

## Strategi kampanye dalam pemilihan preseiden langsung: Studi kasus strategi dan manajemen kampanye Susilo Bambang Yudhoyono dalam pemilu 2004

Nur Budi Hariyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108190&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) berhasil memenangkan pemilihan umum presiden secara langsung (Pilpres) pertama kali dalam sejarah Indonesia pada Pemilu 2004. Kemenangan SBY yang berpasangan dengan Muhammad Jusuf Kalla (JK) itu menunjukkan fenomena Baru dalam babak kehidupan politik di Indonesia.

Penelitian ini menekankan pada bagaimana strategi komunikasi politik SBY, terutama strategi dan manajemen tim kampanye SBY dalam Pilpres 2004. Beberapa aspek yang tercakup di dalamnya, antara lain bagaimana susunan tim kampanye, strategi kampanye dan pelaksanaannya, hingga mampu meraih kemenangan dalam Pilpres. Tujuannya adalah memberikan gambaran (deskripsi) secara umum dan menganalisis secara evaluatif struktur dan kerja tim sukses SBY tersebut.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tak berstruktur, tapi fokus pada permasalahan. Pengambilan data juga dilakukan melalui studi kepustakaan dan dokumen. Metode evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi proses (berdasarkan Cara atau proses komunikasi) dan hasil atau dampak dari proses komunikasi tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan, strategi kampanye politik SBY -JK cukup efektif dan optimal. Dari evaluasi yang dilakukan, strategi kampanye yang dilakukan mampu memilih isu-isu sensitif yang menjadi harapan masyarakat, strategi pencitraan dan pemasaran SBY cukup berhasil dalam mempopulerkan dan menghasilkan nilai positif untuk memenangkan pemilihan presiden dan wakil presiden.

Pencitraan melalui media massa mampu membangun popularitas dan opini positif terhadap SBY-JKC. Di dalamnya, termasuk melakukan kontra opini terhadap kampanye negatif (negative campaign).

Persoalan yang perlu dibenahi dalam strategi kampanye SBY adalah terus melakukan evaluasi terhadap isu-isu sensitif yang menjadi harapan masyarakat, pemeliharaan popularitas melalui pencitraan dan image positif, dan melakukan evaluasi dan perencanaan pendekatan kepada pemilih secara matang. Penyusunan strategi dan perencanaan kampanye harus dilakukan secara lebih baik, harus dilakukan evaluasi popularitas dan opini positif melalui penataan positif, dan kreativitas dalam kampanye perlu terus dikembangkan.

Dan aspek implikasi akademis, penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan perbaikan konsep strategi dan manajemen kampanye SBY di masa depan. Penelitian ini dapat dimanfaatkan secara praktis untuk bahan pertimbangan memformulasikan strategi seorang kandidat presiden.