional, apabila masyarakat memiliki preferensi yang jelas terhadap calon yang akan dipilihnya, maka ia tidak akan salah dalam menentukan pilihan. Hanya saja, kecenderungan selama ini masyarakat masih menggunakan preferensi sosiologis dan psikologis, sehingga mereka milih lebih cenderung karena alasan kesamaan latar belakang yang umumnya didasarkan atas SARA. Hal tersebut tidak dapat dihindari dalam kontestasi pemilihan kepala daerah di provinsi Kalbar.

Secara psikologis, figure Milton dan Boyman adalah tipikal pemimpin yang dapat menjembatani kepetingan

seluruh elemen masyarakat. Sikap nasionalis yang ditunjukkan oleh pasangan ini dapat memberikan ketenangan dan juga kenyamanan dalam memelihara dinamika sosial politik di kalangan masyarakat Kalimantan Barat yang cukup dinamis. Tidak jarang kontestasi politik berdampak terhadap stabilitas sosial politik di masyarakat. Dalam hal ini kombinasi pasangan Milton dan Boyman dinilai memiliki kemampuan dan memenuhi kriteria di kalangan masyarakat Kalimantan Barat.

Dalam kontestasi pemilihan gubernur Kalimantan Barat yang cenderung diwarnai dengan politik identitas berdasarkan etnis, pasangan Milton dan Boyman mengambil jalan berbeda dengan dua kontestan lainnya yaitu pasangan Karolin dan Gidot serta pasangan Sutarmidji dan Norsan. Tidak secara kebetulan pasangan Milton dan Boyman adalah pasangan yang mengklaim sebagai pasangan nasionalis, karena mereka merupakan pasangan dari etnis Dayak dan Melayu. Jargon pasangan nasionalis ini setidaknya memberikan alternatif kepada pemilih yang menginginkan adanya kandidat calon gubernur yang merepresentasikan kepentingan 2 etnis di Kalbar.

Dilihat dalam konteks masyarakat Indonesia, figur masih menjadi hal yang utama dibandingkan isu atau program. Hal ini tidak terlepas dari budaya politik yang masih cenderung bersifat patrimonial dengan ikatan primordial yang kental. Ikatan ini ditandai dengan besarnya pengaruh "patron" terhadap masyarakat dan kuatnya sentiment kedaerahan, suku, agama dan sebagainya dalam penentuan pilihan. Dalam era pemilu langsung figur memainkan peran penting untuk dapat memenangkan sebuah pemilihan. Kendati bukan satu-satunya faktor penentu kemenangan, figur yang memiliki nilai jual dan jejak rekam kepemimpinan yang baik tentu

memiliki kesan tersendiri di hati masyarakat pemilih.

Beranjak dari penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa faktor figuritas dari sosok yang memiliki nilai jual memang memegang peran penting dalam konstelasi politik. Tentu saja tingginya nilai jual tak semata ditopang oleh karakter bawaan sang figur, melainkan harus pula diperkuat dengan rekam jejak positif yang terkesan natural, terbentuk secara perlahan-lahan dan terjadi jauh-jauh sebelumnya.

Mengenai figure, pasangan calon Milton dan Boyman dinilai memiliki karakter yang baik, religious, bersih dan merakyat. Hal ini dibuktikan dengan track record calon kandidat tersebut pada saat menjabat sebagai kepala dan wakil kepala daerah. Milton merupakan Bupati Sintang selama 2 (dua) periode, sementara Boyman Harun merupakan mantan wakil Bupati Ketapang. Selama menjabat, mereka telah menunjukkan kapasitasnya sebagai pejabat publik dengan beberapa prestasi dan capaian pembangunan di daerah masing-masing. Milton Crosby sebagai mantan Bupati Sintang 2 (dua) periode telah diakui kapasitas dan komitmennya dimata masyarakat Sintang, termasuk kabupaten di bagian timur Kalimantan Barat. Masyarakat menilai bahwa Milton adalah calon gubernur yang memiliki kapasitas untuk memimpin provinsi Kalimantan Barat, apalagi selama ini komitmen untuk maju bukan karena ambisi jabatan, tetapi lebih sebagai bentuk pengabdian beliau untuk memajukan daerah pedalaman, perbatasan dan pinggiran Kalimantan Barat yang selama ini kurang tersentuh.

Secara personal Milton memiliki kapasitas memimpin dengan selogan 5 As (kerja keras, kerja cerdas, kerja tuntas, kerja ikhlas, dan akuntabilitas). Konsep 5 As dalam memimpin telah dibuktikan oleh Milton selama 10 tahun

memimpin Kabupaten Sintang. Komitmen untuk membangun daerah telah dibuktikan oleh Milton dengan membangun infrastruktur Kabupaten Sintang, dan juga pembangunan sumber daya manusia (SDM). Dimata masyarakat dan pegawai pemerintah Kabupaten Sintang, Milton tidak hanya kompeten sebagai politikus, tetapi juga memiliki kemampuan akademis dalam membangun daerah, termasuk dalam menata birokrasi. Hal ini menjadi modal dasar bagi peningkatan elektabilitas pasangan Milton dan Boyman untuk bertarung dalam pemilukada Gubernur Kalimantan Barat tahun 2018. Sosok figure pasangan ini sudah cukup mumpuni untuk dapat bersaing dengan kandidat lainnya.

Milton dan Boyman memiliki track record yang lebih baik saat menjabat sebagai kepala daerah seperti pembangunan Bandara Internasional di Sintang dan pesatnya kemajuan ekonomi di Sintang dan Ketapang dengan dua pasangan lainnya (Karolin-Gidot dan Midji-Norsan). Pasangan ini akan memberikan rasa lebih aman, damai dan tentram di Kalimantan Barat jika terpilih dan masyarakat menganggap, pasangan ini merupakan paslon heterogen atau nasionalis yang menggambarkan kemajuan masyarakat Kalimantan Barat, dan Provinsi Kapuas Raya yang selama ini sangat di inginkan oleh masyarakat Kalbar akan cepat terealisasi terbentuk.

Dalam wawancara dengan tim pemenangan pasangan calon Milton-Boyman Kabupaten Sintang, memberikan keterangan seputar figure kepemimpinan Milton, memberikan penjelasan sebagai berikut : “Pak Milton adalah figure yang mempunyai jiwa kepemimpinan visioner, selain itu memiliki keberpihakan terhadap kepentingan masyarakat. Selama memimpin Kabupaten Sintang, pak

Milton berhasil menjaga kerukunan antara masyarakat”.

Hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa Pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Kalimantan Barat, Milton Crosby-Boyman, dinilai masyarakat sebagai calon yang paling mampu merangkul keberagaman suku, ras dan agama di provinsi Kalbar. Kombinasi pasangan ini dinilai oleh masyarakat sangat cocok dalam memimpin Kalbar kedepan. Atas dasar itulah, paslon Gubernur dan Wakil Gubernur Kalbar, Milton-Boyman semakin populer dan elektabilitasnya.

Tingginya popularitas calon tersebut didasarkan atas hasil survey yang dilaksanakan oleh Center Opinian Publik di Provinsi Kalimantan Barat. Survey yang melibatkan sekitar 1.815 responden berdasarkan populasi penduduk Kalimantan Barat yang memiliki hak pilih atau DPT pilkada 2018 yaitu sebanyak 3.844.498 penduduk.

Direktur Eksekutif Center Opinian Publik Survey (COPS) mengatakan, tingkat popularitas pasangan Milton Crosby -Boyman Harun adalah paling tertinggi, dimana pasangan tersebut meraih suara sekitar 89,7 persen responden. Masyarakat menganggap, pasangan ini merupakan paslon heterogen atau nasionalis yang menggambarkan kemajuan masyarakat Kalimantan Barat.

Bagi pasangan Milton-Boyman, penggunaan lembaga survey untuk kepentingan pemenangan dalam pemilihan gubernur merupakan modal dasar tidak saja untuk melihat sejauhmana elektabilitas, tetapi juga dapat dijadikan sebagai produk marketing untuk meningkatkan image figure, sehingga mampu menarik simpati dan dukungan dari pemilih.

Berangkat dari data tersebut, menunjukkan bahwa strategi politik

pasangan Milton-Boyman untuk memenangkan pemilihan gubernur Kalimantan Barat cukup kuat dengan catatan bahwa sampai mendekati masa pencoblosan, tidak terdapat isu-isu yang kurang produktif yang menyerang pasangan ini. Hal ini menjadi penting karena tidak dapat dipungkiri bahwa isu-isu SARA akan dimainkan oleh lawan politik untuk menyerang pasangan Milton dan Boyman.

Pemanfaatan lembaga survey yang dilakukan oleh pasangan Milton-Boyman adalah salah satu strategi untuk meningkatkan citra figure di masyarakat. Hasil survey yang menunjukkan peluang untuk memenangkan pemilihan gubernur menjadi acuan untuk semakin meningkatkan strategi agar mampu bersaing. Hasil survey tidak selamanya dapat dijadikan acuan, karena selama masa kampanye dukungan terhadap salah satu calon dapat berubah tergantung dari situasi dan kondisi, serta sejauhmana strategi, isu yang ditawarkan, termasuk isu-isu dan berita hoax yang dapat menyerang figure calon.

4. Penempatan (*place*)

Penempatan (*place*) berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis. Secara geografis, Kalimantan barat memiliki daerah yang luas, terdapat 14 Kabupaten/Kota dengan wilayah yang cukup luas dengan karakteristik perkotaan, pesisir, pedesaan dan perbatasan, menuntut setiap calon untuk dapat berkampanye secara efektif agar dapat memperoleh dukungan dari berbagai lapisan masyarakat. Sementara dari aspek demografis masyarakat Kalbar adalah masyarakat yang heterogen, karena terdiri dari beragai

suku, agama dan kepercayaan, bahasa dan adat istiadat. Setiap Kabupaten memiliki karakteristik tersendiri dari aspek demografis. Hal ini juga perlu dipahami oleh setiap kandidat, agar mereka tidak hanya didukung oleh kelompok yang sama sehingga mempengaruhi perolehan suara pada saat pemilihan.

Secara geografis pasangan Milton-Boyman berasal dari wilayah yang berbeda, yaitu Kabupaten Sintang dan Ketapang. Hal ini tentu membawa keuntungan sekaligus juga menjadi tantangan tersendiri untuk memperoleh dukungan suara dari pemilih di wilayah kabupaten lain. Kondisi geografis dan juga demografis harus diperhitungkan secara matang sebagai kalkulasi untuk memperoleh dukungan, apalagi dalam hal ini seperti telah disinggung dalam penjelasan terdahulu, bahwa perilaku memilih masyarakat di Kalimantan Barat lebih didasarkan atas pertimbangan sosiologis.

Kondisi demografis pemilih yang lebih banyak terkonsentrasi di wilayah barat dan pesisir Kalimantan Barat, yang bukan merupakan basis pendukung pasangan Milton-Boyman, membutuhkan kerja keras dari tim pemenangan dan juga relawan, termasuk mesin partai agar menerapkan strategi jitu agar mampu meraup suara yang optimal di basis lawan.

Dalam wawancara dengan salah seorang tim relawan, pasangan Milton-Boyman, diperoleh penjelasan sebagai berikut : “dengan melihat hasil survey tentu saja tim relawan perlu bekerja keras untuk mendapatkan dukungan dari setiap wilayah, termasuk yang bukan basis pasangan Milton-Boyman, kita mengerahkan relawan dan juga kader partai dengan mensosialisasikan program kerja dan figure calon”.

Penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa ada tantangan dari tim

pemenangan Milton-Boyman untuk memperoleh dukungan di wilayah yang secara demografis adalah basis dari pasangan calon kandidat gubernur lainnya. Seperti telah disinggung pada penjelasan terdahulu bahwa secara geografis masing-masing kandidat sudah memiliki basis massa, namun tidak menutup peluang bahwa pemilih dapat berubah pilihannya setelah terjalin komunikasi politik dan teknik marketing yang baik dalam mempopulerkan pasangan Milton-Boyman.

Penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa tim relawan terlihat kurang maksimal dalam mengkampanyekan Milton Boyman di basis-basis lawan, seperti di Kota Pontianak. Relawan lebih banyak bergerak di sekitar basis suara. Kondisi ini memiliki dampak terhadap peluang untuk mendapatkan dukungan dari pemilih rasional, karena di wilayah-wilayah kabupaten/kota yang bukan basis suara, popularitas pasangan ini terlihat masih kurang dibanding 2 (dua) calon kandidat lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat disampaikan kesimpulan bahwa strategi politik pasangan Milton-Boyman pada pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Kalbar tahun 2018 dilakukan melalui marketing politik dengan menggunakan 4 (empat) kegiatan yaitu produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*) dan penempatan (*places*). Marketing politik yang dilakukan oleh pasangan ini sudah cukup baik, karena baik produk, promosi dan harga yang ditawarkan sangat rasional. Namun demikian, strategi marketing politik tersebut, tidak berhasil mengantarkan pasangan ini untuk memperoleh suara maksimal, karena marketing politik yang ditawarkan diperhadapkan dengan aspek

penempatan (*place*) yang tidak kondusif yaitu mayoritas masyarakat Kalbar adalah pemilih sosiologis yang telah menetapkan calon gubernur dan wakil gubernurnya berdasarkan pertimbangan suku dan agama.

REFERENSI

Buku :

- Agustino, Leo, 2009, *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiarjo, Miriam. 2004. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Efriza, dkk. 2006. *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik sampai Korupsi*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Firmanzah, 2008, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Labolo, Muhamad dan Ilham, Teguh. 2015. *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia, Teori, Konsep dan Isu Strategis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Mufti, Muslim, 2013, *Teori-teori Politik*, Bandung : Pustaka Setia.
- Rauf, Maswadi. 2001. *Kosensus dan Konflik Politik: Sebuah Penjajagan Politik*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.

Surbakti, A. Ramlan.1998. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Dokumen :

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 tentang

Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi Undang-Undang