

Peran pebisnis dalam politik pendanaan kampanye pasangan Jokowi-Jusuf Kalla pada Pilpres 2014 = The role of businessman in political funding of Jokowi-Jusuf Kalla campaign in the 2014 presidential election

Anggina Mutiara Hanum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476684&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Peran Pebisnis dalam Politik Pendanaan Kampanye Pasangan Jokowi-Jusuf Kalla pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014. Dalam penelitian ini dikaji mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan Pendanaan Kampanye Pilpres 2014. Kebutuhan akan dana kampanye yang demikian vitalnya dalam melancarkan segala sesuatunya terkait kemenangan pemilu, menjadikan terbentuknya pola pendanaan kampanye yang banyak mengandalkan kekuatan finansial dalam menjalankan berbagai strategi kemenangan kampanye politik. Strategi-strategi ini sebagai maneuver untuk mendukung elektabilitas yang tinggi pasangan calon dan kampanye yang menyentuh seluruh penjuru nasional dengan tujuan akhir to reach out voters. Temuan utama dalam penelitian ini, menunjukkan indikasi adanya peranan yang signifikan oleh para pebisnis, kelompok oligarki ekonomi dalam politik pendanaan pilpres 2014. Teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini: pemilu, pendanaan pemilu, oligarki dan plutokrasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data dengan wawancara, analisis dokumen serta menggunakan metode studi kasus pada penelitian ini.

.....This study discusses the role of businessmen in the political funding of the Jokowi Jusuf Kalla Campaign, in the 2014 Presidential and Vice Presidential Election. This research reviews several aspects related to the 2014 Election Campaign Funding. The need for such vital campaign funds in launching everything related to the winning of the election, led to the formation of a campaign funding pattern that relied heavily on financial strength in carrying out various strategies for winning political campaigns. These strategies are seen as a maneuver to support the high electability of candidates to the entire nation, with the ultimate goal being, to reach out to voters. The main findings in this study indicate a significant role of businessmen and economic oligarchy groups, in the political funding of the 2014 presidential election. Theories and concepts used in this study election, election funding, oligarchy and plutocracy. The research method used a qualitative approach. Methods of data collection in this research were executed via interviews, document analysis and using case study methods.