

## **STRATEGI POLITIK MELALUI PROGRAM PENDIDIKAN KARTU JAKARTA PINTAR. (Studi Kasus Pilkada DKI Jakarta Tahun 2012)**

Syurya Muhammad Nur  
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Esa Unggul  
Jalan Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510  
syurya.muhammadnur@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*Issues education in Jakarta is very important, because of the jakarta city population of poverty levels and the level of fulfillment education less. Issues education is political issue Joko Widodo-Basuki T Purnama on election 2012 jakarta by issuing a program that seeking to lessen the burden on the community poor in obtaining access to education, namely by the issuance program assistance in the personal education through jakarta smart card.*

**Keywords** : *political strategy, jakarta smart card, education.*

### **Abstrak**

Isu pendidikan di DKI Jakarta sangat penting, karena penduduk kota jakarta tingkat kemiskinan dan tingkat pendidikan pemenuhannya kurang. Isu pendidikan adalah isu politik Joko Widodo-Basuki T Purnama pada pemilu 2012 jakarta dengan mengeluarkan sebuah program yang berusaha mengurangi beban masyarakat miskin dalam memperoleh akses terhadap pendidikan, yaitu dengan bantuan program penerbitan dalam pendidikan pribadi melalui kartu pintar jakarta.

**Kata kunci** : strategi politik, kartu jakarta pintar, pendidikan.

### **Pendahuluan**

Dalam hal pemilihan baik Pemilihan Presiden (Pilpres) maupun Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), salah satu isu strategis politik yang populer di tengah masyarakat dan dinilai sukses menghimpun simpati rakyat yaitu isu pendidikan dan isu kesehatan. Kevin Rudd, Perdana Menteri Australia dari Partai Buruh yang terpilih pada tahun 2007, juga mengangkat isu pendidikan sebagai tema kampanye. Rudd berjanji untuk menghadirkan nuansa digital di ruang-ruang kelas dengan menghadirkan satu komputer untuk setiap anak. Isu

pendidikan menjadi cara terbaik bagi para kandidat.

Pendidikan menjadi salah satu isu menarik dalam setiap kampanye politik selain isu-isu terkait peningkatan kesejahteraan, kemiskinan, kesehatan, ketersediaan lapangan kerja, isu gender, serta masalah birokrasi.

Dalam konteks pendidikan sebagai sebuah isu, seringkali diusung oleh setiap partai politik dalam setiap perhelatan pesta demokrasi. Permasalahannya ialah bagaimana peranan isu pendidikan dalam menentukan pilihan politik masyarakat dan

implementasinya pada ranah kebijakan pendidikan. (Nasution, 2004).

Masyarakat merupakan objek sekaligus subjek politik, tujuan dari politik merupakan manifesto dari tujuan hidup dan harapan masyarakat, sehingga inti dari adanya politik dan beragam elemen di dalamnya adalah mendapatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat untuk mencapai kekuasaan dalam pemerintahan, agar dapat mencapai cita-cita politik dan masyarakat.

Isu-isu terkait kebutuhan dasar, pemenuhan hak-hak asasi manusia dan berbagai isu strategis lain menjadi masalah utama yang ditawarkan partai politik kepada masyarakat. Isu pendidikan diinternalisasi ke dalam visi dan misi partai politik yang kemudian dijabarkan ke dalam visi misi calon Kepala Daerah yang disampaikan kepada masyarakat dalam proses kampanye.

Dalam kampanye penyampaian program sangatlah penting, menurut Utomo : Isu pendidikan yang ditawarkan partai politik beragam klasifikasinya, namun isu pendidikan yang diangkat memiliki kecenderungan yang sama antar partai politik atau antar peserta kampanye. Diantaranya : penyelenggaraan pendidikan gratis, peningkatan mutu guru dan tenaga pendidik, pemenuhan sarana dan prasarana pendidikan, dan peningkatan anggaran. (Utomo, 2008).

Pendidikan merupakan aspek terpenting dalam kemajuan suatu negara. Kemunduran atau kemajuan suatu negara dapat diukur dengan gambaran dari pendidikannya. Pendidikan juga merupakan salah satu faktor utama untuk dapat mencapai kemakmuran negara tersebut. Sekarang ini pendidikan juga merupakan kebutuhan primer setiap manusia sehingga tidak boleh dianggap sepele karena dari pendidikan tersebut

akan meningkatkan harkat dan martabat manusia itu sendiri.

Melihat fenomena tersebut betapa rumitnya mewujudkan pendidikan gratis untuk rakyat dalam rangka mewujudkan hak atas pendidikan, Jaminan bagi terwujudnya pendidikan gratis untuk rakyat akan makin sulit terwujud. Melihat perhelatan demokrasi di DKI Jakarta, para Kandidat pemimpin pada Pilkada DKI Jakarta tidak mampu memberikan paparan yang komprehensif atau formulasi yang akan digunakan untuk mewujudkan hal tersebut. Disisi lain, situasi pendidikan Indonesia khususnya di DKI Jakarta saat ini tengah ada dalam cengkeraman neoliberalisme pendidikan atau liberalisasi pendidikan. Dimana pendidikan sedemikian rupa dibentuk dan diarahkan untuk memenuhi keinginan pasar. Sangat sedikit Kandidat yang mampu mengupas hal ini dengan baik. Malah banyak Kandidat yang tergerus dalam aras pikir liberalisasi pendidikan. Sehingga gagasan atau program pendidikan gratis untuk rakyat sebenarnya menjadi tidak berarti apa-apa kecuali menjadi sebatas jargon pemanis dalam setiap kampanye.

Pada permasalahan tersebut diatas, penulis mengamati pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama pada Pilkada DKI Jakarta 2012 salah satu program unggulannya adalah penerapan sekolah gratis. Berdasarkan hal tersebut, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bersama tim kampanyenya melihat peluang dan membuat strategi politik berkaitan isu pendidikan tersebut, salah satunya adalah peningkatan akses pelayanan pendidikan bagi seluruh golongan masyarakat menuju Jakarta pintar. Maka arah kebijakan urusan pendidikan, melaksanakan wajib belajar 12 Tahun yang merata bagi seluruh lapisan masyarakat melalui Pemberian Biaya Operasional Pendidikan (BOP) dan Biaya Operasional Buku (BOB) bagi peserta

didik di Sekolah Negeri dan Swasta, Pemberian Biaya Personal Siswa Miskin (BPSM) melalui Pemberlakuan Kartu Jakarta Pintar, yang menjadi “kartu sakti” bagi siswa miskin untuk memperoleh bantuan pemerintah provinsi dalam mendapatkan fasilitas kebutuhan pendidikan secara personal. Pada prinsipnya program Kartu Jakarta Pintar dicetuskan sebagai upaya untuk meningkatkan akses masyarakat khususnya siswa dari keluarga miskin terhadap pendidikan yang berkualitas dalam rangka penuntasan wajib belajar 12 tahun di Provinsi DKI Jakarta. Program yang ditawarkan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama tersebut merupakan amanah dari PP No.48 Tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan, serta penjewantahan dari Peraturan Pemerintah DKI Jakarta tentang sistem pendidikan yang berisi : dalam pendanaan Pemerintah Daerah wajib menyediakan dana guna terselenggaranya wajib belajar 12 tahun khususnya bagi peserta didik dari keluarga tidak mampu dan anak terlantar.

Dengan salah satu isu pendidikan dari visi dan misi dari pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dan menjadikannya sebagai program kampanye yaitu Kartu Jakarta Pintar, membawa pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tahun 2012.

### **Hasil dan Pembahasan Segmentasi Pemilih.**

Segmentasi Pasar (*Market Segmentation*) didefinisikan sebagai pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau sifat yang membutuhkan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain. (Kolter & Amstrong, 2008).

Dari pernyataan tersebut diatas berarti, segmentasi adalah sudut pandang kandidat dalam melihat pasar pemilih yang digunakan untuk membagi pemilih dalam beberapa kelompok agar target pemilih yang ingin kandidat tuju lebih efektif dan efisien.

### **Strategi Politik**

Dalam kamus politik, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. (Marbun, 1996). Politik dan strategi, adalah merupakan suatu mekanisme bagaimana seseorang atau kelompok dengan ide politik yang dipahaminya dapat memenangkan pertarungan politik, disaat banyak orang menghendaki hal yang sama. Jadi dengan kata lain Strategi politik adalah seni dan ilmu yang mengembangkan dan menggunakan kekuatan politik untuk mencapai tujuan politik yang telah ditetapkan dan merupakan suatu cara-cara seseorang atau kelompok untuk memenangkan suatu pertarungan politik.

Dalam buku Strategi Politik tulisan Peter Schroder menyatakan bahwa : Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Contohnya adalah pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suatu struktur baru dalam administrasi pemerintahan atau dijalankannya program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi. (Schroder, 2009).

Menurut Firmanzah mengatakan bahwa strategi politik adalah :Suatu pendekatan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini perlu

dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan atau pencoblosan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang perlu strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi perlu diperkirakan oleh setiap kontestan atau bakal calon karena pesaing juga intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan dalam persaingan politik. Dipihak lain kedekatan idologis juga menjadi kekuatan untuk menarik pemilih kedalam bilik suara dan mencontreng atau mencoblos calon yang mempunyai idiologi yang sama, pemilih ini biasanya tidak mementingkan program atau visi dan misi dari kontestan atau calon yang akan maju pada pemilihan umum. (Firmanzah, 2007).

### **Pelaksanaan Strategi Politik. Kartu Jakarta Pintar sebagai Strategi Marketing Politik**

Dalam menghadapi kompetisi politik yaitu Pilkada perlu adanya persiapan atau kiat-kiat dalam menghadapi pertarungan politik. Adanya persiapan yang matang akan mempermudah dalam menghadapi medan apapun atau saingan apapun. Sebab, dalam pertarungan hanya di perlukan strategi bagaimana menaklukkan lawan dan memenangkan pertarungan. Maka dari itu adanya persiapan yang matang akan mendekati pada kemenangan. Strategi merupakan cara atau konsep yang telah disusun secara matang yang kemudian akan memberi hasil kemenangan bagi kandidat itu sendiri. Sebuah strategi diperlukan karena melihat kuatnya persaingan politik dalam pesta demokrasi saat ini, membuat para calon harus merancang strategi dengan sangat baik agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Maka dari itu berbagai

strategi yang dilakukan oleh setiap calon kandidat.

Seperti yang telah disampaikan diatas strategi yang dilakukan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama diawali dengan memetakan basis massa, menentukan langkah-langkah untuk kampanye dan juga merumuskan program kerja yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mencari strategi yang tepat untuk digunakan memenangkan dalam pemilihan gubernur tahun 2012. Dalam beberapa literatur dituliskan, untuk mewujudkan strategi politik dalam kemenangan tentunya bisa dilakukan berbagai cara, misalnya dengan langkah-langkah yang ditempuh untuk memenangkan diawali dengan cara menggali dukungan, cara mempengaruhi massa dan cara untuk mengimbangi strategi yang dikembangkan oleh lawan politiknya.

Isu pendidikan yang disampaikan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam bentuk program Kartu Jakarta Pintar, program tersebut merupakan harapan masyarakat DKI Jakarta yang ditunggu dalam hal pemenuhan pelayanan pendidikan gratis 12 tahun. Dalam kampanyenya di beberapa daerah, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama selalu menyampaikan bahwa pentingnya pendidikan gratis dengan penerapan program Kartu Jakarta Pintar.

Joko Widodo menjanjikan kepada warga jika ia terpilih nanti warga tidak akan mengalami kendala untuk menyekolahkan anak dan tidak lagi mendapatkan kesulitan dalam melakukan pengobatan penyakit. Program dua kartu itu telah berhasil diterapkan di Solo.

Pada penyampaian program tersebut pasangan Joko Widodo menyampaikan kampanyenya ke kantong-kantong masyarakat, terutama pada

masyarakat mengambang dengan cara blusukan mendatangi masyarakat secara langsung dengan membagikan Kartu Jakarta Pintar, dengan harapan apabila memilih pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama sekolah akan digratiskan sampai 12 tahun dan bagi masyarakat yang tidak mampu akan mendapatkan Kartu Jakarta Pintar untuk pembiayaan keperluan sekolah, seperti alat tulis, sepatu, seragam. Program Kartu Jakarta Pintar tersebut dapat berdimensi jangka panjang artinya, program Kartu Jakarta Pintar dapat memberikan harapan bagi masyarakat DKI Jakarta yang memang membutuhkan layanan pendidikan gratis 12 tahun, program tersebut juga dapat berdimensi jangka pendek yaitu untuk mendulang suara pada saat kampanye. Sehingga program Kartu Jakarta Pintar ini menjadi senjata yang sangat ampuh dalam strategi politik pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama.

Program Kartu Jakarta Pintar ini merupakan kelanjutan program Joko Widodo ketika menjadi Walikota Solo, pada tahun 2008 Joko Widodo meluncurkan program Pemeliharaan Kesehatan Masyarakat Solo (PKMS) dan Bantuan Pendidikan Masyarakat Kota Solo (BPMKS). Kedua program ini dijalankan sebagai upaya Pemprov Solo di bawah Joko Widodo untuk menyediakan layanan kesehatan dan pendidikan gratis untuk rakyat miskin di Solo. Untuk kartu BPMKS diberikan kepada siswa SD dan SMP di Solo yang miskin agar dapat mengenyam pendidikan tanpa dipungut biaya, baik iuran bulanan maupun biaya operasional di sekolah negeri atau swasta.

Dalam penyampaian program Kartu Jakarta Pintar sebagai marketing politik, Hal pertama yang disebar oleh marketing politik ke masyarakat adalah informasi dan pengetahuan tentang politik.

Melalui aktifitas marketing seperti iklan dan promosi, informasi serta pengetahuan akan dapat dengan mudah disebarluaskan oleh partai politik dan kontestan. Marketing politik sangat terkait dengan media massa, karena menjadi salah satu tujuan utama marketing politik adalah menyampaikan pesan dan informasi politik dari satu kontestan kepada pemilih. Marketing politik yang dilakukan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama berusaha untuk meyakinkan pemilih bahwa mereka layak untuk dipilih. Pemberian informasi tentang semua hal yang terkait dengan latar belakang Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama yang baik, visi politik yang jelas, dan program kerja yang terukur. Sehingga pada akhirnya pemilih dapat merasa yakin bahwa pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama yang akan dipilih benar-benar berkualitas. Marketing politik yang dilakukan tim sukses pasangan Abah Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama diyakini dapat meningkatkan ikatan rasional maupun emosional dengan para pendukungnya. Serangkaian aktivitas marketing politik membuat hubungan antara Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dengan konstituen menjadi lebih intens. Antusiasme yang cukup besar ditunjukkan oleh masyarakat DKI Jakarta tanpa adanya *money politic*.

Oleh karena itu penulis menganalisis dengan menggunakan teori marketing politik menurut Nursal yang terdiri atas sembilan elemen, dalam strategi memenangkan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 diantaranya adalah:

a. *Positioning*.

*Positioning* adalah tindakan untuk menancapkan citra tertentu kedalam benak para pemilih agar tawaran produk politik dari suatu kontestan memiliki posisi khas, jelas, dan *meaningful*. *Positioning* yang

efektif akan menunjukkan perbedaan nyata dan keunggulan sebuah kontestan dibandingkan dengan kontestan pesaing. *Positioning* secara tidak langsung juga mendefinisikan pesaing bahwa pesaing tidak dapat mewujudkan tawaran-tawaran tertentu sebaik pihak yang mencanangkan *Positioning* tersebut.

Salah satu strategi *positioning* yang dilakukan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama adalah menancapkan citra tertentu kedalam benak para pemilih tentang pentingnya pendidikan 12 tahun. Cara yang dilakukan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, untuk menandakan program mereka berbeda dengan kandidat lain yaitu dengan cara memberikan harapan-harapan tentang pendidikan gratis yang disampaikan melalui program pendidikan berbentuk Kartu Jakarta Pintar. Strategi program Kartu Jakarta Pintar bertujuan untuk memikat hati rakyat, dimana pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama mencoba menanamkan kesan ke benak para masa agar mereka bisa membedakan produk dan jasa dari kandidat lainnya. Selain itu penanaman kebenaran pemilih, bahwa program pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama berbeda adalah selalu mendatangi pemilih dan mensosialisasikan pentingnya pendidikan gratis dengan cara blususkan mendatangi langsung pemilihnya.

Seperti yang dirilis oleh situs relawan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama yaitu : Calon Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo (Jokowi) lebih memilih berkampanye di kawasan permukiman penduduk daripada dalam sebuah gedung atau tempat pertemuan. Dalam blusukannya tersebut, diharapkan masyarakat tersentuh dengan kedatangan Joko Widodo dan program Kartu Jakarta Pintar disampaikan kemasyarakat dapat tercapai. Program Kartu Jakarta Pintar

tersebut sudah melekat di benak masyarakat DKI Jakarta, bahwa kalau ada masyarakat yang mendapatkan atau memiliki Kartu Jakarta Pintar, masyarakat sudah menebak bahwa dia adalah pendukung pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama. Penanaman kepada benak kepada masyarakat bahwa program kerja tersebut menarik, perlu adanya kemasan yang baik untuk menjual suatu produk. Produk tersebut berbentuk kebijakan yang nantinya akan menjadi landasan ketika duduk dalam kekuasaan, kebijakan berhubungan dengan “program kerja serta visi misi” yang ditawarkan para konstestan ketika terpilih kelak, menawarkan solusi terhadap permasalahan pendidikan, memunculkan isu-isu yang dianggap penting dan dapat diterima oleh konstituen, program kerja yang dapat diterima, yang menarik, mudah terserap oleh para pemilih. Kandidat *incumbent* sebenarnya menawarkan program yang hampir sama yaitu pelayanan pendidikan sekolah 12 dengan Bantuan Oprasional Pendidikan, program tersebut adalah program kelanjutan selama Kandidat *incumbent* memimpin DKI Jakarta namun selama program tersebut tidak berjalan dengan baik. Melihat kondisi tersebut dan ingin mendapatkan *positioning* yang penting maka pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama mengambil peluang tersebut menawarkan program kongkrit yaitu program Kartu Jakarta Pintar, hal inilah yang menjadi pembeda dengan kandidat *incumbent*. Hal inila yang menjadi daya tarik masyarakat, bahwa adanya program yang kongkrit dari pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dan berbeda dengan kandidat lain.

Kartu Jakarta Pintar menjadi program unggulan Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, dikarenakan kebutuhan pendidikan masyarakat DKI

Jakarta yang sangat tinggi dan tingkat kemiskinan di DKI Jakarta cukup tinggi, maka program tersebut sangat memberikan harapan bagi kalangan menengah kebawah. Oleh karena itu Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bersama tim Jakarta Baru mengkomunikasikan program tersebut melalui media elektronik dan cetak sehingga program tersebut langsung dapat diterima oleh masyarakat. Perbedaan program kampanye tersebut tidak mudah ditiru oleh pihak lain karena program Kartu Jakarta Pintar ini merupakan amanah dari PP No.48 Tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan dan Perda No. 8 Tahun 2006, Pasal 16 huruf f. Berdasarkan itulah Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, menyampaikan program Kartu Jakarta Pintar. Karena berbentuk kartulah yang menjadi kekhasan dari program tersebut serta judul dari kartu tersebut yaitu Jakarta pintar yang menjadi daya tarik masyarakat.

Dari penanaman kebenak masyarakat bahwa program Kartu Jakarta Pintar ini adalah memang merupakan program yang dibutuhkan masyarakat, maka suara yang diraih memang sangatlah signifikan dikarenakan tim Jakarta baru yang memang sangat masif dalam mengkampanyekan program-program Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, program yang menjadi andalan pada saat kampanye yaitu Kartu Jakarta Pintar yang dapat mendulang suara pemilih pemula karena program tersebut fokus kepada sekolah gratis 12 tahun. Selain mengkampanyekan program tersebut Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dan tim suksesnya juga berkampanye melalui media sosial yang sedang menjadi gandrungan anak muda.

a. *Policy* (Kebijakan).

Kebijakan atau *Policy* terhadap isu tertentu merupakan salah satu substansi

produk politik. Kebijakan ditawarkan oleh sebuah kontestan Pilkada untuk membawa masyarakat kepada kehidupan yang lebih baik. Itu juga berarti, kebijakan merupakan solusi dari berbagai persoalan yang dianggap yang menyebabkan kehidupan tidak atau belum membaik. Program yang ditawarkan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, bertujuan untuk memecahkan masalah kemasyarakatan berdasarkan isu-isu yang dianggap penting oleh para pemilih dan program yang diambil juga berdasarkan aspek kehidupan masyarakat, seperti aspek ekonomi, pendidikan sosial dan budaya.

Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bersama relawan Jakarta Baru, berpikir keras strategis apa akan dikelola dengan baik berdasarkan paket kebijakan yang akan ditawarkan dalam kampanye. Kebijakan yang ditawarkan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama diharapkan bisa membawa perubahan yang lebih baik di lingkungan masyarakat dan tepat sasaran. Secara ideal, kebijakan yang dijabarkan dalam program kerja merupakan jualan utama pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam Pilkada. Pandangan ideal inilah yang menyebabkan sebagian politisi mengandalkan keunggulan kebijakan dalam kampanye-kampanye politik. Program-program yang ditawarkan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama berbeda dengan program kandidat lainnya dan program yang disampaikan bertujuan untuk menarik perhatian dari masyarakat. Program-Program yang disampaikan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama pada saat kampanye Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 ini sasarannya adalah masyarakat kelas menengah ke bawah dan pemilih pemula, jika dilihat dari program kampanyenya salah satunya yaitu program Kartu Jakarta Pintar. Program-program

yang ditawarkan oleh setiap kandidat memiliki tujuan tertentu terutama untuk pemilih pemula.

b. *Person* (Orang).

Figur seorang kandidat berperan penting dalam mempengaruhi para pemilih pada saat Pilkada. Para pemilih biasanya lebih tertarik kepada figur yang telah mereka kenal dibandingkan dengan figur yang sama sekali belum pernah mereka kenal. Selain itu, kepopuleritasan seorang figur juga mempengaruhi terpilihnya seorang kandidat atau tidaknya di kancha perpolitikan. Bahkan masyarakat beranggapan siapa yang paling banyak berbuat dialah yang akan mereka pilih pada saat Pilkada berlangsung.

Dalam hal ini, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dan kandidat lainnya bersaing dengan strategi masing-masing untuk bisa menarik perhatian dari pemilih. Figur Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dilihat atas tiga kategori yaitu: *Pertama*. Kualitas Instrumental yaitu sebuah keahlian dasar yang dimiliki oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama. Kualitas ini dilihat dari kompetensi fungsional yaitu memiliki keahlian dibidang tertentu misalnya, hukum, keamanan, teknologi dan sebagainya. Dengan memiliki Kualitas Instrumental ini diharapkan bisa menjalankan program dengan baik untuk diterapkan dilingkungan masyarakat dan sukses melaksanakan tugasnya. Berdasarkan yang penulis dapatkan pada saat melakukan penelitian bahwa pada Kualitas Instrumental pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama memiliki keahlian tetapi tidak terlalu mendasar, Joko Widodo hanya seorang lulusan insinyur ketuhanan dan Basuki Tjahaja Purnama hanya lulusan insinyur geologi. Jika dilihat latarbelakang pendidikan mereka berdua jauh dari

harapan masyarakat Jakarta untuk memimpin, namun yang paling penting adalah cara bersosialisasi seorang kandidat kepada masyarakat, cara bersosialisasi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama terutam Joko Widodo dengan langsung mendatangi masyarakat dengan istilah blusukan, hal inilah yang menjadi daya tarik masyarakat karena didatangi langsung oleh calon Gubernur sedangkan Basuki Tjahaja Purnama lebih difokuskan mengkonsep startegi kampanye.

*Kedua*. Faktor Simbolis yaitu dilihat dari aura sosial yang dimiliki oleh kandidat misalnya seorang kandidat merupakan representasi dari kaum muda, wong cilik, tokoh agama, dan lain-lain. Seseorang yang akan mencalonkan diri untuk menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur menurut penulis sebagian besar adalah keinginan dari diri masing-masing dan tentunya atas dukungan dari berbagai pihak. Tetapi ada juga kandidat yang diusulkan ataupun di dukung dari pihak lain hal ini bisa saja dilihat dari pengalaman dan latar belakang yang sudah dijalani oleh kandidat. Dalam hal ini, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama diajukan oleh PDIP dan Gerindra, karena partai melihat prestasi dan figur kandidat cocok untuk memimpin DKI Jakarta dikarenakan kesuksesan mereka memimpin daerahnya masing-masing.

*Ketiga*. Fenotipe Optis yaitu penampakan visual dari seorang kandidat misalnya dilihat dari fisik, kesehatan dan gaya penampilan. Jika dikaitkan dengan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, dalam hal ini Joko Widodo yang suka mendatangi langsung masyarakat dengan menyampaikan program kampanyenya yaitu Kartu Jakarta Pintar serta suka berpenampilan apa adanya mengikuti gaya masyarakat menengah ke bawah, dan yang ciri khasnya adalah baju kotak-kotak, itulah yang menjadi daya tarik masyarakat

untuk memilih pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama.

Berdasarkan hasil survey LSI bekerjasama dengan Tempo, bahwa : Warga DKI hampir semuanya sudah mengenal Fauzi (97%) di atas Jokowi yang baru dikenal 84%. Namun demikian, kualitas popularitas Jokowi sedikit di atas Fauzi: yang suka pada Jokowi (diantara yang tahu) sekitar 76%, dan yang suka pada Fauzi Bowo 72%. Fauzi Bowo cenderung unggul dalam citra “berwibawa”, “anak dipandang”, “mampu memimpin”, “tegas” dan “tidak cacat moral”. Sedangkan Jokowi cenderung unggul dalam citra “bisa dipercaya/bersih dari korupsi”, “menyenangkan, ramah, hangat”, dan “perhatian”. Karena bersih dari korupsi dan peduli pada rakyat biasa menjadi kriteria utama dalam menilai calon maka Jokowi punya peluang lebih baik untuk menarik pemilih karena ia unggul dalam kriteria ini.

Oleh karena itu person pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dapat diterima dengan baik oleh warga serta program-programnya.

#### c. *Party* (Partai).

Partai merupakan sebuah mesin politik dengan aneka kegiatan politik yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan atau ikut mengendalikan kekuasaan. Untuk memperoleh atau mengendalikan kekuasaan, partai berusaha merebut simpati para pemilih dengan menawarkan kebijakan dan kandidat yang diharapkan sesuai dengan aspirasi pemilih. Dengan demikian, partai dapat juga disebut sebuah Organisasi yang menghasilkan produk-produk politik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama diusung oleh PDI Perjuangan dan Gerindra dan membuat tim yang bernama tim relawan Jakarta Baru dengan membuat

dan memberikan program-program kerja untuk menarik perhatian masyarakat. Adapun program-program yang dijalankan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, dalam hal ini penulis fokuskan pada program pelayanan pendidikan gratis dimana program ini berbentuk Kartu Jakarta Pintar yang berguna bagi masyarakat untuk mendapatkan pendidikan gratis 12 tahun di DKI Jakarta. Dengan diadakannya program-program yang dilakukan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama masyarakat mempunyai harapan besar kepada kandidat. Berdasarkan selogan kampanyenya adalah “Jakarta Baru”, maka harapan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama akan mewujudkan DKI Jakarta yang berwajah baru dalam segi pelayanan terutama pelayanan pendidikan 12 tahun.

#### d. *Presentation* (Persentasi).

Persentasi adalah penyajian produk politik yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Persentasi terbagi atas dua yaitu: *Pertama*. Simbol Akustik yaitu meliputi bagaimana nada, irama, dan warna bunyi yang diucapkan oleh kandidat ketika menyampaikan pesan-pesan politik kepada para pemilih. Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam menyampaikan pesan – pesan politiknya hal utama dilakukan adalah memperkenalkan dirinya lebih utama dengan menyampaikan visi dan misinya dengan nada suara yang lemah lembut. *Kedua*. Simbol Ruang dan Waktu, Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap kandidat pada saat kampanye biasanya memilih waktu-waktu yang tepat untuk penyampaian visi dan misi untuk menjadi pemimpin. Sebagaimana yang dilakukan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama yang mengguna-

kan tempat-tempat tertentu dalam penyampaian pesan-pesan politik kepada masyarakat. Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama pada saat menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat biasanya diadakan di rumah-rumah penduduk dengan konsep blusukan. Hal ini, bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi antara kandidat dengan para pemilih dalam situasi ini pula bisa dilakukan diskusi agar kandidat tahu apa saja yang diinginkan dan diharapkan oleh Masyarakat kedepannya.

e. *Push Marketing* (Mendorong Pemasaran).

Pendekatan *Push Marketing* pada dasarnya adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara yang lebih *costumized* (personal). Dalam hal ini, *Pertama-tama* pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama mengarahkan para pemilih menuju satu tingkat kognitif yang berbeda dibandingkan dengan bentuk kampanye lainnya, artinya kandidat yang berbicara langsung kepada masyarakat dengan cara blusukan dan cara yang dilakukan pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama memberikan efek yang berbeda dibandingkan dengan melalui iklan, sepanjang penglihatan penulis memang sangat berarti bagi masyarakat dengan cara blusukan tersebut.

*Kedua*, kontak langsung memungkinkan pembicaraan dua arah, melakukan persuasi dengan pendekatan verbal dan non verbal seperti tampilan, ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan syarat fisik lainnya. Dalam hal ini pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama, dalam rangka blusukannya mereka melakukan dialog dengan warga tentang persoalan hidup. Penyampaian program Kartu Jakarta Pintar langsung kepada masyarakat dengan cara sosialisasi

pentingnya pendidikan gratis, dengan penyampaian tersebut langsung masyarakat merespon dikarenakan banyaknya masyarakat DKI Jakarta yang anaknya tidak dapat mengeyam pendidikan gratis 12 tahun.

*Ketiga*, menghumaniskan kandidat. Dalam hal ini, pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama bersama tim relawan Jakarta baru memberikan pencitraan positif kepada masyarakat dengan cara, selain blusukan dan juga memakai gaya-gaya sederhana yang selama ini dilakukan masyarakat, mengenakan baju kotak-kotak bukan mengenakan jas dan berkupiah seperti kandidat lainnya. Inilah yang membuat pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama merasa humanis atau *low profile* dimata masyarakat.

Selanjutnya *Keempat*, meningkatkan antusiasme massa dan menarik perhatian media massa. Sentuhan langsung memungkinkan setiap pemilih melibatkan dirinya secara langsung dengan produk-produk politik. Dalam hal ini, pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama bersama tim Jakarta baru membuat sesuatu yang baru dan tidak ada di kandidat lain yaitu membuat akun-akun seperti tweeter, facebook dan youtube.

Banyak pengamat yang menyatakan bahwa kemenangan Jokowi Ahok tidak lepas dari peran media dalam membentuk opini publik dan media yang juga dalam hal tertentu mampu membentuk orang. Menurut pengamat politik dari LIPI Siti Zuhro, Pak Jokowi sangat mendapatkan peluang besar dengan media darling. Dengan media sosial itulah mereka menyampaikan program kampanyenya dengan mudah dan murah, rata-rata pengguna media sosial adalah anak-anak muda dan pemilih pemuda yang sesuai dengan pemilihan segmentasi pasangan Joko Widodo dan Basui Tjahaja Purnama.

Harus diakui, Media memang sangat berperan penting dalam pembentukan figur tertentu. Media apapun baik elektronik maupun cetak memiliki peran luar biasa dan sangat efektif. Media darling terhadap Jokowi karena banyaknya opini tentang Jokowi yang lebih positif membentuk sosok Jokowi ketimbang pemberitaan terhadap kandidat lainnya.

Selanjutnya selain keempat cara tersebut, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama juga mengerahkan alat-alat partai pendukung. Dalam hal ini, PDI Perjuangan dan Gerindra DKI Jakarta yang merupakan partai pendukung yang memiliki ranting-ranting di semua wilayah kecamatan/kota, kelurahan dan mesin partai politik yang terstruktur dan baik. PDI Perjuangan dan Gerindra merupakan partai yang solid dalam menjalankan strategi pada kemenangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama di DKI Jakarta. PDI Perjuangan dan Gerindra juga telah membentuk tim sukses yang bernama Tim relawan Jakarta Baru dengan basis dengan segala segala aktivitas pendataan hingga penggalangan dukungan dilakukan.

Perolehan suara dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur begitu signifikan, ini menunjukkan bahwa mesin PDI Perjuangan dan Gerindra berjalan dengan baik, ini bisa dilihat dari berjalannya massa kampanye dan proses pemilihan bahkan sampai pada akhir pemilihan. Terdapat alasan kenapa mesin PDI Perjuangan dan Gerindra dikatakan berjalan? Hal ini dikarenakan ketika DPP PDIP dan DPP Gerindra menginstruksikan agar PDIP dan Gerindra DKI Jakarta, bekerja secara optimal dan mengamankan hasil keputusan partai di tingkat pusat yg menunjuk pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 itu di sampaikan secara

resmi. Instruksi ini memberi efek nyata dalam usaha-usaha partai. Mesin partai PDI Perjuangan dan Gerindra DKI Jakarta dianggap berhasil karena disebabkan oleh pengurus partai dan anggota partai yang bekerja keras untuk memenangkan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tahun 2012.

f. *Pull Marketing* (Menarik Pemasaran).

Pendekatan *Pull Marketing* ini dilakukan menggunakan Media Massa dan juga adanya pemasangan baliho-baliho kandidat. Media Massa juga berperan aktif pada saat Pilkada dengan Media seorang kandidat dapat memperkenalkan dirinya ke publik dengan Visi dan Misi untuk menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Kekuatan strategi pull marketing sebagai strategi kampanye untuk konteks Jakarta sangat tepat. Peran media dalam menggugah kesadaran masyarakat tentang seorang pemimpin menjadikan warga menengah ke atas ibu kota sebagai mayoritas pemilih.

Penggunaan Media Massa terbagi atas dua yaitu: *Pertama*. Penggunaan Iklan, Seorang kandidat selain mempromosikan langsung kepada masyarakat juga dibutuhkan peranan Media Massa didalamnya misalnya iklan. Iklan ini bisa mengkomunikasikan gagasan-gagasan dan produk-produk politik melalui Media Massa tertentu dengan memberikan bayaran kepada pihak media tersebut. Contoh iklan misalnya media elektronik, iklan layar lebar, brosur, poster, bendera, spanduk dan lain-lain. Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama selain turun langsung bertemu dengan masyarakat, melalui media massa juga berperan aktif pada Pilkada DKI Jakarta. Dengan menggunakan media massa para pemilih bisa melihat program dan sosok kandidat yang akan mereka pilih nantinya

dan ini bisa membantu kandidat untuk mempromosikan dirinya lebih luas lagi.

*Kedua. Media Online*, penggunaan Internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan di Masyarakat. Internet menjadi Media yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan baik anak muda maupun orang tua. Berkaitan dengan Pilkada DKI Jakarta tahun 2012, internet juga dilakukan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama untuk mempromosikan dirinya dan programnya ke khalayak publik seperti menggunakan Facebook dan Twitter. Melalui Media ini kandidat mengharapkan dukungan kepada Masyarakat yang aktif menggunakan Media Sosial tetapi tidak menjadikan Internet sebagai Media utama dalam memperkenalkan dirinya. Dalam hal ini pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama sangat masif mengkampanyekan programnya melalui twitter, tim media pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dijalankan oleh tim relawan JB (Jakarta Baru) yang bentuk media sosialnya adalah Jokowi-Ahok Social Media Volunteers (Jasmev) yang diaktifkan melalui <https://twitter.com/jasmev>, selain itu ada juga seperti : JBKaskus, JB\_Kaskus, RELAWANMUDAJKT, Jokowi Centre, Jakarta Baru, Jakarta Bangkit, Si Kakak @Kaskus, Jokowi\_Basuki, al\_diablos, KangEQJBKaskus, JokowiAhok.

*g. Pass Marketing (Lulus Pemasaran).*

Marketing politik menjadi lebih kompleks karena adanya pihak-pihak baik perorangan maupun kelompok yang berpengaruh besar terhadap para pemilih. Didalam *Pass Marketing* terdiri dari dua kelompok yang berpengaruh besar terhadap pemilih diantaranya adalah *Influencer* Aktif dan *Influencer* Pasif. Pada *Influencer* Aktif, perorangan ataupun kelompok yang melakukan kegiatan aktif

untuk mempengaruhi para pemilih sedangkan *Influencer* Pasif, Individu atau kelompok yang tidak mempengaruhi para pemilih secara aktif tapi menjadi rujukan para pemilih. Berdasarkan penelitian penulis bahwa pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bersama tim Jakarta Baru, melakukan aktifitas secara aktif untuk mempengaruhi para pemilih dengan cara blusukan dan menyampaikan program bahwa tidak ada dikandidat lain yaitu program Kartu Jakarta Pintar. Dan penyampaian program juga dibantu dengan tim yang tergabung dengan koalisi PDI Perjuangan dan Partai Gerindra, karena partai-partai mempunyai basis masa yang kongkrit dapat dipengaruhi dan mempengaruhi masyarakat untuk memilih program pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama.

*h. Polling.*

Dalam sistem Pemilu yang demokratis, riset merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh sebuah kontestan yang ingin menerapkan marketing politik dengan efektif. Peran polling untuk mengetahui tingkat popularitas dan elektabilitas kandidat, serta isu merupakan hal yang mempengaruhi strategi tepat yang digunakan untuk wilayah dan segmen yang berbeda. Dalam hal ini pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat kepopuleritasannya dan isu kampanye disampaikan apakah sesuai dengan harapan masyarakat. Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bersama tim kampanyenya menyewa lembaga survey PolMark Indonesia, yang bertugas membuat riset tentang kandidat baru untuk memimpin DKI Jakarta.

Manfaat dari riset tersebut antara lain, pertama, untuk memahami perilaku dan pandangan masyarakat, pesaing, tren

terbaru dalam bidang politik dan program Kartu Jakarta Pintar. Kedua, memungkinkan menggali informasi melalui market *intelligent*. Ketiga, untuk mengurangi bias informasi. Keempat, dapat menghasilkan informasi yang berguna untuk input bagi pengambilan keputusan internal dan eksternal kandidat.

### **Strategi Ofensif dalam Menyampaikan Program Politik.**

Strategi yang dilakukan oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama diawali dengan memetakan sekmentasi pemilih, menentukan langkah-langkah untuk kampanye dan juga merumuskan program kerja yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mencari strategi yang tepat untuk digunakan memenangkan dalam pemilihan kepala daerah. Langkah-langkah yang ditempuh diawali dengan cara menggalang dukungan, cara mempengaruhi massa dan cara untuk mengimbangi strategi yang dikembangkan oleh lawan politiknya. Untuk menentukan strategi politik pada kampanye yang diterapkan kepada masyarakat diawali dengan melihat potensi suaranya yang sekiranya diperoleh dalam pemilihan kepala daerah. Kegiatan politik untuk memenangkan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dengan memetakan basis dukungan yang sekiranya diperoleh dalam pemilihan kepala daerah. Pemetaan dukungan ini dilakukan untuk mencari dukungan masyarakat ketika pelaksanaan pemilihan kepala daerah, Karena dengan memperkirakan dukungan yang diperoleh dalam pemilihan kepala daerah akan membantu kandidat kepala daerah dan tim suksesnya untuk mengembangkan strategi yang tepat didalam mencari dukungan masyarakat.

Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam membangun citra

positif adalah dengan cara menunjukkan sikap yang ramah terhadap semua masyarakat, serta menciptakan visi yang akan dijalankan ketika terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur di DKI Jakarta tahun 2012-2017 dengan melihat potensi dan kebutuhan masyarakat. Visi yang dibawa oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dan tim suksesnya yaitu "*Jakarta Baru, kota modern yang tertata rapi dan manusiawi, dengan kepemimpinan dan pemerintah yang bersih dan melayani.*" Untuk mencari dukungan serta simpatik pada masyarakat pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama menawarkan program-program kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan serta potensi yang dimiliki oleh masyarakat DKI Jakarta. Berdasarkan dari ahok.org program kerja Jakarta Baru sebagai berikut (terlampir), dalam hal ini peneliti hanya menganalisis program kerja bidang pendidikan, karena isu pendidikan yang dipakai oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama pada saat kampanye Pilkada DKI Jakarta, yaitu : *Pertama*, melaksanakan amanat Undang-Undang dengan mengimplementasikan pendidikan gratis 12 tahun dan disertai dengan pengawasan yang ketat terkait dengan kualitas guru dan materi pendidikan. *Kedua*, pelayanan pendidikan untuk siswa dari keluarga tidak mampu diintegrasikan dalam Kartu Pelayanan Pendidikan Warga Jakarta. *Ketiga*, mengantisipasi Bonus-Demografi 2020 dengan meningkatkan program Pelatihan tenaga kerja dengan bekerjasama dengan dunia usaha dan institusi pendidikan.

Pada program politik tersebutlah yang membuat pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama berbeda, karena mereka mempunyai program yang memang menjadi harapan masyarakat dibidang pendidikan. Pada program pelayanan pendidikan untuk siswa dari

keluarga tidak mampu diintegrasikan dalam Kartu Pelayanan Pendidikan Warga Jakarta yang berbentuk Kartu Jakarta Pintar, dari program pendidikan tersebut pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama rupanya menangkap peluang dari persoalan kemiskinan dan rendahnya tingkat pendidikan di DKI Jakarta, maka dibuatlah program Kartu Jakarta Pintar.

Untuk memperkuat strategi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama sesuai dengan visi dan program kerja, maka penulis menganalisa dengan berdasarkan teori Peter Schorder yaitu strategi *ofensif* perluasan pasar dan menembus pasar. Strategi *ofensif* ini sangat dibutuhkan, misalnya apabila kandidat ingin menambah atau meningkatkan jumlah massa pemilihnya. Dalam hal ini harus ada lebih banyak orang yang memiliki pandangan dan pemikiran yang positif terhadap kandidat tersebut, sehingga nantinya kampanye yang akan dilaksanakan kandidat akan dapat berhasil.

Dalam strategi *ofensif* ini Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama melakukan beberapa hal sebagai berikut :

a. Pemantauan lawan politik

Dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2012, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dan tim sukses berusaha mencari kekurangan dan kelemahan dari strategi yang dikembangkan oleh lawan atau rival politiknya. Pemantauan ini dilakukan oleh tim sukses dari pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dengan cara melakukan pengawasan terhadap kegiatan yang dilakukan oleh lawan politiknya, kemudian dari kegiatan tersebut tim sukses dari pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama menganalisis apa saja yang kurang maksimal dari kegiatan tersebut. Kekurangan dari kegiatan politik rival itulah yang menjadi salah satu dasar

pemikiran tim pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama untuk melakukan kegiatan politik yang berbeda dan dapat menarik simpatik pemilih.

Pemantauan terhadap strategi yang dikembangkan oleh lawan atau rival memanglah tidak begitu banyak, akan tetapi hal ini sangatlah strategis dalam menentukan langkah untuk memenangkan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama. Karena dengan mengamati, melihat dan mengobservasi strategi yang dikembangkan oleh lawan bisa menentukan langkah untuk menyeimbangi strategi yang dikembangkan oleh rival dalam mendekati masyarakat dan menentukan strategi untuk memenangkan pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2012.

b. Pengalangan dukungan

Cara pengalangan dukungan yang di tempuh oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama yang dibantu oleh tim sukses adalah dengan cara menggunakan pendekatan secara langsung kepada masyarakat baik secara pribadi maupun kelompok, pendekatan secara kelompok kepada masyarakat dilakukan oleh tim sukses Relawan Jakarta dengan mengadakan acara makan-makan, hiburan dan sosialisasi program terutama program yang langsung bersentuhan dengan kehidupan masyarakat yaitu pentingnya pendidikan gratis, hal ini bertujuan untuk mengenalkan pribadi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama terhadap masyarakat dan menyampaikan program kampanye. Selain itu pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama mengenalkan dirinya secara personal terhadap masyarakat terutama masyarakat yang masih mengambang atau masyarakat yang belum mempunyai pilihan, cara yang ditempuh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama untuk mengenalkan secara pribadi atau personal

adalah dengan mendatangi rumah masyarakat atau dengan istilah blusukan yang menjadi targetnya untuk mengenalkan dirinya secara personal. Pengenalan secara personal ini dilakukan secara langsung kepada masyarakat dan mengenalkan program kerja kepada masyarakat dan juga keseriusan untuk membuat perubahan DKI Jakarta yang lebih baik. Program kerja yang di sampaikan salah satunya adalah program pelayanan pendidikan untuk siswa dari keluarga tidak mampu diintegrasikan dalam Kartu Pelayanan Pendidikan Warga Jakarta atau Kartu Jakarta Pintar. Program ini merupakan program prioritas, dikarenakan tingkat kemiskinan dan kurangnya kesempatan pendidikan bagi warga Jakarta. Hal ini menjadi pendulang suara bagi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dikarenakan suara pemilih pemula sangat berarti dengan tawaran sekolah gratis melalui Kartu Jakarta Pintar.

Selanjutnya cara penggalangan suara yang dilakukan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, dengan membuat akun-akun seperti, tweeter, facebook, youtube dan iklan di media masa. Penggalangan tersebut terkesan anak muda sekali, karena harapan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dapat mendulang suara anak muda dan pemilih pemula. Cara penyampaian programnya pun berbeda-beda sesuai dengan segmentasinya, contoh pada segmentasi anak muda atau pemilih pemula, pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bersama tim relawan Jakarta membuat suatu *event* festival musik yang pesertanya anak muda yang dikomandoi oleh band slank, yang menjadi sorotan anak muda ketika itu adalah hadirnya Joko Widodo pada festival tersebut. Ini menunjukkan bahwa adanya keseriusan Joko Widodo pada program

anak muda, kehadirannya selain mengikuti festival musik tersebut juga menyampaikan program-program kampanyenya yaitu dengan menyampaikan Kartu Jakarta Pintar, dimana pada festival tersebut hadir para pemilih pemuda dan anak muda.

### c. Mempengaruhi Massa

Dalam pemilihan massa atau masyarakat merupakan elemen yang sangat penting, karena masyarakat atau massa adalah orang yang akan memilih nantinya dan digunakan untuk mencari dukungan yang sebanyak-banyaknya untuk memenangkan dalam sebuah pemilu, baik itu Pilpres maupun Pilkada karena massa atau masyarakat sudah mengenal calon yang maju dalam pemilihan tersebut, baik secara pribadi maupun sosoknya.

Fokus masa pada program Kartu Jakarta Pintar ini adalah masyarakat yang kurang mampu mendapatkan pendidikan yang layak, dikarenakan mahalnya pendidikan di DKI Jakarta dan masa pemilih pemula pada usia sekolah yang sudah cukup untuk mempunyai hak pilih. Cara yang ditempuh oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam mempengaruhi masa yaitu menawarkan program pendidikan yang berbentuk Kartu Jakarta Pintar, dengan isu pendidikan yang dibawa pada saat kampanye, diharapkan akan mempengaruhi masyarakat untuk memilih. Selain itu visi, misi dan program kerja yang dibawa oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama bisa mempengaruhi masyarakat, karena apabila visi dan misi dan program kerja yang hendak diwujudkan kepada masyarakat sesuai dengan keadaan masyarakat dan masyarakat merasa bahwa visi dan misi yang dibawa jelas dan dapat menjadikan DKI Jakarta semakin baik, pasti masyarakat akan memberikan suaranya kepada pasangan Joko Widodo dan Basuki

Tjahaja Purnama dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur.

Selanjutnya pada konsep *strategi perluasan pasar* dalam kampanye pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, bertujuan untuk membentuk kelompok pemilih baru di samping para pemilih yang telah ada dan harus ada suatu penawaran yang lebih baik bagi para pemilih. Strategi semacam ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye, untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran baru dan penawaran mana saja yang lebih baik dibanding dengan penawaran kandidat lain. Perluasan pasar tidak mungkin dapat dicapai dengan isu atau agenda yang tidak bermutu. Oleh karena Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama memfokuskan pada pemilih pemula yaitu kalangan siswa yang cukup umur untuk mempunyai hak pilih, cara yang mereka jalani melalui penyampaian program Kartu Jakarta Pintar kepada masyarakat. Dengan penyampaian program tersebut, masyarakat kalangan bawah yang kurang mampu dalam berpendidikan dapat terpanggil untuk memilih Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama.

Selanjutnya dengan *strategi menembus pasar* yaitu merupakan strategi penggalan potensi secara optimal, atau penggalan bagian yang dimiliki sekelompok target di mana keberhasilan telah diraih sebelumnya. Artinya pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama menyampaikan program Kartu Jakarta Pintar melihat kondisi masyarakat DKI Jakarta yang sangat memerlukan pendidikan gratis 12 tahun, dimana anak-anak usia sekolah tidak mendapatkan pendidikan yang layak dikarenakan mahalnya pendidikan di DKI Jakarta, inilah yang menjadi penggalan potensi untuk memberikan solusi tepat bagi masyarakat terhadap kebutuhan

pendidikan. Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama dalam hal menembus pasar ini, mereka bersama tim selalu melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat dengan cara blusukan lalu bersama tim Jakarta Baru tidak henti-hentinya mengkampanyekan melalui media sosial yang menjadi tren anak muda saat ini serta mengkampanyekan tujuan dari program Kartu Jakarta Pintar ini adalah sekolah gratis dan ini menjadi daya tarik masyarakat.

Dari mulai perencanaan sampai pelaksanaan strategi politik pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, dapat diketahui bahwa strategi yang dipakai untuk mengkampanyekan isu pendidikan gratis melalui Kartu Jakarta Pintar dikatakan berhasil dan pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama keluar sebagai pemenang pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 dan terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta untuk periode 2012-2017, dengan memperoleh suara sebanyak 2.472.130 atau 53,82% dari total jumlah pemilih sebanyak 6.996.951 jiwa, sedangkan rival politiknya yaitu Fauzi Bowo dan Nachrowi Ramli memperoleh suara sebanyak 2.120.815 atau 46,18%. Dari hasil kampanye pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama tersebut, membawa mereka menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Berdasarkan isu pendidikan yang diramu menjadi program kampanye yaitu program Kartu Jakarta Pintar, merupakan salah satu strategi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama melalui memasarkan produknya yaitu Kartu Jakarta Pintar dan melakukan penyerangan program terhadap program lawan. Selanjutnya inilah yang akan menjadi politik pendidikan bagi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama kelak, untuk membuat kebijakan-kebijakan

mengenai pendidikan, karena dasar pembentukan kebijakan mereka adalah visi, misi dan program kerja pada saat kampanye. Oleh karena itu pendidikan sebagai isu strategis memberikan kontribusi positif dalam perannya sebagai memaksimalkan dukungan bagi pemilih.

### **Kesimpulan**

Strategi politik yang dipakai pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama pada pilkada DKI Jakarta, apabila dianalisis dengan teori marketing politik yaitu melalui konsep *positioning*, program yang disampaikan kepada masyarakat memanglah program yang berbeda dengan program kandidat lainnya dan lebih kongkrit yaitu Kartu Jakarta Pintar, selanjutnya program tersebut sangat istimewa karena programnya berbentuk kartu yang memberikan pelayanan pendidikan gratis 12 bagi masyarakat kurang mampu, program ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena kondisi kemiskinan di DKI Jakarta makin tinggi dan pendidikan semakin mahal, selanjutnya program Kartu Jakarta Pintar ini sangat mudah sekali dikomunikasikan kepada pemilih karena tujuan dari program ini membantu menanggulangi anak-anak usia sekolah yang tidak dapat sekolah.

Dari strategi-strategi dan yang dipakai oleh pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama, isu pendidikanlah yang menjadi strategi politik bagi pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama karena isu pendidikan sangat memudahkan dalam memberikan harapan kepada masyarakat. Isu pendidikan yang dijadikan strategi politik merupakan pejewantahan dari politik pendidikan. Setelah pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama menang menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta, program Kartu Jakarta Pintar tersebut diimplementasikan menjadi kebijakan pendidikan gratis 12

tahun, bahwa setiap sekolah baik negeri maupun swasta di DKI Jakarta gratis dan siswa yang kurang mampu wajib mendapatkan Kartu Jakarta Pintar. Program Kartu Jakarta Pintar tersebut terus berlanjut sampai Joko Widodo meninggalkan kepemimpinannya di DKI Jakarta dan maju menjadi Kandidat Presiden Republik Indonesia. Program tersebut tetap menjadi program unggulan yang dilanjutkan oleh Wakil Gubernurnya yaitu Basuki Tjahaja Purnama, program tersebut terus dijalankan demi pemenuhan pelayanan pendidikan.

### **Daftar Pustaka.**

- BPMKS, <https://www.selasar.com/politik/reakam-jejak-kartu-sakti-jokowi-di-solo-dan-jakarta/diakses> pada tanggal 25 Januari 2016.
- Dana Kampanye Jokowi, <http://rixum.blogspot.co.id/2014/12/lain-lain-jokowi.html>/di akses pada 21 Januari 2016.
- Firmanzah, (2008), *Marketing Politik*. Jakarta: Obor.
- Joko Santoso, <https://teorimp.wordpress.com/2010/12/28/branding-politik/> diakses pada tanggal 15 Januari 2016.
- Kotler dan Armstrong., (2008) *Prinsip-Prinsip Marketing*, Jakarta : Erlangga.
- KPU DKI Jakarta, <http://kpujakarta.go.id/hasilpemilu/> diakses tanggal 25 Januari 2016.
- Marbun., (1996) *Kamus Politik*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.

Nursal, Adman., (2004), *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*, Jakarta : Gramedia Pusaka Utama.

Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 8 Tahun 2006 Tentang *Sistem Pendidikan Provinsi DKI Jakarta*.

PP Nomor 48 Tahun 2008 tentang *Pendanaan Pendidikan*

Prasetyo Utomo, *Isu Politik dalam Kebijakan Pendidikan*, 2008, <http://jurnaldikbud.net/index.php/jpnk/article/viewFile/167/153>. diakses pada 26 Juni 2015.

Scrooder, Peter., (2009) *Strategi Politik*, Jakarta: FNS.

*SK Gubernur DKI tentang Penataan, Penetapan dan Luas Wilayah Kelurahan di Provinsi DKI Jakarta*. Nomor 171 tahun 2007.

UU Nomor 20 Tahun 2003 Tentang *Sistem Pendidikan Nasional*.

UU Nomor 32 tahun 2004 tentang *Pemerintahan Daerah*.

Z. Nasution, *Partai-Partai Mau Jual Isu Apa* : 2004, <http://sinarharapan.co.id/berita/0401/27/opi01.html> (diakses tanggal 25 Juni 2015).