



UNIVERSITAS INDONESIA

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
VOTING INTENTION KONSTITUEN DAN
PEMASARAN PARTAI POLITIK.
STUDI KASUS PARTAI KEBANGKITAN BANGSA (PKB)**

TESIS

RINDRADANA RILDO

0906621382

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
DESEMBER 2010**



UNIVERSITAS INDONESIA

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
VOTING INTENTION KONSTITUEN DAN
PEMASARAN PARTAI POLITIK.
STUDI KASUS PARTAI KEBANGKITAN BANGSA (PKB)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen**

RINDRADANA RILDO

0906621382

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
KEKHUSUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
JAKARTA
DESEMBER 2010**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rindradana Rildo

NPM : 0906621382

Tanda Tangan : 

Tanggal : 17 Januari 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Rindradana Rildo
NPM : 0906621382
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Faktor-faktor yang mempengaruhi *voting intention* konstituen dan pemasaran partai politik.
Studi Kasus Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Nurdin Sobari

Penguji : Dr. Tengku Ezni Balqiah

Penguji : Prof. Firmanzah Ph.D.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Januari 2011

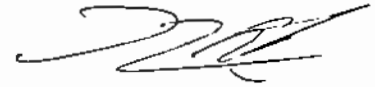
UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

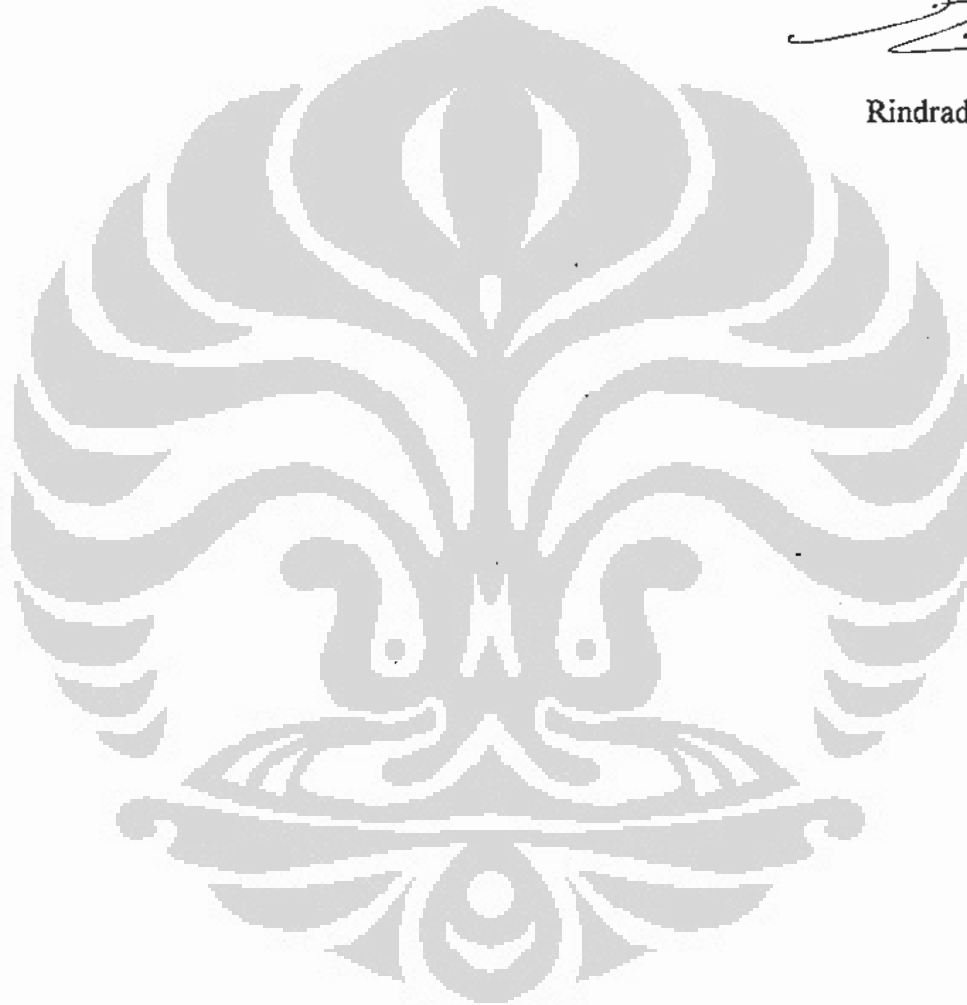
- (1) Dr. Nurdin Sobari selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan karya akhir ini.
- (2) Bapak Prof. Rhenald Khasali, Phd selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Indonesia.
- (3) Para dosen penguji yang telah memberikan saran dan koreksi agar penelitian ini semakin baik.
- (4) Staf dosen dan pengajar Magister Manajemen Universitas Indonesia atas bekal ilmu yang inspiratif bagi penulis selama perkuliahan.
- (5) Keluarga saya sebagai motivasi utama penulis melanjutkan pendidikan, yaitu Papa (Rildo Anwar), Mama (Budiana Indrasari), dan kedua adik saya (Rizki Dwianda Rildo dan Rildi Triandana Rildo).
- (6) Ary Khristiani atas segala bantuan dan dukungannya selama ini.
- (7) Keluarga dari Om Wiranto, Tante Rosalia Susanti, Rosalia Dwita dan Yohanes Satrio Wicaksono atas doa serta dukungannya.
- (8) Seluruh karyawan Magister Manajemen Universitas Indonesia dan khususnya Bapak-bapak Staf Perpustakaan yang dengan sabar membantu penulis dalam penyusunan karya akhir ini.
- (9) Teman-teman seperjuangan B 091 MM UI.
- (10) Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang sangat membantu penulis dalam pengumpulan data penulisan karya akhir ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini dapat memberikan sedikit kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Desember 2010



Rindradana Rildo



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rindradana Rildo
NPM : 0906621382
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

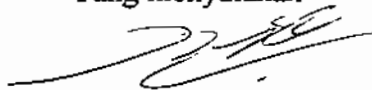
**Faktor-faktor yang mempengaruhi
Voting Intention Konstituen dan Pemasaran Partai Politik.
Studi Kasus Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: Desember 2010

Yang menyatakan



(Rindradana Rildo)

ABSTRAK

Nama : Rindradana Rildo
Program Studi : Manajemen
Judul : **Faktor-faktor yang mempengaruhi *Voting Intention* Konstituen dan Pemasaran Partai Politik. Studi Kasus Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).**

Dalam kehidupan bernegara, manusia tidak dapat terlepas dari peran mereka sebagai bagian dari suatu komunitas politik. Indonesia sebagai negara yang menganut paham demokrasi tentu memiliki lebih dari satu partai politik. Partai politik yang beragam sekaligus sebagai perwujudan Pemilu yang demokratis. Tiap partai politik tentunya memiliki kepentingan dan tujuan yang beragam sesuai dengan landasan partai mereka. Dalam proses pencapaian tujuan, suatu partai melewati Pemilu terlebih dahulu dan harus meyakinkan para konstituen secara umum bahwa partai mereka dapat mewakili aspirasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor apa hal yang dapat mempengaruhi *voting intention* dari konstituen. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, suatu partai dapat memiliki keunggulan bersaing yang dapat membantu mereka untuk mencapai tujuan yang telah disebutkan sebelumnya.

Kata Kunci: Figur, Ideologi, Kinerja, Partai Politik, *Voting Intention*, Konstituen, Pemasaran Partai, PKB

ABSTRACT

Name : Rindradana Rildo
Study Program : Master of Management
Title : **The Influencing Factors of Constituent Voting Intention and Political Party Marketing. Case Study Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).**

As a citizen, one cannot detach from their role as a part of political community. Indonesia, as a democratic country, obviously has more than one political party. These parties also represent democratic implementation, whereas party role is to become a representative of constituent aspiration. Every political party surely has their own agenda and goals. In order to reach those goals, a political party needs to gain support from all constituents especially on election day. This research is held to provide an understanding towards factors that influence constituent voting intention. By understanding those factors, a party can obtain a competitive advantage that can aid them to reach their goals.

Keywords: Figure, Ideology, Work Rate, Political Party, Voting Intention, Constituent, Party Marketing, PKB.

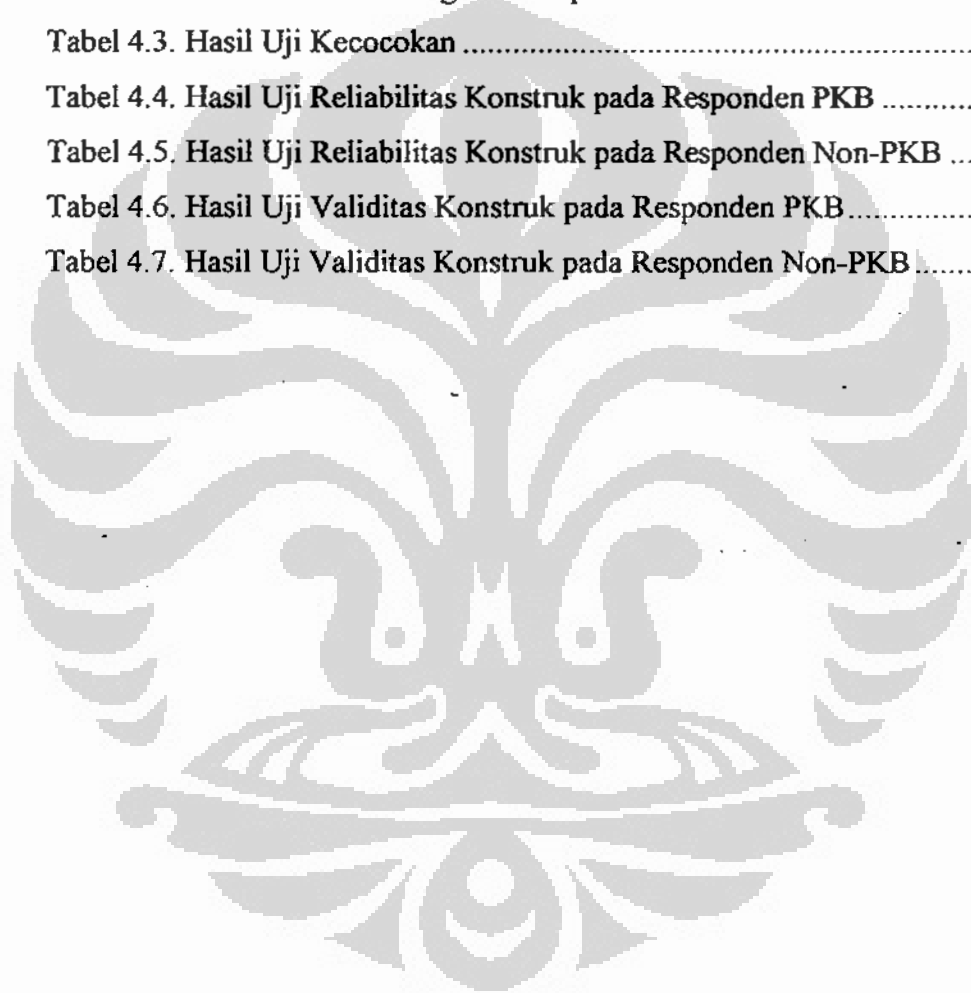
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	4
1.6. Metode Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan Penelitian	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	7
2.2 Politik	8
2.3 Pemasaran Politik	9
2.4 Partai Politik	14
2.5 Figur	16
2.6 Ideologi	17
2.7 Kinerja	21
2.8 <i>Voting Intention</i>	22
2.9 Konstituen	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	28
3.3 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1 Sampling	29
3.4.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Instrumen Penelitian	31
3.5.1 Wawancara	31
3.5.1.1 Variabel Wawancara	33
3.5.1.2 Format Wawancara	33
3.5.1.3 Responden Wawancara	34
3.5.2 Kuesioner	35
3.5.2.1 Format Kuesioner	36

3.5.2.2	Format Pertanyaan.....	37
3.5.2.3	Metode Skala.....	37
3.5.2.4	Skala Pengukuran.....	38
3.5.2.5	Variabel yang Diteliti	38
3.5.2.6	Responden Kuesoner.....	40
3.5.2.7	Metode Analisis Data Kuesioner.....	41
3.5.3	Dokumentasi.....	41
BAB 4	ANALISIS DATA PENELITIAN	
4.1	Gambaran Umum Partai Politik dan Sejarah Pemilu	42
4.2	Gambaran dan Sejarah PKB.....	43
4.3	Uji Pendahuluan (<i>Pre-test</i>).....	44
4.4	Profil Responden Kuantitatif PKB	45
4.4.1	Jenis Kelamin Responden	47
4.4.2	Usia Responden	47
4.4.3	Status Perkawinan Responden.....	48
4.4.4	Pendidikan Terakhir.....	48
4.4.5	Pekerjaan Responden.....	49
4.4.6	Pendapatan Per Bulan Responden	49
4.4.7	Agama yang Dianut Responden	50
4.4.8	Analisis Profil Responden	50
4.5	Profil Responden Kuantitatif Non-PKB	51
4.5.1	Jenis Kelamin Responden	52
4.5.2	Usia Responden	52
4.5.3	Status Perkawinan Responden.....	53
4.5.4	Pendidikan Terakhir Responden.....	53
4.5.5	Pekerjaan Responden.....	54
4.5.6	Pendapatan Per Bulan Responden	54
4.5.7	Agama yang Dianut Responden	55
4.5.8	Analisis Profil Responden.....	55
4.6	Uji Normalitas	56
4.7	Uji Kecocokan.....	57
4.8	Uji Reliabilitas.....	58
4.9	Uji Validitas	60
4.10	Analisis <i>Voting Intention</i>	63
4.11	Hasil Temuan Wawancara	63
4.11.1	Wawancara Internal PKB.....	64
4.11.2	Wawancara dengan Komunitas Pesantren.....	70
4.11.3	Wawancara dengan Peneliti di Jawa Timur	72
BAB 5	PENUTUP	
5.1.	Kesimpulan.....	75
5.2.	Limitasi Penelitian	76
5.3.	Saran.....	76
5.4.	Implikasi Manajerial	77
Daftar Pustaka	80
Lampiran		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Isu Kampanye Partai Persatuan Pembangunan.....	19
Tabel 2.2. Kampanye Partai Kebangkitan Bangsa	19
Tabel 3.1. <i>Construct</i> Penelitian	33
Tabel 3.2. Area Pengambilan Sample.....	40
Tabel 4.1. Karakteristik Demografis Responden PKB	45
Tabel 4.2. Karakteristik Demografis Responden Non-PKB	51
Tabel 4.3. Hasil Uji Kecocokan	57
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk pada Responden PKB	58
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk pada Responden Non-PKB	59
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Konstruk pada Responden PKB.....	61
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Konstruk pada Responden Non-PKB.....	62

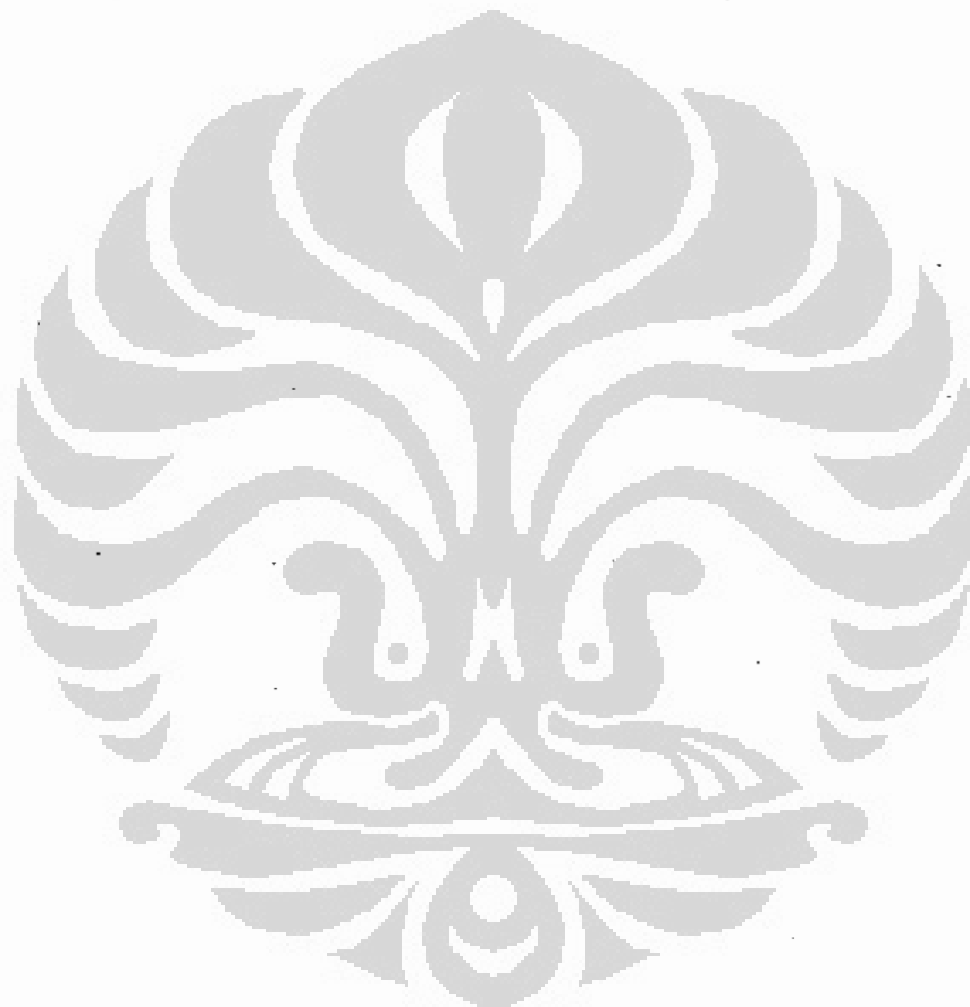


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Perbandingan Sistem Pemasaran Umum dan Politik.....	13
Gambar 3.1. Konstruk Penelitian	38
Gambar 3.2. <i>Newman and Seth theory of political choice behavior</i>	39
Gambar 4.1. Jenis Kelamin Responden PKB.....	47
Gambar 4.2. Usia Responden PKB.....	47
Gambar 4.3. Status Perkawinan Responden PKB	48
Gambar 4.4. Pendidikan Terakhir Responden PKB	48
Gambar 4.5. Pekerjaan Responden PKB	49
Gambar 4.6. Pendapatan Per Bulan Responden PKB.....	49
Gambar 4.7. Agama yang dianut Responden PKB	50
Gambar 4.8. Jenis Kelamin Responden Non-PKB.....	52
Gambar 4.9. Usia Responden Non-PKB.....	52
Gambar 4.10. Status Perkawinan Responden Non-PKB	53
Gambar 4.11. Pendidikan Terakhir Responden Non-PKB	53
Gambar 4.12. Pekerjaan Responden Non-PKB.....	54
Gambar 4.13. Pendapatan Per Bulan Responden Non-PKB.....	54
Gambar 4.14. Agama yang dianut Responden Non-PKB.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara.....	
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas	
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan <i>Factor Analysis</i>	
Lampiran 5. Mabda Siyasy Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan demokrasi tidak dapat terlepas dari keberadaan partai. Dalam konteks kehidupan demokrasi di Indonesia, secara historis, semenjak pertama kali pemilu digelar (1955), sistem multipartai tidak dapat dielakkan (Firmanzah,2008). Banyaknya kelompok politik pada masa itu, termasuk di dalamnya yang parokial, seperti partai yang bersifat kedaerahan dan agama membuat sistem multipartai menjadi satu-satunya jalan. Sistem multipartai yang dianut sejak zaman orde lama tersebut berlanjut sampai dengan orde baru hingga masa pasca reformasi.

Dengan semakin banyaknya partai peserta pemilu (34 partai pada pemilu 2009), semakin banyak pula jumlah pesaing tiap-tiap partai. Dengan banyaknya jumlah pesaing tersebut, maka layakny suatu perusahaan, suatu partai harus memiliki *competitive edge* ketimbang partai lain agar tetap eksis, atau bahkan menjadi *market leader* dengan memenangi pemilu. *Competitive edge* yang dimaksud dalam konteks pemasaran politik dapat dipandang sebagai suatu rangkaian program kerja, ideologi, harapan, dan figur pemimpin (Firmanzah,2008).

Jika menilik fenomena di Indonesia, maka indikator utama daripada *competitive edge* suatu partai adalah tokoh yang mengkomandoi partai yang bersangkutan, atau lebih umum disebut "figur". Kemenangan Demokrat di pemilu terakhir dilansir oleh beberapa tokoh partai disebabkan oleh figur SBY. Para tokoh partai juga berasumsi bahwa kelesuan Golkar di beberapa pemilu belakangan juga disebabkan karena figur pemimpin golkar kurang mengakomodir kemauan masyarakat (dalam konteks pemasaran politik dapat disebut sebagai pelanggan).

Fungsionaris Partai Golongan Karya, Anton Lesiangi (2009), mengatakan partai beringin sudah saatnya mengakui kekalahan di pemilihan legislatif 2009. Partai ini diminta mengevaluasi penyebab merosotnya partai yang pernah berjaya selama puluhan tahun. Anton berujar,

“Permasalahannya dimana, tidak lain karena figur pemimpinnya (Jusuf Kalla)”

Menurut Anton faktor figur pemimpin partai memiliki peran vital dalam maju mundurnya sebuah partai di tengah kompetisi politik yang ketat. Anton mengatakan memiliki bukti soal itu.

“Partai Demokrat menang karena figur Susilo Bambang Yudhoyono. Masyarakat menghendaknya. Begitu juga dengan partai lainnya,”

Sedangkan Partai Golkar menurut Anton, sekarang ini tidak memiliki figur yang betul-betul sesuai dengan keinginan masyarakat.

“Kalau bisa bahasa yang lebih bagus, pasar sudah tidak inginkan”

Hal lain yang cukup menarik untuk disimak, adalah kaitan antara figur Abdurrahman Wahid (Gus Dur) dengan *voting intention* dan pemasaran Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Gus Dur merupakan tokoh yang mengkomandoi PKB ketika partai tersebut pertama kali terjun ke kancah perpolitikan Indonesia pada tahun 1999. Pada masa itu PKB meraih 12,61% suara, dan berhasil meraih posisi ke-3 pemilu pada saat itu. Gus Dur bahkan sukses menjadi presiden pada masa tersebut.

Pada pemilu 2004, masih dengan Gus Dur sebagai komando partai, PKB masih berada di zona suara dua digit dan masih meraih peringkat ke-3, yaitu dengan 10,6% suara. Namun, pada saat itu beliau terbentur masalah kesehatan, Gus Dur gagal melewati pemeriksaan medis sehingga Komisi Pemilihan Umum menolak memasukannya sebagai kandidat.

Pada pemilu berikutnya, yaitu tahun 2009, PKB bergerak tanpa Gus Dur sebagai pemuncak partai. PKB yang pada masa itu dikomandoi oleh Muhaimin Iskandar (Cak Imin), diramalkan akan mengalami kesulitan untuk mempertahankan *market share* mereka sebelumnya. Muchtar Effendi (2009), peneliti senior di Institute For Strategic and Development Studies (ISDS), mengungkapkan, jika betul Gus Dur dan pendukungnya meninggalkan PKB, dipastikan parpol bernomor urut 13 itu bakal makin lemah dan kacau.

“Tanpa Gus Dur, di Pemilu 2009, PKB bakal terhuyung-huyung di tengah gemuruh 33 parpol lain dalam perebutan kekuasaan”.

Terlepas dari posisi yang dipercayakan bagi Cak Imin sebagai Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Menakertrans), perolehan suara PKB merosot tajam. PKB “hanya” mendapatkan porsi suara sebesar 4,94%. Kemerossotan tajam, lebih dari 50%, tersebut merupakan rekor terbesar penurunan suara selama 3 periode pemilu yang telah berlangsung (1999, 2004, dan 2009).

Melihat fenomena pada PKB tersebut, penulis tertarik untuk melihat apakah figur merupakan faktor utama yang mempengaruhi *voting intention* konstituen dan kemudian dikaitkan dengan pemasaran partai, khususnya PKB. Kesimpulan sementara dari temuan beserta fenomena yang penulis pahami adalah, figur merupakan determinan utama daripada kemungkinan partai untuk meraih *market share* dan dipandang memiliki kelebihan ketimbang partai lainnya. Figur di sini dipandang sebagai *competitive edge* partai sebagai entitas penyedia jasa masyarakat yang terwujud dalam bentuk pimpinan partai (Osagwu, 2008).

1.2 Masalah Penelitian

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah, apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi *voting intention* konstituen dan pemasaran suatu partai politik?

1.3 Tujuan Penelitian

Menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi *voting intention* konstituen dan pemasaran partai politik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Untuk akademisi
 - Memberikan sumbangsih perspektif dalam mengkaji *marketing* politik, khususnya dalam mengkaji figur partai.
 - Menjadi bahan kajian, khususnya bagi akademisi yang tertarik dengan *marketing* politik
- b. Untuk partai politik
 - Sebagai pertimbangan kesesuaian antara figur dan aspek-aspek lainnya dengan strategi pemasaran partai.
 - Memberikan gambaran bagaimana konstituen dan pihak internal partai memandang figur partai.
- c. Untuk pihak lain
 - Menjadi bahan pertimbangan dan referensi dalam pengambilan keputusan maupun penelitian di masa yang akan datang.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara terhadap sejumlah konstituen, khususnya yang pemuka agama Islam yang berasal dari daerah Jawa Timur, dan beberapa tokoh internal PKB sebagai informasi tambahan.

1.6 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif sekaligus *exploratory*. Penelitian ini menekankan pada penyajian, analisis, dan interpretasi hasil wawancara yang sesuai dengan tujuan penelitian dan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan fenomena pengaruh figur, ideologi, dan kinerja partai dengan *voting intention* konstituen dan pemasaran partai politik, studi kasus Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

1.7 Sistematika Penelitian

Dengan maksud mengupayakan agar penelitian tetap terarah dan mencapai tujuan, maka penelitian ini akan dibagi menjadi 5 bab. Dengan susunan sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan

Menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, metode, model, batasan, dan sistematika penelitian.

Bab 2 : Tinjauan Pustaka

Menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan tema dan menjadi dasar pengerjaan karya akhir ini.

Bab 3 : Metode Penelitian

Menjelaskan tipe, pendekatan, dan fokus penelitian, serta sumber-sumber, teknik pengumpulan, dan teknik analisis data.

Bab 4 : Pembahasan

Menjelaskan gambaran kondisi PKB pasca Gus Dur, baik dari segi konstituen maupun dari segi internal partai.

Bab 5 : Kesimpulan dan Saran

Memberikan kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, dan memberikan saran bagi partai politik sebagai pertimbangan langkah-langkah pemasaran partai.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

Secara garis besar, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh laba usaha dalam rangka menjaga keberlangsungan hidup dan tumbuh kembangnya perusahaan. Dalam eksekusi pemasarannya, perusahaan tentunya harus memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya, baik secara internal maupun eksternal.

Menurut Kotler (2009), pemasaran adalah gabungan proses sosial dan manajerial individu maupun organisasi untuk mendapatkan apa yang menjadi tujuan mereka melalui proses pertukaran nilai dengan pihak lain. Selanjutnya, menurut Solomon (2009), pemasaran didefinisikan sebagai suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai dalam rangka mencapai hubungan yang menguntungkan bagi pelanggan, organisasi, dan *stakeholders*.

Menurut William J. Stanton dalam Ranga (2009) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Kegiatan-kegiatan tersebut ditempuh dalam rangka mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran yang dilakukan dengan penjual, pembeli dan orang-orang yang terpengaruh secara tidak langsung dari proses pertukaran tersebut.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran mencakup beberapa faktor, yaitu : merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pasar sasaran, menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai serta mempertahankan pelanggan.

Universitas Indonesia

Faktor tersebut dituangkan kepada *marketing mix* yang disebut sebagai 4P (*Product, Place, Price, dan Promotion*). Maka, berdasarkan penjelasan tersebut, marketing memiliki nilai guna bagi perusahaan sebagai sarana mencapai tujuan, khususnya dari segi penjualan melalui proses pertukaran nilai.

2.2 Politik

Secara garis besar, berdasarkan KBBI, politik adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Keputusan ini biasanya diambil secara kolektif. Selanjutnya, menurut Harold Lasswell, politik adalah kegiatan masyarakat yang meliputi aspek siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana cara pencapaiannya.

Dalam konteks negara, Budiarjo dalam Pito, et.al (2005) mendefinisikan politik sebagai kegiatan dalam suatu negara yang berkaitan dengan proses penentuan tujuan dan bagaimana mencapai tujuan tersebut. Politik selalu menyangkut tujuan-tujuan dari seluruh masyarakat, bukan tujuan pribadi seorang. Untuk melaksanakan tujuan-tujuan itu tentu diperlukan kebijakan-kebijakan umum yang menyangkut pengaturan dan atau alokasi dari sumber daya atau *resources* yang ada. Untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan itu, perlu dimiliki kekuasaan dan kewenangan, yang akan dipakai baik untuk membina kerja sama maupun untuk menyelesaikan konflik yang mungkin timbul dalam proses tersebut.

Politik juga menyangkut kegiatan berbagai kelompok termasuk partai politik dan kegiatan individu. Selain itu, menurut Ibrahim (2009), politik diartikan sebagai pengaturan kekuasaan dalam kehidupan bernegara dengan segala aktivitasnya agar aspirasi masyarakat dapat diwujudkan dalam ketentuan yang jelas.

Hibbs, dalam F.J Veiga dan L.G Veiga (2004), menyatakan bahwa politik adalah proses pembagian kekuasaan antara partai yang berhasil berada di pemerintahan. Pembagian kekuasaan di sini dapat berupa pembagian kursi di parlemen, dukungan dalam pengesahan suatu undang-undang dan kerja sama yang terbentuk melalui koalisi.

Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa politik dalam konteks negara, adalah serangkaian upaya untuk mencapai tujuan dari suatu negara. Di dalam proses pencapaian tujuan tersebut, terdapat aspek pengaturan kekuasaan melalui ketentuan-ketentuan yang diatur oleh hukum negara yang bersangkutan.

2.3 Pemasaran Politik

Pemasaran politik, sebagai salah satu pendekatan yang substansial dalam suatu kegiatan politik, memiliki tujuan-tujuan yang tidak jauh berbeda dari tujuan pemasaran pada umumnya. Seperti tujuan pemasaran yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan, khususnya dari aspek penjualan, melalui proses pertukaran nilai, dalam konteks politik, pemasaran memiliki peran membantu partai politik memahami konstituen mereka layaknya membantu perusahaan untuk memahami calon maupun pengguna produk atau jasa mereka.

Menurut Osagwu (2008), pemasaran politik dapat dikonsepsikan sebagai segala bentuk aplikasi konsep, pendekatan, dan prinsip pemasaran dalam isu-isu politik, baik yang dilakukan oleh individu, kelompok, organisasi, maupun negara. Penggunaan pendekatan pemasaran juga digunakan dalam menjalin hubungan kolektif antara masyarakat atau calon pemilih, isu atau permasalahan politik, dan kandidat tertentu.

Farrel dan Wortman, dalam O'Shaughnessy dan Henneberg (2002), mendefinisikan pemasaran politik sebagai sistem pertukaran antara dua atau lebih aktor yang memiliki sesuatu yang dapat diper"jual beli"-kan. "Penjual" menawarkan perwakilan kepada "pelanggan" (konstituen) mereka untuk mendapatkan suara. Hal yang dipasarkan oleh "penjual" di sini adalah sebuah "produk" yang terdiri dari citra pemimpin dan partai, serta proposal ideologi atau permasalahan lainnya yang berkaitan.

Selanjutnya, Wring, dalam O'Shaughnessy dan Henneberg (2002) mendefinisikan pemasaran politik sebagai penggunaan riset opini dan analisis lingkungan partai atau kandidat untuk menghasilkan dan melakukan promosi penawaran *competitive advantage* melalui tujuan organisasi serta mengusahakan memuaskan konstituen untuk memastikan dukungan mereka. Hasil riset dan analisis dapat digunakan pula sebagai landasan pergerakan partai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Henneberg, di dalam O'Shaughnessy dan Henneberg (2002) memberikan definisi, yaitu pemasaran politik merupakan upaya membangun, menjaga dan meningkatkan hubungan politik dengan masyarakat. Hal tersebut diusahakan dengan tujuan agar tujuan figur dan organisasi dalam mendapatkan kursi di pemerintahan dapat dipenuhi. Pencapaian tersebut diraih melalui pemberian suara oleh para konstituen sebagai bentuk terima kasih dari pemenuhan janji yang dicanangkan sebelumnya oleh partai politik.

Menurut Firmanzah (2008), pemasaran politik merupakan penerapan pendekatan pemasaran untuk meningkatkan efektivitas transfer ideologi dan program kerja, dari kontestan ke konstituen. Selain itu, pemasaran juga dapat memberikan inspirasi kepada kontestan mengenai pendekatan-pendekatan yang dapat dilakukan dalam menanggapi permasalahan-permasalahan yang sedang dialami oleh konstituen. Dari pemahaman yang lebih mendalam tersebut, akan terbentuk suatu *competitive edge* yang memberikan nilai-nilai positif bagi partai politik yang bersangkutan.

Harrop dan Kavanagh dalam Kolovos dan Harris (2005), menyebutkan bahwa pemasaran politik bukan hanya terdiri dari iklan politik namun meliputi seluruh elemen *competitive advantage* partai. Elemen tersebut dapat digali melalui rangkaian strategi yang didasari oleh riset mengenai evaluasi masyarakat terhadap partai yang bersangkutan.

Lock dan Harris dalam Kolovos dan Harris (2005) mengemukakan bahwa pemasaran politik adalah perhatian yang dikemukakan melalui strategi pemasaran untuk mengkaji kebutuhan-kebutuhan partai. Kebutuhan yang dimaksud dalam konteks ini adalah pemahaman mengenai opini konstituen dan analisis keadaan lingkungan dalam rangka mempromosikan penawaran yang kompetitif, khususnya kepada konstituen mereka. Penawaran ini pada akhirnya akan membantu menyadarkan konstituen dan masyarakat pada umumnya, bahwa tujuan dari partai dapat memuaskan aspirasi mereka dengan jalan pemberian suara kepada partai yang memberikan penawaran.

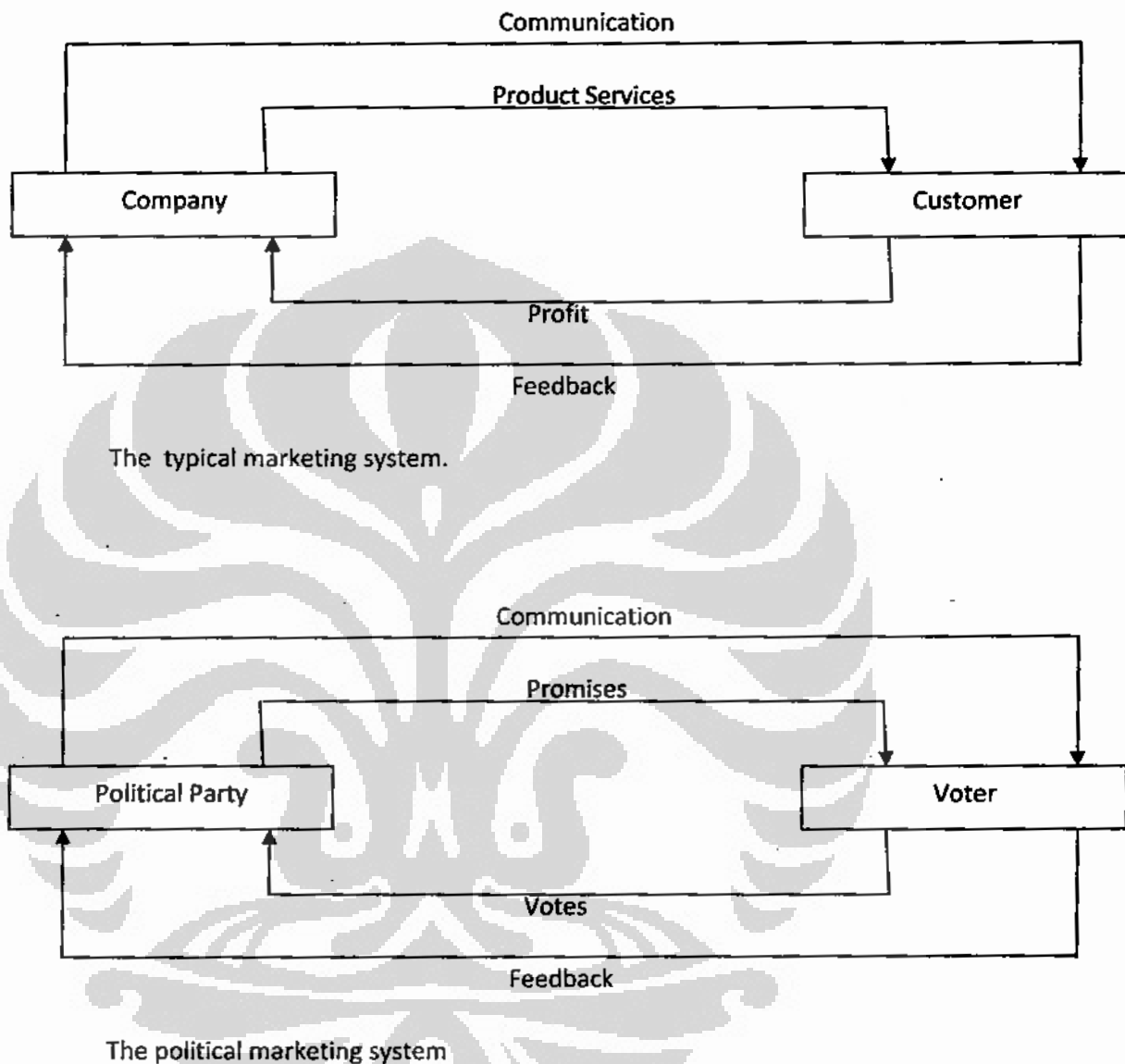
O'Cass dalam Kolovos dan Harris (2005) mendefinisikan pemasaran politik melalui sistem pertukaran. Pertukaran di sini berupa transaksi pemberian suara dan penyaluran aspirasi. Gambaran langkahnya secara umum adalah, ketika seorang konstituen menentukan pilihan mereka, proses transaksi sudah dimulai. Sebagai timbal balik dari suara yang telah diberikan, apabila partai yang dipilih masuk ke dalam pemerintahan, maka partai tersebut memberikan jasa berupa penyaluran aspirasi.

Scammel dalam Kolovos dan Harris (2005) mendefinisikan pemasaran politik sebagai suatu upaya partai untuk meraih dan secara tidak langsung memaksa konstituen untuk memilih mereka. Cara yang ditempuh adalah melalui pemahaman yang komprehensif mengenai kekuatan internal yang dimiliki partai dan apresiasi masyarakat terhadap partai.

Menurut Lock dan Harris dalam Kolovos dan Harris (2005), terdapat 7 faktor utama yang membedakan pemasaran politik dengan pemasaran pada umumnya, yaitu :

- a. Berbeda dengan keputusan membeli suatu produk, konstituen memiliki dan menentukan keputusan memilih dibuat dalam rentan waktu yang hampir bersamaan. Hal ini dikarenakan masa transaksi dalam pemasaran politik telah diatur dengan sedemikian rupa oleh negara.
- b. Keputusan untuk memilih tidak memiliki konsekuensi biaya maupun manfaat yang langsung bisa dirasakan.
- c. Pemilih harus hidup dengan apapun hasil transaksi yang sudah terjadi tanpa melihat pilihan partai mereka.
- d. Umumnya, partai yang menang menguasai sebagian besar dari porsi kursi pemerintahan. Hal ini membuat pemilih yang bertransaksi dengan partai yang kalah belum tentu disalurkan aspirasinya.
- e. Partai politik dan kandidat merupakan produk yang *intangibile* dan sudah merupakan satu paket. Para pemilih umumnya “terpaksa” untuk memilih paket tersebut dan tidak bisa hanya memilih partainya saja namun tidak memilih kandidat yang ditawarkan oleh partai.
- f. Di negara maju, relatif lebih sulit untuk membentuk suatu partai baru yang sukses.
- g. Volatilitas partai lebih tinggi ketimbang produk pada umumnya, di mana *brand leader* tidak selalu berada di depan.

Jika dibandingkan lebih lanjut, maka menurut Sarwate (1990) perbandingan sistem pemasaran umum dan sistem pemasaran politik adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1. Perbandingan Sistem Pemasaran Umum dan Politik

Sumber : Sarwate (1990)

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa pemasaran politik adalah penerapan pendekatan-pendekatan pemasaran dalam mengkaji suatu fenomena politik. Selain itu, dapat dilihat pula, bahwa ranah marketing politik berkuat sekitar pemasaran, isu politik, calon pemilih / konstituen, kelompok (dalam hal ini partai), ideologi, dan figur partai.

2.4 Partai Politik

Partai politik merupakan suatu organisasi yang secara inheren memiliki tujuan untuk menguasai pemerintahan. Proses tersebut ditempuh melalui upaya menempatkan perwakilan kandidat mereka di berbagai tingkatan pemerintahan. Partai politik memiliki ideologi yang mendasari pendekatan mereka dalam bertindak dalam kesehariannya atau dalam menghadapi suatu permasalahan tertentu.

Friedrich (2001) mengatakan bahwa partai politik adalah kelompok manusia yang terorganisasikan secara stabil dengan tujuan untuk mengambil alih atau mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan bagi pemimpin partainya, dan berdasarkan kekuasaan tersebut akan memberikan kegunaan materil dan idiiil kepada para anggotanya.

Menurut Soltau (2003), partai politik didefinisikan sebagai kelompok warga negara yang terorganisasikan, bertindak sebagai suatu kesatuan politik, dan dengan memanfaatkan kekuasaannya untuk memilih, bertujuan untuk menguasai pemerintahan dan menjalankan kebijakan umum yang mereka buat. Selanjutnya, keberadaan dan jenis partai politik ditentukan oleh sistem politik yang dianut oleh suatu negara. Sistem-sistem tersebut antara lain adalah :

a. *Nonpartisan*

Dalam sistem *nonpartisan*, tidak ada partai politik yang diakui keberadaannya secara hukum. Dalam sistem ini, tiap kandidat pada umumnya mewakili dirinya sendiri dalam proses pemilihan.

b. Partai tunggal

Dalam sistem partai tunggal, hanya satu partai yang diakui keberadaan dan haknya untuk memimpin suatu negara dijamin oleh hukum. Hal yang perlu diperhatikan adalah negara yang menganut sistem partai tunggal belum tentu merupakan negara yang menerapkan paham diktator. Partai lain tidak dilarang untuk berdiri, namun biasanya ditempatkan sebagai oposisi dan tidak dapat masuk ke dalam pemerintahan.

c. Dua partai

Dalam sistem politik dua partai, biasanya partai dipisahkan melalui perbedaan ideologi yang paling mendasar dari kedua partai yang ada. Keberadaan dua partai ini dapat terjadi melalui dua cara. Pertama, memang sudah diatur melalui hukum di negara tersebut. Kedua, partai lain tidak dilarang untuk berdiri tetapi sangat kecil signifikansinya sehingga berkesan tidak berpengaruh bagi keberadaan dua partai yang sudah ada.

d. Multi partai

Dalam sistem multi partai, keberadaan setiap partai politik diakui. Namun, keberadaan suatu partai politik baru sah apabila telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh peraturan tertentu. Sistem ini lebih memberikan kesempatan dan memungkinkan konstituen untuk memilih kandidat atau partai sesuai dengan keinginan mereka karena jumlah partai yang dipilih memiliki jumlah yang lebih banyak ketimbang sistem lainnya.

Bachtiar, dalam Ibrahim (2009), partai politik merupakan wahana penyalur aspirasi sekaligus pengabdian dari suatu habitat perhimpunan sukarela. Partai politik juga hendaknya bersifat mandiri sehingga dapat fokus memperjuangkan kepentingan konstituen yang telah mempercayai mereka. Partai politik secara tidak tertulis terikat dengan komitmen yang telah dijanjikan kepada konstituennya. Komitmen ini berupa mediasi aspirasi konstituen mereka dengan

membuat atau mempengaruhi kebijakan-kebijakan pemerintah agar sesuai dengan aspirasi yang ada. Ibrahim juga menambahkan bahwa kemampuan dan kredibilitas suatu partai politik dapat dilihat dari beberapa variabel seperti ideologi, sumber daya manusia, dan tatalaksana atau kinerja dari partai yang bersangkutan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa partai politik adalah suatu wadah bagi sekelompok individu atau golongan untuk mencapai tujuannya, khususnya dalam konteks kebijakan berbangsa dan bernegara. Dalam proses pencapaian tujuannya, tentu partai politik tetap harus merujuk kepada undang-undang yang berlaku sebagai aturan yang mereka harus patuhi.

2.5 Figur

Secara garis besar, berdasarkan KBBI, figur dapat diartikan sebagai individu yang terkemuka dan kenamaan. Dalam konteks pemasaran, Louise dan Obermiller (2002) menerjemahkan figur sebagai *endorser* suatu produk, di mana perilaku, gaya hidup, dan pandangan masyarakat terhadap figur tersebut akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk yang di-*endorse* oleh figur tersebut. Goldsmith, Lafferty, dan Newell menambahkan bahwa figur juga dapat mempengaruhi kredibilitas serta reaksi konsumen terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkan.

Dalam konteks pemasaran politik, Schroder (2008) menyatakan bahwa, figur juga dapat diterjemahkan sebagai simbol sekaligus deskripsi sebuah produk atau jasa. Produk atau jasa dalam politik adalah partai politik.

Berdasarkan Ben-Ur dan Newman (2002), komponen figur merepresentasikan bagaimana konstituen memandang kredibilitas melalui individu yang ada di dalam partai tersebut. Kredibilitas tersebut dapat dipandang melalui atribut yang melekat di individu yang bersangkutan seperti latar belakang, status sosial, garis keturunan, dan nilai-nilai yang dianut.

Srikatanyoo (2005) mengkategorikan figur sebagai salah satu faktor interdependen yang paling humanis dari suatu partai politik. Pernyataan tersebut didasari oleh pemahaman bahwa figur dapat menghasilkan suatu hubungan interpersonal kepada masyarakat, khususnya kepada konstituen partai. Hubungan tersebut dapat berupa latar belakang suku yang sama, garis keturunan, tingkat pendidikan, dan atribut lain yang melekat dengan figur yang bersangkutan. Hal-hal tersebut lebih mudah dirasakan oleh konstituen karena wujudnya lebih mudah dipahami dan konkrit dibanding faktor lainnya.

Dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa figur adalah salah satu faktor yang berpengaruh kepada intensi memilih konstituen. Figur tidak hanya dapat dilihat sebagai simbol dari suatu partai, melainkan juga salah satu elemen pembentuk suatu partai politik yang aktif. Figur juga bukan semata-mata pemuncak partai, melainkan seluruh individu yang dianggap representatif dalam partai yang bersangkutan. Figur juga memiliki beberapa atribut yang dapat mempengaruhi pertimbangan konstituen untuk menentukan pilihan partai politik, seperti latar belakang, garis keturunan, dan tingkat pendidikan figur yang bersangkutan.

2.6 Ideologi

Menurut Schroder (2008), ideologi dalam konteks pemasaran politik adalah corak dasar dari orientasi pola politik suatu partai. Schroder juga menambahkan bahwa corak tersebut akan mempengaruhi produk atau jasa yang ditawarkan oleh partai politik.

Menurut Osagwu (2008), ideologi adalah aspek dasar yang mempengaruhi rasionalisasi dan analisis suatu partai dalam menyikapi suatu permasalahan yang ada di masyarakat. Ideologi mempengaruhi pertimbangan konstituen untuk memilih suatu partai melalui kesamaan cara pandang dan penawaran solusi yang dirasa tepat untuk menyelesaikan suatu permasalahan atau isu yang dihadapi oleh masyarakat.

Srikatanyoo (2005) mengatakan, ideologi adalah dasar profil suatu partai politik. Profil ini akan mempengaruhi cara pandang, posisi, dan solusi yang dianggap tepat oleh partai dalam menanggapi suatu isu.

Doyle dan Fidrmuc (2003) menerjemahkan ideologi sebagai suatu karakteristik partai yang sangat mempengaruhi preferensi pilihan politik seseorang. Pengaruh ini juga bersifat stabil dari waktu ke waktu dan memiliki pengaruh yang langsung dapat dirasakan oleh para konstituen, khususnya dari segi persamaan cara pandang.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa secara umum, ideologi adalah landasan dasar suatu partai. Secara lebih khusus, seperangkat orientasi, pandangan, posisi, dan penawaran solusi suatu partai dalam menyikapi suatu fenomena yang ada di dalam masyarakat. Serangkaian perangkat tersebut akan dinilai oleh konstituen apakah perangkat tersebut sesuai dan mengakomodasi aspirasi mereka.

Beberapa partai di Indonesia memang memiliki ideologi yang sekilas terlihat sama. Fenomena ini dapat dilihat dari ideologi nasionalis religius yang sama-sama diusung oleh beberapa partai menengah (Partai Islam) seperti PKS, PPP, PAN, dan PKB. Partai-partai tersebut tetap mengedepankan Pancasila dan UUD 1945 sebagai dasar pergerakan mereka, namun tetap menjaga dan menerapkan Islam sebagai identitas partai. Perbedaan diantara partai tersebut akan terlihat dari program-program yang dicanangkan oleh partai untuk menyikapi suatu permasalahan atau isu tertentu, khususnya pada saat pemilu. Hal tersebut sekaligus merupakan kristalisasi dari ideologi suatu partai politik.

Sebagai ilustrasi adalah perbedaan antara PKB dan PPP. Kedua partai tersebut secara sekilas terlihat memiliki ideologi yang sama, yaitu nasionalis religius. Perbedaan yang cukup jelas terlihat adalah perbedaan pangsa pasar utama mereka, di mana PKB lebih mengutamakan masyarakat Muslim NU dan PPP menysasar masyarakat Muslim secara umum. Namun, jika diulas lebih dalam, perbedaan kedua partai tersebut juga terlihat dari isu yang dikedepankan melalui kampanye mereka. Sebagai contoh perbedaan isu yang terlihat pada pemilu 2009.

Universitas Indonesia

Menurut Firmanzah (2010), perbedaan isu kampanye PPP dan PKB adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1. Isu Kampanye Partai Persatuan Pembangunan

Isu Kampanye	Jargon Kampanye
<ul style="list-style-type: none"> • Akan memberikan pendidikan dan kesehatan gratis. • Memperkuat kredit UMKM. • Memperjuangkan RUU Jaminan Halal, RUU Ekonomi dan Perbankan Syariah, serta RUU Perlindungan Adat Istiadat dan Kebiasaan Tradisional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bangkit Bersama untuk Perubahan

Sumber : Firmanzah (2010)

Tabel 2.2. Kampanye Partai Kebangkitan Bangsa

Isu Kampanye	Jargon Kampanye
<ul style="list-style-type: none"> • Konflik Gus Dur dan Muhairmin. • Kemudahan pelayanan publik dan meningkatkan kesejahteraan rakyat • Merebut Jakarta kembali dalam Pemilu 9 April 2009. • Fokus pada pembangunan pedesaan, SDA, dan pertanian. 	<ul style="list-style-type: none"> • Membela yang Benar

Sumber : Firmanzah (2010)

Dalam penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa PPP lebih mengedepankan langkah konkrit dalam menanggapi suatu isu tertentu ketimbang PKB. PPP mengutamakan beberapa isu tertentu yang dijanjikan akan diperjuangkan apabila mereka duduk di pemerintahan, khususnya isu-isu yang bernafaskan Islam. Mengedepankan beberapa isu seperti RUU Halal dan RUU Perbankan Syariah

Universitas Indonesia

merupakan bentuk janji perjuangan mereka yang nampaknya mereka sesuaikan dengan corak Islam sebagai warna dari partai mereka. Sementara dari segi janji kenegaraan secara umum, mereka menyatakan siap mendukung dan memperjuangkan pemberian kredit kepada UMKM. Terlepas dari tercapai atau tidaknya janji tersebut ketika PPP duduk di pemerintahan, setidaknya mereka sudah mencapaikan janji perjuangan yang cukup konkrit dengan mengangkat beberapa isu yang cukup mewakili ideologi mereka yaitu nasionalis religius.

Di sisi lain, PKB, walaupun secara sekilas memiliki ideologi nasionalis religius, kurang memiliki janji konkrit yang akan mereka perjuangkan apabila mereka duduk di pemerintahan. Jika dilihat dari tabel di atas, PKB kurang menjelaskan isu memperjuangkan kemudahan pelayanan publik dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Isu lain yang dijadikan janji partai, yaitu fokus kepada pembangunan pedesaan, SDA, dan pertanian, juga kurang konkrit. Hal ini menyebabkan dua isu tersebut terkesan hanya sebatas tatanan normatif belaka dan dapat menyebabkan isu tersebut menjadi kurang menarik, khususnya bagi pemilih di luar massa mereka. Isu mengenai perpecahan di dalam tubuh PKB dapat menjadi pisau bermata dua, di mana di satu sisi isu tersebut dapat menimbulkan citra bahwa PKB masih solid walaupun mengalami permasalahan internal. Di sisi lain, isu tersebut justru dapat merugikan posisi mereka. PKB dapat dipandang sebagai partai yang bermasalah dan memaksakan diri untuk ikut pemilu dan pada akhirnya merugikan kredibilitas mereka sebagai peserta pemilu.

Dari contoh di atas, dapat dilihat bahwa walaupun beberapa partai secara sekilas memiliki ideologi yang sama, perbedaan ideologi akan terlihat dengan memberikan perhatian kepada janji mereka ketika kampanye. Dari janji-janji yang diberikan, selain dapat dilihat tingkat urgensi suatu isu bagi suatu partai politik, tercermin pula kristalisasi dari ideologi suatu partai politik.

2.7 Kinerja

Menurut Schroder (2008), kinerja adalah suatu indikator kompetensi mengenai hal-hal apa yang telah dicapai sesuai dengan janji yang telah dikatakan ketika pemilu. Schroder juga menambahkan, kinerja erat hubungannya dengan kemampuan pemecahan suatu masalah yang dianggap substansial oleh pemilih.

Menurut Ibrahim (2009), kinerja merupakan penilaian akhir dari partisipasi suatu partai politik. Kinerja bersifat dinamis dan bergantung kepada perilaku administrasi partai politik dalam kegiatan politik mereka. Ibrahim juga menambahkan bahwa, kinerja juga menggambarkan apakah suatu partai dapat menerapkan fungsi dan perannya sesuai dengan kondisi dan fakta yang sedang dihadapi oleh konstituen mereka.

Firmanzah (2008) memandang kinerja sebagai kemampuan partai politik untuk memposisikan konstituen mereka sebagai mitra kerja dalam menyusun program kerja, pemahaman dan langkah-langkah yang harus ditempuh untuk memahami serta mengakomodasi penyelesaian masalah dan isu yang dihadapi oleh konstituen. Landasan dasar dari pandangan tersebut adalah, konstituen dilihat sebagai entitas yang memiliki rasionalitas dan kebutuhan yang harus dipuaskan.

Kinerja, oleh Firmanzah, juga merupakan parameter apakah selain dapat memahami permasalahan dan isu yang sedang dialami oleh masyarakat, partai politik juga dapat memberikan penyelesaian terhadap masalah-masalah tersebut melalui program-program yang telah dicanangkan sebelumnya oleh partai yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, kinerja dapat disimpulkan sebagai kemampuan dan kompetensi suatu partai politik untuk memberikan solusi sekaligus menyelesaikan suatu masalah. Kinerja juga merupakan bentuk nyata dari partisipasi partai dalam kehidupan bernegara, khususnya kepada konstituen mereka. Selanjutnya, kinerja dapat diapresiasi oleh masyarakat apakah sudah sesuai dengan janji-janji dan program-program yang sudah diterapkan sebelumnya oleh partai yang bersangkutan.

2.8 *Voting Intention*

Menurut Schiffman, Sherman, dan Kirlapani (2002), *voting* adalah metode yang digunakan untuk mengambil keputusan sebagai bentuk dari ekspresi dari individu atau kelompok. Ekspresi ini lahir sebagai wujud dari kepercayaan dari para pengambil keputusan terhadap suatu bentuk solusi.

Dalam kehidupan bernegara, *voting* identik dengan proses Pemilu, yaitu suatu proses pemilihan yang dilakukan oleh konstituen yang bertujuan untuk memilih partai dan kandidat tertentu. Pemilihan ini idealnya didasari oleh kesamaan persepsi dan perasaan terwakilkan aspirasinya oleh partai atau kandidat yang dipilih.

Berdasarkan Doyle dan Fidrmue (2003), perilaku *voting* dari konstituen, khususnya dalam negara berkembang, dapat dibagi menjadi beberapa jenis utama, yaitu :

a. *Transactional voting*

Hal ini dilakukan oleh seorang konstituen apabila biaya dan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konstituen dalam melakukan kegiatan *voting*. Pada umumnya dalam jenis *voting* ini kepentingan konstituen dipertaruhkan secara langsung, sehingga konstituen yang bersangkutan mengharapkan timbal balik yang langsung dapat dirasakan olehnya dari partai yang bersangkutan.

b. *Retrospective voting*

Hal ini didasarkan kepada kinerja dan prestasi partai ketika sedang menjadi pemuncak pemerintahan. Parameter utama yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu partai umumnya adalah keadaan ekonomi masyarakat. Kinerja dan prestasi partai juga dilihat sebagai bentuk tanggung jawab mereka kepada para konstituen dan masyarakat secara umum. Hal ini juga berlaku sebaliknya, di mana apabila masyarakat menilai tingkat ekonomi mereka memburuk ketika partai yang bersangkutan sedang memuncaki pemerintahan, maka partai

tersebut akan dianggap kurang kompeten dan memungkinkan untuk tidak dipilih lagi di pemilu berikutnya.

c. *Rationality voting*

Kegiatan *voting* yang berdasarkan rasionalitas, pada umumnya disebabkan oleh ketidak pastian dan keraguan konstituen dan masyarakat terhadap kondisi yang ada secara umum. Rasionalitas terbentuk melalui pertimbangan-pertimbangan yang hadir melalui atribut-atribut yang melekat di partai, seperti figur, ideologi, atau posisi partai dalam menyikapi isu yang ada di masyarakat. Dari rasionalitas tersebut lahirlah kecenderungan konstituen untuk memilih suatu partai.

Berdasarkan Burns (2002), *intention* adalah hubungan antara etika seorang pelanggan produk atau jasa dengan barang yang ingin dikomsumsinya. Hubungan ini tidak selalu bersifat seragam dalam setiap keadaan yang dihadapi oleh pelanggan tersebut, melainkan bergantung kepada kondisi ketika pelanggan tersebut membutuhkan barang atau jasa yang bersangkutan. Filosofi dan relativitas seseorang dalam menyikapi suatu kebutuhan juga mempengaruhi *intention* individu tersebut. *Intention* juga dipengaruhi oleh beberapa hal eksternal seperti :

- a. Pengaruh rekan sekitar pelanggan.
- b. Pengaruh keluarga pelanggan.
- c. Ketersediaan barang dari produsen.
- d. Nilai guna barang bagi pelanggan.
- e. Biaya atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh pelanggan.
- f. Keadaan sosial ekonomi ketika produk atau jasa ingin didapatkan.
- g. Produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing.

Berdasarkan Blanger,et.al (2006), *voting intention* adalah keinginan konstituen untuk memilih suatu partai yang disebabkan oleh kedekatan mereka dengan variabel-variabel yang dimiliki oleh partai tersebut. Blanger juga menambahkan bahwa berdasarkan variabel-variabel tersebut selanjutnya dapat dilihat tingkat kepastian konstituen untuk memilih suatu partai.

Bringham dan Severy dalam Sun,et.al (2005), menyatakan bahwa *voting intention* adalah evaluasi konstituen terhadap atribut-atribut yang melekat dalam suatu partai. Ben-Ur dan Newman (2002) menyatakan bahwa *voting intention* adalah kedekatan yang dirasakan oleh para konstituen terhadap *image* sosial partai politik berkaitan dengan figur yang terdapat di dalam partai, pandangan terhadap isu-isu yang dianggap penting, ideologi, dan pemenuhan janji-janji partai.

Menurut Doyle dan Fidrmue (2003), *voting intention* merupakan kristalisasi dari hal-hal yang mempengaruhi seorang untuk memilih suatu partai. Analisis tersebut didasari kepada harapan-harapan yang digantungkan oleh konstituen terhadap suatu partai politik. Harapan tersebut lahir dari atribut-atribut yang menempel di suatu partai politik.

Srikatanyoo (2005), *voting intention* adalah indikator evaluasi pilihan akhir dari suatu konstituen tertentu. *Voting intention* tiap konstituen terbagi menjadi berbagai alternatif yang menjadi pertimbangan dasar mereka.

Dalam konteks pemasaran, *voting intention* memiliki banyak persamaan dengan *intention to buy* terutama dari segi langkah-langkah yang ditempuh oleh pembeli untuk mendapatkan produk berupa barang atau jasa. Kotler dan Keller (2009) menyebutkan ada 8 langkah yang ditempuh oleh pelanggan untuk membeli suatu produk. Langkah-langkah tersebut antara lain :

- a. Identifikasi permasalahan.
- b. Kebutuhan pelanggan secara umum.
- c. Spesifikasi produk yang dibutuhkan.
- d. Mencari *supplier*.
- e. Melihat proposal atau penawaran yang ditawarkan oleh para *supplier*.
- f. Memilih *supplier* yang sesuai dengan kebutuhan.
- g. Melihat lebih lanjut spesifikasi produk.
- h. Memberi penilaian terhadap performa suatu produk.

Instrumen-instrumen di atas, walaupun belum tentu terjadi secara berurutan seperti 8 langkah tersebut, juga dimiliki oleh *voting intention*. Jika dilihat dari beberapa penjelasan sebelumnya, *voting intention* dapat disimpulkan sebagai keinginan konstituen untuk memilih suatu partai yang didasari oleh atribut-atribut yang melekat kepada suatu partai. Atribut tersebut dapat berupa ideologi partai, apresiasi konstituen terhadap figur yang ada di partai tersebut, dan kinerja partai bersangkutan dengan janji-janji yang dicanangkan oleh partai politik tersebut.

Berdasarkan F.J Veiga dan L.G Veiga (2004), *voting intention* konstituen dipengaruhi oleh beberapa elemen seperti :

- a. Kondisi ekonomi ketika proses *voting* berlangsung.
- b. Karakteristik figur.
- c. Karakteristik partai.
- d. Kinerja partai ketika sedang berada di dalam pemerintahan.
- e. Kondisi dan pertimbangan lainnya secara umum.

Dari rangkaian penjelasan di atas dapat dilihat pula bahwa *voting intention* merupakan evaluasi menyeluruh konstituen terhadap suatu partai politik. *Voting intention* juga dipengaruhi oleh kecocokan nilai-nilai umum yang dianut oleh konstituen dengan rangkaian evaluasi tersebut. Dengan munculnya kecocokan antara atribut suatu partai politik dengan nilai-nilai yang dianut konstituen akan membantu terbentuknya jalinan kepercayaan kepada suatu partai terutama dengan pihak konstituen.

2.9 Konstituen

Secara garis besar, dalam proses jual beli ada dua pihak yang dilibatkan, yaitu penjual dan pembeli. Dalam konteks pemasaran politik pun demikian, dimana konstituen adalah pihak pembeli.

Menurut Kouzes dan Posner (2009), konstituen adalah seseorang yang secara aktif mengambil bagian dalam proses menjalankan organisasi dan yang memberikan otoritas kepada orang lain untuk bertindak mewakili dirinya. Kouzes dan Posner juga menambahkan, seorang konstituen memberikan otoritas kepada pemimpin, bukan sebaliknya. Harapan utama dari konstituen adalah keterwakilan aspirasinya melalui pemberian otoritas tersebut.

F.J Veiga dan L.G Veiga (2004) mengatakan bahwa konstituen adalah salah satu *stakeholder* dari partai politik. Dalam perannya sebagai *stakeholder*, konstituen memiliki hak untuk disalurkan aspirasinya melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh partai politik. Konstituen juga bertindak sebagai pihak yang menilai apakah partai politik sudah melakukan tugasnya dengan kompeten atau tidak.

Menurut Firmanzah (2008), konstituen adalah individu atau kelompok yang merasa terwakili oleh suatu ideologi tertentu yang kemudian termanifestasikan dalam suatu institusi seperti partai politik. Kelompok ini dapat berasal dari lingkungan internal partai politik atau lingkungan eksternal yang berasal dari para pesaing partai tersebut. Pemilih secara umum juga bagian dari konstituen, namun belum tentu mereka terikat dengan suatu ideologi atau pola pikir tertentu. Perlu diperhatikan pula bahwa pemilih belum tentu merupakan bagian dari konstituen, namun konstituen sudah pasti merupakan bagian dari pemilih.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa konstituen adalah seorang individu atau kelompok yang memberikan hak suara dan otoritas kepada pihak lain, dalam konteks penelitian ini adalah partai politik, untuk mewakili dirinya dalam kegiatan bernegara. Konstituen merupakan bagian dari pemilih secara umum, namun konstituen memiliki ciri utama yaitu merasa terwakili oleh suatu institusi tertentu.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, diperlukan sebuah desain riset yang mendasari sekaligus merupakan kerangka kerja dari penelitian tersebut. Di dalam desain tersebut terangkum gambaran tahapan serta proses mengolah temuan yang pada akhirnya bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan eksploratori yang dilanjutkan kepada penelitian konklusif. Penelitian eksploratori digunakan sebagai pendekatan untuk wawancara. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapat pemahaman yang lebih dalam terhadap obyek penelitian. Selanjutnya, dalam merancang kuesioner, peneliti menggunakan pendekatan penelitian konklusif dengan pendekatan deskriptif. Hal tersebut tujuannya adalah untuk menjabarkan pengaruh figur, ideologi, dan kinerja partai dengan *voting intention* dan pemasaran partai politik. Dalam penelitian ini juga terdapat hipotesis spesifik yang muncul dari pemahaman awal peneliti mengenai masalah penelitian. Selanjutnya, pemahaman tersebut akan disinergiskan dengan penelitian deskriptif yang terencana, terstruktur, serta didasari oleh sampel dan objek penelitian yang representatif.

Penelitian ini juga menggunakan *cross sectional* yang juga merupakan salah satu pendekatan penelitian deskriptif. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan pada satu waktu tertentu. Adapun pendekatan *cross sectional* yang digunakan adalah *multiple cross sectional* yaitu ada dua atau lebih sampel responden dan informasi dikumpulkan dari masing-masing sampel hanya satu kali.

Dalam prosesnya, selain menggunakan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu, metode penelitian yang digunakan adalah wawancara langsung dengan responden (internal partai, praktisi, dan beberapa konstituen) dan penyebaran kuesioner (konstituen). Penelitian ini menekankan pada penyajian data, menganalisis, dan menginterpretasikan hasil wawancara yang diperkuat dengan hasil daripada kuesioner yang disebarkan kepada konstituen. Serangkaian kegiatan tersebut dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian dan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan fenomena pengaruh figur, ideologi dan kinerja partai terhadap *voting intention* dan pemasaran partai politik, studi kasus Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, ruang lingkup penelitian berotasi dalam eksplorasi kaitan pengaruh figur, ideologi dan kinerja partai terhadap *voting intention* dan pemasaran partai politik. Pengukuran yang dilakukan didapat melalui pemahaman hasil wawancara, penyebaran kuesioner dan data sekunder yang telah disebutkan sebelumnya sesuai dengan tema.

3.3 Objek, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang diambil adalah para elit partai PKB, baik pada masa Gus Dur maupun pasca Gus Dur, pengurus beberapa pesantren, dan masyarakat pemilih pada pemilu 1999-2009. Lokasi penelitian adalah daerah Jawa Timur (sebagai kantong suara terbesar partai) serta kantor pusat PKB di Jakarta dan Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 15-25 Oktober 2010. Dua metode penelitian yang digunakan, kuesioner dan wawancara, dilakukan secara linear. Hal ini dilakukan dengan maksud mengurangi kemungkinan adanya kecenderungan untuk munculnya jawaban yang bias, khususnya dari metode wawancara.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pada bagian ini akan dijabarkan hal-hal seperti metode *sampling* yang dilakukan, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.4.1 Sampling

Pada penelitian ini, pengambilan responden akan dilakukan dengan metode *non probability sampling* untuk elit partai dan pengurus pesantren, serta para konstituen di masyarakat. Langkah tersebut ditempuh peneliti dengan maksud agar dapat menggambarkan permasalahan secara lebih menyeluruh karena melibatkan berbagai sisi yang terkait dengan permasalahan penelitian.

Dalam metode *non probability sampling*, unsur dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Selain itu, pemilihan unit *sampling* didasarkan pada pertimbangan subyektif dari peneliti dalam rangka mendapatkan data yang representatif.

Selanjutnya metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode ini merupakan teknik *non probability sampling* yang dilakukan dengan memilih dan melakukan seleksi sebelumnya terhadap individu-individu yang akan dijadikan subjek penelitian berdasarkan populasi tertentu. Sampel dalam penelitian ini berasal dari berbagai kalangan dalam lapisan populasi agar hasil yang didapatkan dapat lebih menggambarkan, menjawab, dan melihat kaitan antar sampel.

Purposive sampling memiliki beberapa keuntungan, yang antara lain adalah : relatif murah, mudah, dan cepat untuk dilakukan. Namun, metode ini kurang bisa digunakan untuk melakukan generalisasi bagi populasi yang spesifik. Selain itu, jenis *sampling* ini sangat bergantung kepada subyektifitas peneliti, dimana penilaian, keahlian, dan kreatifitas peneliti sangat menentukan pemilihan obyek penelitian.

Oleh karena keterbatasan di atas, penting kiranya bagi sampel yang diambil untuk memiliki ciri maupun atribut yang membedakan mereka di dalam populasi. Dalam penentuan ciri dan atribut khusus yang dipandang berbeda ketimbang sampel lainnya, pertimbangan dan penilaian subyektif peneliti sangat berpengaruh. Adapun responden dalam penelitian ini adalah para elit PKB, pengurus pesantren, dan konstituen yang ada di masyarakat.

Konstituen dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu sudah pernah mengikuti pemilu dan memilih PKB, serta pernah mengikuti pemilu dan memilih partai lain selain PKB. Pembedaan konstituen tersebut dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dalam membahas *market share* dari PKB, di mana dalam konteks pembahasan ini adalah konstituen.

Selain itu, peneliti juga melakukan pendekatan *snowball sampling* dengan melakukan penelitian berantai terhadap rekomendasi subjek yang diberikan oleh subjek penelitian sebelumnya apabila dirasa perlu. Pada prakteknya, responden yang telah diwawancara diminta untuk menyebutkan atau merekomendasikan rekan mereka atau pihak lain yang dianggap mereka anggap relevan untuk menjawab pertanyaan yang sudah diajukan. Hal ini dilakukan dengan maksud mendapatkan pemahaman yang lebih utuh terhadap topik penelitian.

3.4.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam konteks penelitian ini, data primer yang dimaksud adalah data yang bersumber dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner, sementara data sekunder yang dimaksud adalah data yang bersumber dari buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, dan artikel yang berhubungan dengan topik penelitian.

3.5 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah dalam bentuk wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

3.5.1 Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab, dengan tujuan melakukan eksplorasi informasi secara holistik dan jelas dari informan. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya pendekatan yang dilakukan dalam wawancara ini adalah eksploratori. Pendekatan tersebut dilakukan bukan sebagai alat uji hipotesa, melainkan sebagai alat untuk menarik kesimpulan dari suatu obyek penelitian yang selanjutnya dapat digunakan sebagai landasan desain kuesioner.

Secara garis besar, pertimbangan peneliti melakukan wawancara dalam penelitian ini adalah karena wawancara memiliki kelebihan sebagai berikut :

- a. Dapat memotivasi responden dalam menjawab serangkaian pertanyaan yang diajukan.
- b. Memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan.
- c. Dapat mencari dan menggali informasi kepada responden secara lebih mendalam .

Namun, peneliti juga menyadari bahwa teknik wawancara memiliki beberapa kelemahan, yang antara lain adalah :

- a. Waktu yang dibutuhkan relatif lebih lama ketimbang pengisian kuesioner. Hal ini akan menjadi hambatan terutama apabila responden memiliki waktu yang terbatas.
- b. Pengaruh subyektifitas, baik dari pihak peneliti maupun responden, sangat mempengaruhi hasil data yang dihasilkan oleh wawancara.

- c. Situasi wawancara sangat dipengaruhi keadaan lingkungan dan suasana ketika wawancara.

Walaupun memiliki beberapa kekurangan seperti yang telah disebutkan di atas, kekurangan dalam kuesioner dapat peneliti atasi dengan beberapa cara, yang antara lain adalah :

- a. Mendesain pertanyaan yang terdiri dari inti-inti permasalahan. Hal ini dilakukan agar pertanyaan yang diajukan terfokus.
- b. Membatasi dan melakukan *screening* terlebih dahulu terhadap calon responden. *Screening* dilakukan berdasarkan subyektifitas peneliti. Hal ini dilakukan agar responden dalam penelitian ini representatif.
- c. Memberikan penjelasan apabila ada pertanyaan yang kurang dimengerti oleh responden.

Dalam konteks penelitian ini, wawancara dengan pendekatan eksploratori dilakukan dengan tujuan, sebagai berikut :

- a. Mendapatkan informasi mengenai faktor-faktor utama yang menentukan *voting intention*, khususnya dari kacamata elit partai PKB.
- b. Mendapatkan informasi awal mengenai kondisi PKB pasca perubahan figur dari Abdurrahman Wahid ke Muhaemin Iskandar.
- c. Menggali variabel-variabel penelitian yang dijadikan bahan pertanyaan dan melakukan pengembangan apabila ditemukan pernyataan yang menarik selama proses wawancara.
- d. Menarik kesimpulan dari hasil wawancara sebagai landasan desain kuesioner.

3.5.1.1 Variabel Wawancara

Berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil *pre-test* yang telah dilakukan sebelumnya, *construct* dari wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1. *Construct* Penelitian

No	Dimensi	Definisi
1	<i>Values</i>	Simbol dan nilai yang dianut dan yang terbentuk dalam komunitas, baik internal partai maupun konstituen PKB.
2	<i>Voting intention</i>	Pemahaman dan identifikasi terhadap aspek dalam diri konstituen yang menentukan pilihan partai mereka
3	<i>Reference group</i>	Kelompok sosial responden dan pengaruh kelompok tersebut dalam proses pemilihan partai responden tersebut
4	Pemasaran partai	Seperangkat penerapan strategi pemasaran yang ditempuh oleh partai dalam rangka mendapatkan dukungan atau suara konstituen.

Sumber : Data hasil penelitian (2010)

3.5.1.2 Format Wawancara

Format pertanyaan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah *open response question* yang didasarkan oleh tema penelitian, yaitu pertanyaan seputar faktor-faktor yang mempengaruhi *voting intention* konstituen, pengaruh figur, ideologi dan kinerja partai dalam *voting intention*, dan strategi pemasaran partai politik, khususnya PKB. Setiap pertanyaan akan digali sehingga kemungkinan perbedaan jawaban dari setiap responden akan memperdalam temuan dari penelitian ini.

3.5.1.3 Responden Wawancara

Populasi yang secara garis besar menjadi target wawancara dalam penelitian ini adalah pengurus internal DPW PKB di Jawa Timur. Hal tersebut dilakukan agar peneliti mendapat pemahaman mengenai keadaan partai, hubungan mereka dengan konstituen, dan bagaimana mereka memandang kebutuhan konstituen mereka.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa pengurus DPP PKB di Jakarta, mantan pengurus PKB, peneliti di Jawa Timur, dan beberapa pengurus pesantren di Jawa Timur. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dalam melakukan identifikasi terhadap hasil temuan wawancara.

Berikut adalah profil beserta jabatan responden wawancara dalam penelitian ini (jabatan yang tertera adalah jabatan ketika penelitian ini dilakukan)

- | | |
|-------------------------|--|
| a. Imam Nahrawi | : Ketua Dewan Tanfidz DPW PKB Jatim
sekaligus Ketua Dewan Tanfidz DPP PKB |
| b. Halim Iskandar | : Ketua Dewan Tanfidz DPC PKB Jombang |
| c. Helmy Faishal Zaini | : Wakil Sekjen Dewan Tanfidz DPP PKB |
| d. Ahmad Niam Salim | : Ketua Dewan Tanfidz DPP PKB |
| e. Noval Abdi | : Wakil Sekretaris DPW PKB Jawa Timur |
| f. Taufikurrahman Saleh | : Deklarator PKB |
| g. Mas'ud Adnan | : Wakil Ketua Dewan Tanfidz DPW PKB
Jawa Timur |
| h. Irsyad | : Banser PKB |
| i. Ali | : Pengurus Pesantren Salafiyah Safi'iyah |
| j. Arif | : Kepala Humas Pesantren Lirboyo |
| k. Mahmudi | : Santri Pesantren Tebu Ireng |
| l. Lukman | : Pengurus Pesantren Tebu Ireng |
| m. Hassan Ubaid | : Peneliti lembaga Proximity Jawa Timur |

3.5.2 Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu jenis instrumen penelitian yang ditujukan kepada responden atau subyek penelitian melalui sejumlah pertanyaan mengenai suatu topik permasalahan. Dalam penelitian ini, kuesioner dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data berupa hasil jawaban responden yang selanjutnya dijadikan sebagai informasi sekaligus bahan pertimbangan pengambilan kesimpulan dari penelitian.

Selain untuk memperkuat kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan, peneliti juga mempertimbangkan kelebihan dari kuesioner, yang antara lain adalah:

- a. Biaya yang relatif murah.
- b. Dapat memperkecil kemungkinan bias dalam proses wawancara. Pada umumnya disebabkan karena cara penyampaian pertanyaan, penampilan, dan intonasi peneliti ketika sedang melakukan wawancara yang dapat mempengaruhi jawaban dari responden.
- c. Jumlah sampel tidak terbatas.
- d. Meminimalisir tekanan yang dialami responden dalam memberikan jawaban jika dibandingkan dengan wawancara langsung

Namun, peneliti juga tetap memperhatikan kelemahan yang dimiliki oleh kuesioner, yang antara lain adalah :

- a. Apabila jumlah kuesioner yang dikembalikan kepada peneliti sedikit jumlahnya atau tidak mencapai kuota kuesioner, maka akan sulit untuk melakukan generalisasi pada sampel secara menyeluruh.
- b. Sulit untuk menciptakan motivasi bagi para responden. Hal tersebut terkadang menyebabkan data yang didapatkan menjadi kurang akurat.
- c. Terkadang responden memiliki kecenderungan untuk mengisi suatu pertanyaan setelah melihat pertanyaan sebelumnya (mengisi secara acak). Hal tersebut juga sedikit banyak mempengaruhi konsistensi jawaban responden.

Walaupun memiliki beberapa kekurangan seperti yang telah disebutkan sebelumnya, kekurangan dalam kuesioner dapat peneliti atasi dengan beberapa cara, yang antara lain adalah :

- a. Penyebaran kuesioner melebihi nominal yang dibutuhkan. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari jumlah pengembalian kuesioner yang tidak mencapai kuota kuesioner.
- b. Memberikan penjelasan kepada responden apabila ada pernyataan yang kurang dipahami.
- c. Memberikan waktu bagi para responden untuk memeriksa apakah ada *item* dalam kuesioner yang terlewatkan.
- d. Membatasi dan melakukan *screening* terlebih dahulu terhadap calon responden. Dalam penelitian ini *screening* yang dilakukan adalah memilih responden yang sudah pernah mengikuti pemilu, yang kemudian selanjutnya dipisahkan menjadi peserta pemilu yang memilih PKB dan peserta pemilu yang memilih partai lain selain PKB.

Kuesioner disebarakan kepada dua populasi yang berberda, yaitu PKB dan Non PKB. Hal ini dilakukan karena, dua populasi tersebut merupakan konstituen secara umum. Selain itu secara konkrit, hasil dari tiap populasi dapat dirumuskan menjadi dua strategi yang berbeda, yaitu strategi retensi pelanggan bagi hasil dari kontituen PKB dan strategi akusisi pelanggan bagi konstituen Non PKB.

3.5.2.1 Format Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a. **Introduksi**

Kuesioner diawali dengan bagian introduksi singkat dan jelas dengan mencantumkan identitas peneliti, tujuan dan tema penelitian, serta meminta kesediaan partisipasi dari para calon responden.

b. **Pertanyaan kuesioner**

Bagian ini adalah kuesioner utama yang bertujuan untuk mencari data berkaitan dengan permasalahan penelitian dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

3.5.2.2 Format Pertanyaan

Pada rancangan kuesioner yang diajukan terdiri dari dua jenis format pertanyaan, yaitu :

a. *Scaled response question*

Dalam format ini, skala digunakan sebagai alat ukur daripada atribut-atribut yang diteliti. Format ini sekaligus merupakan format utama dalam penelitian ini, karena dari skala tersebut dapat dilihat variabel apa yang paling penting dan mendasari *voting intention* dari para responden. Selanjutnya, hasil dari kuesioner dapat digunakan sebagai dasar untuk merencanakan strategi dari pemasaran partai politik.

b. *Close response question*

Dalam format ini responden diberikan beberapa pilihan jawaban. Fungsi daripada format ini adalah untuk mengetahui perilaku dan posisi politik mereka apabila terjadi perubahan terhadap variabel yang dijadikan bahan pertanyaan.

3.5.2.3 Metode Skala

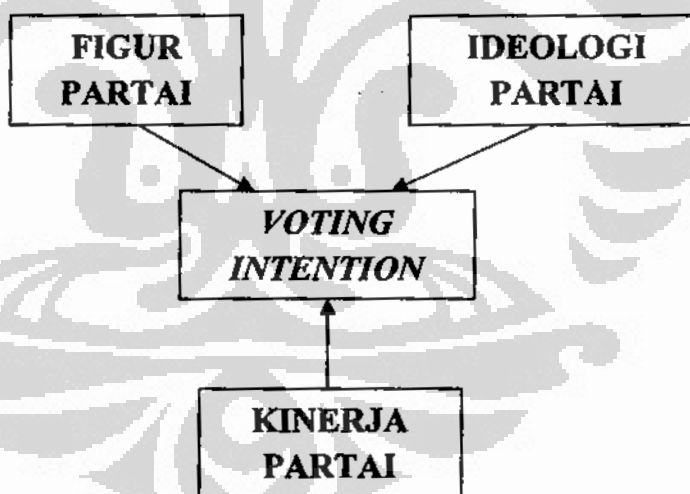
Metode skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Dalam skala Likert, kemungkinan jawaban tidak hanya meliputi “setuju” atau “tidak setuju” saja, namun terdiri dari beberapa kemungkinan yang ditunjukkan melalui angka 1 sampai 6. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk melihat variabel mana yang paling mempengaruhi konstituen dalam menentukan pilihan mereka.

3.5.2.4 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Sejalan dengan metode yang digunakan, skala ini digunakan untuk memahami posisi responden terhadap suatu pernyataan. Selain itu skala ini juga memiliki jarak yang pasti antara suatu kategori dengan kategori lainnya.

3.5.2.5 Variabel yang diteliti

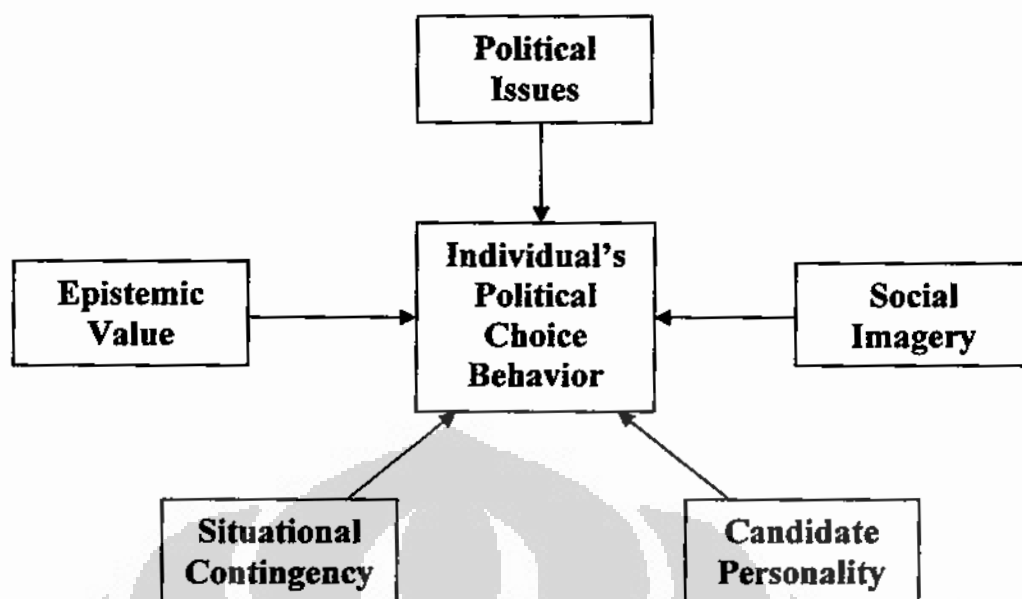
Variabel utama yang diteliti terdiri dari 3 *construct* utama, yaitu : pengaruh figur, ideologi, dan kinerja partai terhadap *intention to vote* konstituen. Selain itu dicantumkan juga pertanyaan untuk melihat posisi konstituen apabila terjadi perubahan terhadap variabel yang dipertanyakan. Selanjutnya, hasil dari kuesioner tersebut akan dijadikan dasar untuk menentukan pendekatan yang dapat membantu pemasaran partai politik.



Gambar 3.1. Konstruk Penelitian

Sumber: Schroder (2008)

Selain model di atas, dalam penelitian ini digunakan model penelitian yang dilakukan oleh Newman dan Seth dalam Ben-Ur dan Newman (2002). Model tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 3.2. Newman and Seth theory of political choice behavior

Sumber: Ben-Ur dan Newman (2002)

Ben-Ur dan Newman menggunakan model tersebut untuk mengkaji *voting intention* di pemilu Amerika tahun 2000. Dalam temuannya, mereka mengungkapkan bahwa, faktor yang paling mempengaruhi *voting intention* seseorang adalah *social imagery* di mana di dalamnya termasuk visi misi partai, keselarasan religi, faktor sejarah baik yang dimiliki oleh partai maupun figur, serta status sosial suatu figur. Sementara faktor yang dianggap paling rendah pengaruhnya adalah *epistemic value* yang di dalamnya termasuk kepada hal-hal yang berkaitan dengan kinerja.

Penelitian ini akan mengkaji figur, ideologi, dan kinerja partai lalu dilihat bagaimana pengaruhnya kepada *voting intention* konstituen. Dalam penelitian ini memiliki dua kajian, yaitu kajian utama dan pendukung. Konstituen adalah sebagai kajian utama dan tokoh internal partai sebagai kajian pendukung.

Dari korelasi yang didapatkan, peneliti selanjutnya akan mencoba menjabarkan pola hubungan yang terjadi antara *voting intention* konstituen dengan partai, dalam konteks penelitian ini adalah PKB. Selanjutnya peneliti akan membahas pemasaran partai dengan pertimbangan-pertimbangan berdasarkan data pengaruh hubungan yang didapatkan.

3.5.2.6 Responden Kuesioner

Responden dalam kuesioner ini terbagi menjadi dua, yaitu :

- a. Sudah pernah mengikuti pemilu dan memilih PKB.
- b. Sudah pernah mengikuti pemilu dan memilih partai selain PKB.

Jumlah sampel adalah sebanyak 200 orang yang terbagi menjadi 100 orang dari tiap populasi. Jumlah tersebut melebihi sampel minimal yang dibutuhkan untuk memperoleh persebaran mendekati kurva normal.

Adapun lokasi area persebaran data atau pengambilan sampel kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2. Area Pengambilan Sample

No	Klaster	Kab/Kota Terpilih	Sampel	Preferensi Parpol
1	Mataraman	Madiun	20	Non PKB
2	Pesisir	Gresik	25	PKB
3	Metropolis	Surabaya	50	Non PKB
4	Malang Raya	Malang	45	PKB/Non PKB
5	Tapal Kuda	Jember	40	PKB
6	Madura	Bangkalan	20	PKB
Total			200	

Sumber : Preferensi parpol berdasarkan hasil Pemilihan Legislatif 2009

3.5.2.7 Metode Analisis Data Kuesioner

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan setelah data yang didapat melalui kuesioner dimasukkan ke dalam komputer dengan bentuk *coding*. Jenis analisis statistik yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis tersebut digunakan dengan maksud untuk melihat atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan responden. Selain itu, dilihat pula posisi politik para responden setelah terjadi perubahan pada variabel yang dipertanyakan.

Seluruh analisis data statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan *software* SPSS.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini lebih menitikberatkan kepada jurnal-jurnal terdahulu, buku-buku, dan artikel-artikel, baik yang terdapat di media cetak maupun elektronik, yang menurut penulis terkait dengan masalah penelitian dan dapat membantu mengarahkan penelitian ini menjadi lebih komprehensif.

BAB 4

ANALISIS DATA PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Partai Politik di Indonesia dan Sejarah Pemilu di Indonesia

Selama sejarah, Indonesia telah melangsungkan pemilu sebanyak 10 kali. Pemilu-pemilu tersebut diselenggarakan pada tahun 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, dan 2009.

Pemilu pertama tahun 1955 diadakan untuk memilih anggota DPR dan konstituante. Sesuai dengan tujuannya, pemilu ini diadakan dalam dua tahap, yaitu pada tanggal 29 September 1955 (pemilihan anggota DPR) dan tanggal 15 Desember 1955 (pemilihan konstituante). Pemilu ini diikuti oleh 29 partai.

Pemilu kedua diadakan pada tanggal 5 Juli 1971. Pemilu ini diikuti oleh 10 partai politik. Pemilu ini sekaligus menjadi pemilu pertama yang diadakan pada saat zaman Orde Baru. Perlu dicatat pula pada tahun 1975, melalui Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1975 tentang Partai Politik dan Golkar, diadakanlah penggabungan partai-partai politik, menjadi hanya dua partai politik (Partai Persatuan Pembangunan dan Partai Demokrasi Indonesia) dan satu Golongan Karya.

Pemilu ketiga sampai ketujuh (2 Mei 1977, 4 Mei 1982, 23 April 1987, 9 Juni 1992, dan 29 Mei 1997) tidak mengalami banyak perubahan. Format pemilu yang digunakan masih sama dengan UU no.3 tahun 1975, yaitu terdiri dari 2 partai politik, PPP dan PDI dan Golkar.

Pemilu kedelapan diadakan pada tanggal 7 Juni 1999. Pemilu ini sekaligus menjadi pemilu pertama setelah runtuhnya Orde Baru. Pemilu ini memiliki rekor jumlah partai pemilihan umum di Indonesia, yaitu 48 partai.

Pemilu kesembilan diadakan pada tanggal diselenggarakan secara serentak pada tanggal 5 April 2004. Jumlah partai yang menjadi peserta pemilu ini berjumlah 24 partai. Pengurangan ini dilakukan berdasarkan undang-undang pemilu baru yang menetapkan *parlementary treshold* sebesar 3% untuk pemilu legislatif sebagai persyaratan partai.

Pemilu kesepuluh diadakan pada tanggal 8 Juli 2009. Pemilu ini diikuti oleh 44 partai politik. Berkurang dari pemilu sebelumnya, dalam pemilu ini diberlakukan *parlementary treshold* sebesar 2,5% untuk pemilu legislatif.

4.2 Gambaran dan Sejarah PKB

Wacana didirikannya Partai Kebangkitan Bangsa sudah dimulainya sejak tanggal 21 Mei 1998, yaitu ketika presiden ke-2 Republik Indonesia, Soeharto, mundur dari kursi kepresidenan. Terbukanya kesempatan untuk membuat partai baru mendorong warga NU untuk membentuk suatu partai politik yang dapat mewisudahi aspirasi mereka. Warga NU menginginkan sebuah partai yang secara substansial memiliki dasar Nahdliyin dan memiliki corak Sunni Syafi'i dalam menjalankan kegiatan partai. Namun, hal tersebut agak bertentangan dengan adanya kenyataan bahwa hasil Muktamar NU ke-27 di Situbondo yang menetapkan bahwa secara organisatoris NU tidak terkait dengan partai politik manapun dan tidak melakukan kegiatan politik praktis.

Untuk menyikapi keadaan tersebut, PBNU mengadakan Rapat Harian Syuriah dan Tanfidziyah PBNU tanggal 3 Juni 1998 yang menghasilkan keputusan untuk membentuk Tim Lima yang diberi tugas untuk memenuhi aspirasi warga NU. Tim Lima diketuai oleh KH Ma'ruf Amin (Rais Suriah/Koordinator Harian PBNU), dengan anggota, KH M Dawam Anwar (Katib Aam PBNU), Dr KH Said Aqil Siradj, M.A. (Wakil Katib Aam PBNU), HM Rozy Munir, S.E., M.Sc. (Ketua PBNU), dan Ahmad Bagdja (Sekretaris Jenderal PBNU). Untuk mengatasi hambatan organisatoris, Tim Lima itu dibekali Surat Keputusan PBNU.

Selanjutnya, untuk memperkuat posisi dan kemampuan kerja Tim Lima seiring semakin derasnya usulan warga NU untuk menginginkan partai politik, maka pada Rapat Harian Syuriah dan Tanfidziyah PBNU tanggal 20 Juni 1998 memberi Surat Tugas kepada Tim Lima, selain itu juga dibentuk Tim Asistensi yang diketuai oleh Arifin Djunaedi (Wakil Sekjen PBNU) dengan anggota H Muhyiddin Arubusman, H.M. Fachri Thaha Ma'ruf, Lc., Drs. H Abdul Aziz, M.A., Drs. H Andi Muarli Sunrawa, H.M. Nasihin Hasan, H Lukman Saifuddin, Drs. Amin Said Husni dan Muhaimin Iskandar. Tim Asistensi bertugas membantu Tim Lima dalam menginventarisasi dan merangkum usulan yang ingin membentuk parpol baru, dan membantu warga NU dalam melahirkan parpol baru yang dapat mewadahi aspirasi politik warga NU. Rangkaian rumusan pendirian partai tersebut bermuara pada peresmian PKB pada tanggal 23 Juli 1998 di Jakarta.

PKB telah mengikuti 3 kali pemilihan umum, yaitu 1999, 2004, 2009. Perolehan suara pada pemilu tersebut secara berurutan adalah 12,6 %, 10,6%, dan 4,9%. Jika kita lihat fenomena tersebut, dapat kita terjemahkan bahwa jumlah warga NU yang otonom di dalam menentukan pilihan, semakin besar. Mereka relatif memiliki argumentasi dan pertimbangan tersendiri sebagai pijakan di dalam memilih dan hal tersebut akan dibahas lebih lanjut di dalam bab ini.

4.3 Uji Pendahuluan (*Pre-test*)

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai salah satu alat pengumpulan data utama. Oleh karena itu, sebelum menyebarkan kuesioner penelitian ini kepada para responden, maka peneliti terlebih dahulu melakukan uji pendahuluan atau *pretest* kepada 30 responden. *Pretest* tersebut bertujuan untuk mengetahui pemahaman responden terhadap kuesioner penelitian. Pemahaman tersebut dapat diketahui melalui pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas kuesioner sehingga diperoleh kuesioner yang konsisten untuk memperoleh data penelitian yang baik. Untuk mengetahui pemahaman terhadap kuesioner yang akan dipergunakan tersebut, peneliti memilih 30 orang responden yang pernah mengikuti pemilu.

Dari total 12 pertanyaan pada kuesioner *pretest* tersebut, terdapat 3 pertanyaan yang menunjukkan tingkat validitas dan reliabilitas yang kurang baik karena menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *communalities* di bawah 0,5 ($\leq 0,50$) yaitu antara lain pertanyaan X2.1, X3.2, dan X3.4. Oleh sebab itu, peneliti melakukan beberapa perubahan pada tata bahasa pertanyaan-pertanyaan tersebut dan juga pada urutan pertanyaan yang dari sebelumnya dikelompokkan berdasarkan variabel atau konstruk penelitian menjadi urutan secara acak. Perubahan tersebut bertujuan agar diperoleh tingkat validitas dan reliabilitas yang baik pada survei sesungguhnya. Adapun hasil lebih detail dari *pre-test* dapat dilihat di halaman lampiran thesis.

4.4 Profil Responden Kuantitatif PKB

Tabel 4.1. Karakteristik Demografis Responden PKB

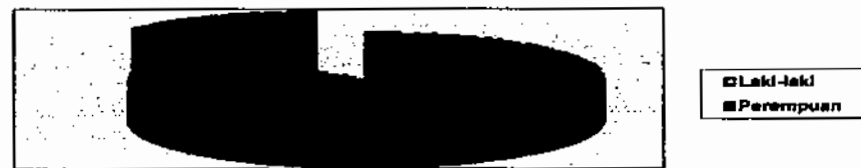
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	14
		Laki-laki	86
2.	Usia	17-21 tahun	4
		22-26 tahun	16
		27-31 tahun	47
		Diatas 31 tahun	33
3.	Status Responden	Lajang	29
		Menikah	63
		Pernah Menikah	8
4.	Pendidikan Terakhir	SD	3
		SMP	15
		SMA	49
		SI	31
		S2	2

Tabel 4.1. (lanjutan)
Karakteristik Demografis Responden PKB

5.	Pekerjaan	Mahasiswa	15
		Pegawai Swasta	8
		Pegawai Negeri	14
		Wiraswasta	21
		Ibu Rumah Tangga	6
		Petani	31
		Lain-lain	5
6.	Pendapatan Per Bulan	Di bawah Rp 2.000.000,-	63
		Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000,-	18
		Rp 5.000.001 – Rp 7.500.000,-	11
		Rp 7.500.001 – Rp 10.000.000,-	5
		Di atas Rp 10.000.000,-	3
7.	Agama	Islam	86
		Kristen Protestan	10
		Katolik	4

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

4.4.1 Jenis Kelamin

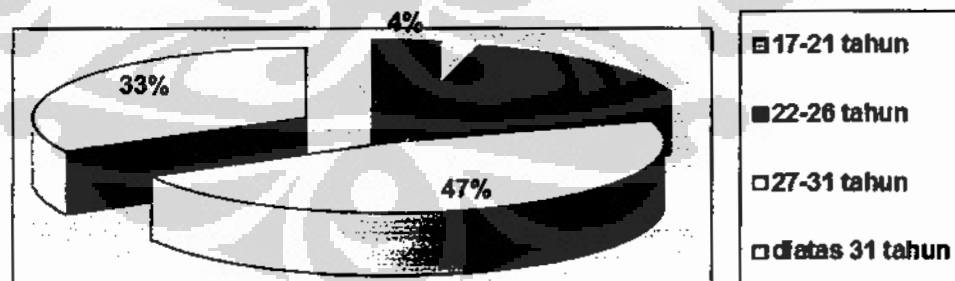


Gambar 4.1. Jenis Kelamin Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden penelitian yang memilih PKB pada Pemilu 2009 terdiri dari 14 orang berjenis kelamin perempuan (14%) dan 86 orang berjenis kelamin laki-laki (86%).

4.4.2 Usia Responden

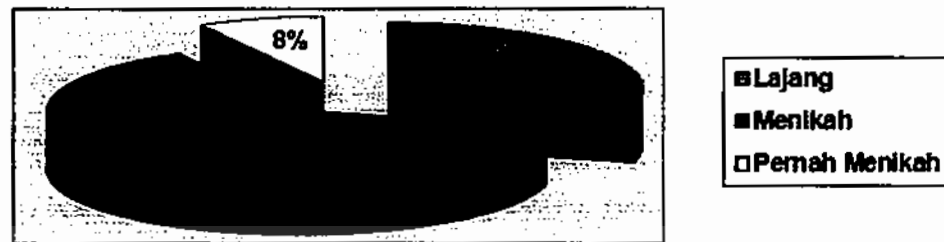


Gambar 4.2. Usia Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 4 orang berusia antara 17-21 tahun (4%), 16 orang berusia antara 22-26 tahun (16%), 47 orang berusia antara 27-31 tahun (47%) dan 33 orang berusia 31 tahun ke atas (33%).

4.4.3 Status Perkawinan Responden

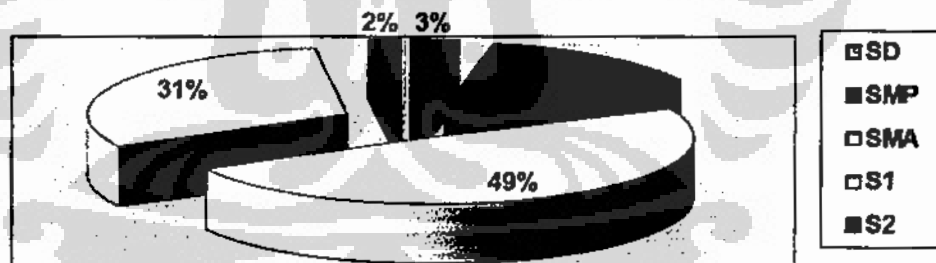


Gambar 4.3. Status Perkawinan Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 63 orang berstatus menikah (63%), 29 orang berstatus lajang (29%), 8 orang berstatus pernah menikah (8%).

4.4.4 Pendidikan Terakhir

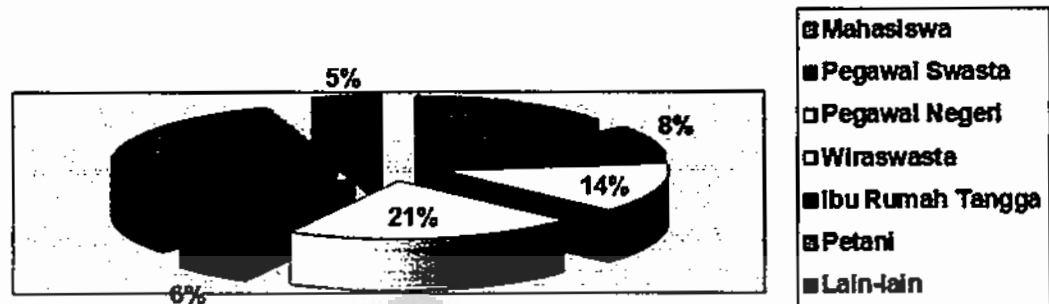


Gambar 4.4. Pendidikan Terakhir Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 49 orang adalah lulusan SMA (49%), 31 orang adalah lulusan S1 (31%), 15 orang adalah lulusan SMP (15%), 2 orang adalah lulusan S2 (2%), 3 orang adalah lulusan SD (3%).

4.4.5 Pekerjaan Responden



Gambar 4.5. Pekerjaan Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 31 orang adalah petani (31%), 21 orang merupakan wiraswasta (21%), 15 orang merupakan mahasiswa (15%), 14 orang merupakan pegawai negeri (14%), 8 orang pegawai swasta (8%), dan 6 orang merupakan ibu rumah tangga (6%).

4.4.6 Pendapatan Per Bulan

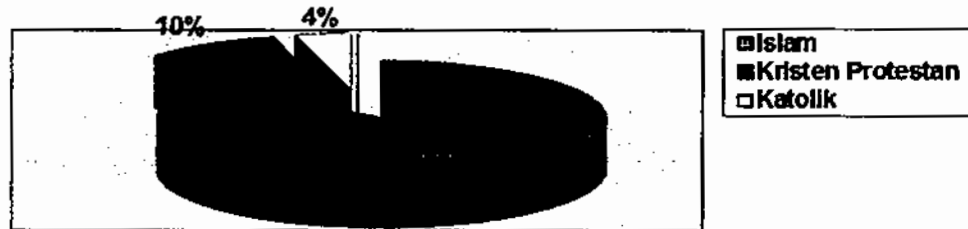


Gambar 4.6. Pendapatan Per Bulan Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 63 orang berpenghasilan di bawah Rp 2.000.000,- (63%), 18 orang berpenghasilan Rp 2.000.000, - Rp 5.000.000,- (18%), 11 orang Rp 5.000.001 – Rp 7.500.000 (11%), 5 orang Rp 7.500.001 – Rp 10.000.000,- (5%), dan 3 orang berpenghasilan di atas Rp 10.000.000,- (3%).

4.4.7 Agama yang dianut Responden



Gambar 4.7. Agama yang dianut Responden PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 86 orang menganut agama Islam (86%), 10 orang menganut agama Kristen Protestan (10%), dan 4 orang menganut agama Katolik (4%).

4.4.8 Analisis Profil Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden paling banyak adalah laki-laki dengan usia 27-31 tahun, berstatus menikah, memiliki pendidikan terakhir SMA, berprofesi sebagai petani, memiliki tingkat pendapatan di bawah Rp 2.000.000,-, dan beragama Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, responden dengan karakteristik seperti itu, memiliki jawaban yang lebih mengarah kepada figur sebagai alasan utama mereka memilih suatu partai kemudian dilanjutkan oleh faktor ideologi. Namun, perlu diperhatikan pula, khususnya dari segi tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan, bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan mereka, faktor ideologi bergeser menjadi alasan yang terpenting bagi mereka, baru kemudian diikuti oleh figur. Hal ini juga berlaku secara berkebalikan, dimana semakin rendah tingkat pendidikan dan pendapatan responden, faktor figur semakin berpengaruh kepada *voting intention* konstituen.

4.5 Profil Responden Kuantitatif Non-PKB

Tabel 4.2. Karakteristik Demografis Responden Non PKB

		Kategori	
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	26
		Laki-laki	74
2.	Usia	17-21 tahun	2
		22-26 tahun	32
		27-31 tahun	46
		Diatas 31 tahun	20
3.	Status Responden	Lajang	58
		Menikah	39
		Pernah Menikah	3
4.	Pendidikan Terakhir	SMP	3
		SMA	24
		S1	65
		S2	8
5.	Pekerjaan	Mahasiswa	11
		Pegawai Swasta	36
		Pegawai Negeri	28
		Wiraswasta	8
		Ibu Rumah Tangga	2
		Petani	15
6.	Pendapatan Per Bulan	Di bawah Rp 2.000.000,-	31
		Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000,-	45
		Rp 5.000.001 – Rp 7.500.000,-	12
		Rp 7.500.001 – Rp 10.000.000,-	10
		Di atas Rp 10.000.000,-	2
7.	Agama	Islam	62
		Kristen Protestan	27
		Katolik	11

Sumber: Data penelitian (2010)

4.5.1 Jenis Kelamin



Gambar 4.8. Jenis Kelamin Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden penelitian yang tidak memilih PKB pada Pemilu 2009 terdiri dari 26 orang berjenis kelamin perempuan (28%) dan 74 orang berjenis kelamin laki-laki (86%)

4.5.2 Usia Responden

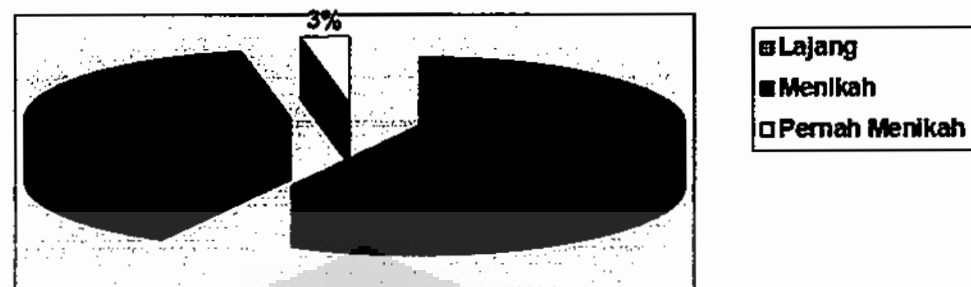


Gambar 4.9. Usia Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 2 orang berusia antara 17-21 tahun (2%), 32 orang berusia antara 22-26 tahun (32%), 46 orang berusia antara 27-31 tahun (46%) dan 20 orang berusia 31 tahun ke atas (20%).

4.5.3 Status Perkawinan

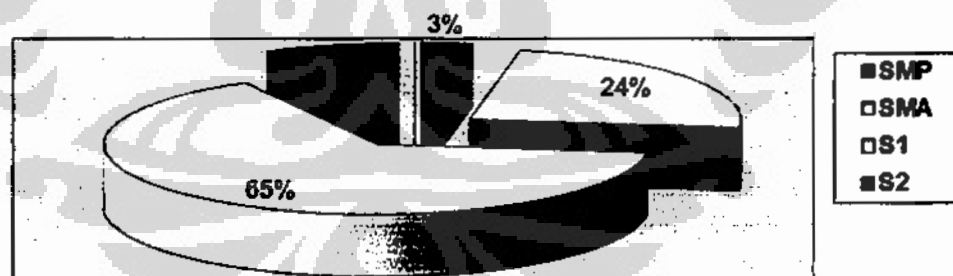


Gambar 4.10. Status Perkawinan Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 58 orang memiliki status lajang (58%), 39 orang menikah (39%), dan 3 orang pernah menikah (3%).

4.5.4 Pendidikan Terakhir

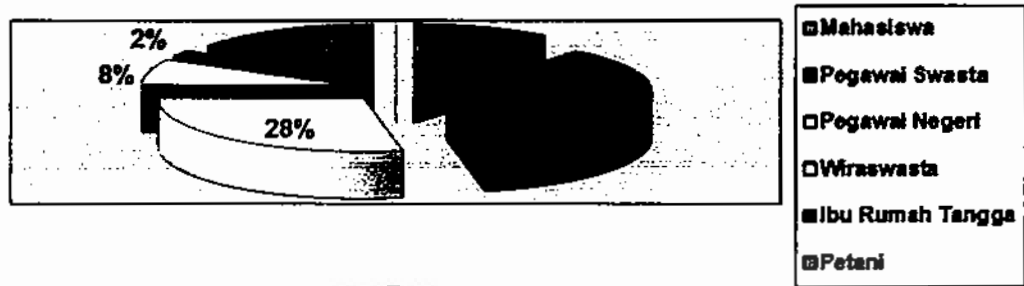


Gambar 4.11. Pendidikan Terakhir Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 65 orang merupakan lulusan S1 (65%), 24 orang merupakan lulusan SMA (24%), 8 orang merupakan lulusan S2 (8%), dan 3 orang merupakan lulusan SMP (3%).

4.5.5 Pekerjaan Responden



Gambar 4.12. Pekerjaan Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 orang responden, 36 orang merupakan pegawai swasta (36%), 28 orang merupakan pegawai negeri (28%), 15 orang merupakan petani (15%), 11 orang merupakan mahasiswa (11%), 8 orang merupakan wiraswasta (8%), dan 2 orang merupakan ibu rumah tangga (2%)

4.5.6 Pendapatan Per Bulan Responden

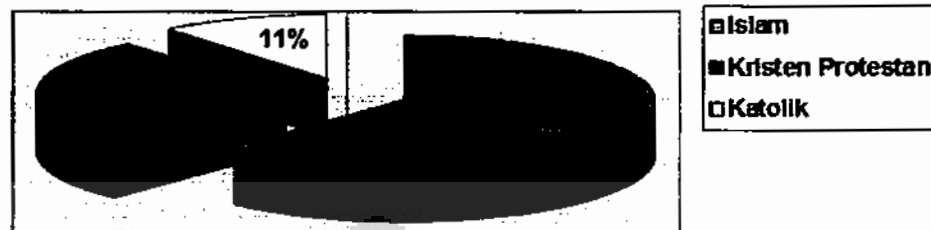


Gambar 4.13. Pendapatan Per Bulan Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Dari 100 responden, 45 responden berpenghasilan Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000,- (45%), 31 responden berpenghasilan di bawah Rp 2.000.000 (31%), 12 responden berpenghasilan Rp 5.000.001 - 7.500.000, 10 responden berpenghasilan Rp 7.500.001 - 10.000.000,-, dan 2 responden berpenghasilan di atas Rp 10.000.000,-.

4.5.7 Agama yang dianut Responden



Gambar 4.14 Agama yang dianut Responden Non-PKB

Sumber: Data hasil penelitian (2010)

Di antara 100 responden, 62 orang beragama Islam (62%), 27 orang beragama Kristen (27%), dan 11 orang beragama Katolik (11%).

4.5.8 Analisis Profil Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden paling banyak adalah laki-laki dengan usia 27-31 tahun, berstatus lajang, memiliki pendidikan terakhir S1, berprofesi sebagai pegawai swasta, memiliki tingkat pendapatan Rp 2.000.000-Rp. 5.000.000,-, dan beragama Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, responden dengan karakteristik seperti itu, memiliki jawaban yang lebih mengarah kepada ideologi sebagai alasan utama mereka memilih suatu partai kemudian dilanjutkan oleh faktor figur. Namun, tidak begitu berbeda dengan responden non PKB, khususnya dari segi tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan, bahwa semakin rendah tingkat pendidikan dan pendapatan mereka, faktor figur bergeser menjadi alasan yang terpenting bagi mereka, baru kemudian diikuti oleh ideologi. Hal ini juga berlaku secara berkebalikan, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan responden, faktor figur semakin kurang berpengaruh kepada *voting intention* konstituen.

4.6 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian ini sebagai salah satu parameter yang menunjukkan bahwa data yang digunakan di dalam penelitian ini dapat dan layak dijadikan alat analisis. Dalam penelitian ini, normalitas akan dilihat melalui grafis *normal probability plot* dan *detrended normal plot*.

Sesuai dengan persyaratan normalitas data, Uyanto (2008) menyatakan bahwa *normal probability plot* setiap nilai data yang diamati disesuaikan dengan *expected value* dari distribusi normal. Jika dilihat pada gambar, titik-titik nilai data akan terletak berdekatan dalam suatu garis lurus.

Selanjutnya, menurut Uyanto (2008) dalam *detrended normal plot*, hal yang digambarkan adalah simpangan dari nilai data terhadap suatu garis lurus. Jika sampel data yang diajukan terdistribusi normal, titik-titik nilai data tidak akan membentuk suatu pola tertentu.

Untuk kasus konstituen PKB, baik *normal probability plot* maupun *detrended normal plot*, memiliki distribusi yang normal. Hal tersebut dapat dilihat melalui titik nilai yang terletak dalam suatu garis lurus dan tidak membentuk pola tertentu. Adapun gambar yang dimaksud dapat dilihat di hasil *output* regresi yang terdapat di halaman lampiran.

Begitu juga untuk kasus konstituen non PKB. Dalam temuannya, baik *normal probability plot* maupun *detrended normal plot*, memiliki distribusi yang normal. Hal tersebut dapat dilihat melalui titik nilai yang terletak dalam suatu garis lurus dan tidak membentuk pola tertentu. Adapun gambar yang dimaksud dapat dilihat di hasil *output* regresi yang terdapat di halaman lampiran.

4.7 Uji Kecocokan

Uji kecocokan dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan peneliti dapat menjelaskan model penelitian. Uji kecocokan dilakukan dengan menguji reliabilitas dan validitas pengukuran. Di dalam pengujiannya, peneliti mempertimbangkan beberapa indikator yang dapat menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian, selain memiliki kualitas yang mencukupi, juga memiliki kecocokan dengan model secara keseluruhan. Hal tersebut dapat dilihat melalui *rotated component matrix*. Berikut merupakan indikator yang digunakan untuk menerangkan kecocokan yang dimaksud.

Tabel 4.3. Hasil Uji Kecocokan

	Component		
	1	2	3
x1.1			.698
x1.2			.767
x1.3			.718
x1.4			.802
x2.1	.761		
x2.2	.718		
x2.3	.757		
x2.4	.748		
x3.1		.727	
x3.2		.779	
x3.3		.777	
x3.4		.674	

Sumber: Data penelitian (2010)

Dari hasil di atas dapat diterjemahkan bahwa, item kuesioner yang digunakan untuk mengukur tiap-tiap konstruk sudah *valid* dan *reliable*. Hal tersebut terlihat dari berkumpulnya tiap nilai konstruk menjadi satu kesatuan, dan nilai tiap item $> 0,5$.

4.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada tiap-tiap konstruk untuk menunjukkan korelasi antara *item* pertanyaan. Korelasi tersebut menunjukkan bahwa item pertanyaan memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk latennya.

Bernstein, dalam Uyanto (2008) menyatakan bahwa skala pengukuran yang reliabel sebaiknya memiliki nilai *Cronbach Alpha* minimal 0,70. *Cronbach Alpha* dapat diinterpretasikan sebagai korelasi dari skala yang diamati dengan semua kemungkinan pengukuran skala lain yang mengukur hal dan jumlah butir pertanyaan yang sama.

Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk pada Responden PKB

No.	Konstruk	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha if Item Deleted</i>
1.	Figur	X1.1	0,736	0,696
		X1.2		0,679
		X1.3		0,703
		X1.4		0,622
2.	Ideologi	X2.1	0,745	0,702
		X2.2		0,718
		X2.3		0,680
		X2.4		0,643
3.	Kinerja	X3.1	0,725	0,700
		X3.2		0,627
		X3.3		0,655
		X3.4		0,660

Sumber : Data hasil penelitian (2010)

Output SPSS memberikan nilai *Cronbach Alpha* untuk keseluruhan konstruk skala pengukuran > 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran konstruk kuesioner konstituen PKB memiliki reabilitas yang baik dan memenuhi persyaratan.

Selanjutnya, nilai pada kolom *Cronbach Alpha if Item Deleted* menunjukkan nilai *Cronbach alpha* yang diperoleh bila *item* pertanyaan pada baris tersebut dihapus. Jika suatu butir pertanyaan pada kolom *Cronbach Alpha if Item Deleted* > *Cronbach Alpha*, maka butir tersebut harus dihapus atau direvisi. Dalam hasil *output* di atas, seluruh nilai konstruk dalam kolom *Cronbach Alpha if item deleted* < *Cronbach Alpha*, sehingga tidak ada *item* yang perlu dihapus atau direvisi dalam kuesioner konstituen PKB.

Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk pada Responden Non-PKB

No.	Konstruk	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha if Item Deleted</i>
1.	Figur	X1.1	0,768	0,740
		X1.2		0,697
		X1.3		0,679
		X1.4		0,731
2.	Ideologi	X2.1	0,772	0,697
		X2.2		0,754
		X2.3		0,760
		X2.4		0,649
3.	Kinerja	X3.1	0,733	0,646
		X3.2		0,696
		X3.3		0,690
		X3.4		0,653

Sumber : Data hasil penelitian (2010)

Output SPSS memberikan nilai *Cronbach Alpha* untuk keseluruhan konstruk skala pengukuran > 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran konstruk kuesioner konstituen Non PKB memiliki reabilitas yang baik dan memenuhi persyaratan.

Selanjutnya, dalam hasil *output* di atas, seluruh nilai konstruk dalam kolom *Cronbach Alpha if item deleted* < *Cronbach Alpha*, sehingga tidak ada *item* yang perlu dihapus atau direvisi dalam kuesioner konstituen Non PKB.

4.9 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebagai uji kelayakan suatu variabel-variabel indikator untuk digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji validitas dilakukan dengan melihat Kaiser-Mayer-Olkin (KMO), Bartlett's Test of Spercity (Sig.), dan *Component matrix (factor loading)* yang dapat dilihat dari output yang dihasilkan.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan beberapa pertanyaan untuk menggambarkan suatu konstruk. Hal tersebut dilakukan untuk mempermudah proses penelitian dan analisis data. Selain itu, pendekatan tersebut dilakukan agar apabila ditemui pertanyaan yang tidak mampu mewakili suatu konstruk maka diharapkan pertanyaan lain dapat mewakili konstruk tersebut.

Seperti yang telah disebutkan di bab 3, analisis faktor sebagai uji validitas dilakukan menggunakan software SPSS 17. *Item* pertanyaan yang membentuk konstruk diharapkan mencapai standar nilai minimal dari tiap-tiap persyaratan uji validitas. Merujuk pada Igbaria dalam Wijanto (2008), persyaratan-persyaratan yang dimaksud adalah :

- a. Nilai KMO minimal adalah 0,50
- b. Nilai Sig maksimal adalah 0.05
- c. Nilai *factor loading* minimal adalah 0,50

Berikut adalah hasil uji validitas dari *item-item* pertanyaan sebelum diterapkan di dalam model.

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Konstruk pada Responden PKB

No	Konstruk	Variable	Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)	Bartlett's Test of Spercity (Sig.)	Component matrix (factor loading)	Validity
1.	Figur	X1.1	0,707	.000	0,713	Valid
		X1.2		.001	0,761	Valid
		X1.3		.000	0,713	Valid
		X1.4		.000	0,814	Valid
2.	Ideologi	X2.1	0,657	.000	0,739	Valid
		X2.2		.001	0,715	Valid
		X2.3		.000	0,781	Valid
		X2.4		.000	0,794	Valid
3.	Kinerja	X3.1	0,662	.000	0,716	Valid
		X3.2		.000	0,790	Valid
		X3.3		.001	0,774	Valid
		X3.4		.002	0,713	Valid

Sumber : Data hasil penelitian (2010)

Output SPSS memberikan nilai KMO dan *factor loading* untuk keseluruhan konstruk skala pengukuran $> 0,50$ dengan nilai Sig. $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran konstruk kuesioner konstituen PKB valid dan dapat digunakan untuk menjelaskan tiap-tiap konstruk yang terdapat dalam kuesioner konstituen PKB.

Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Konstruk pada Responden Non-PKB

No	Konstruk	Variable	Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)	Bartlett's Test of Spercity (Sig.)	Component matrix (factor loading)	Validity
1.	Figur	X1.1	0,772	.000	0,726	Valid
		X1.2		.000	0,793	Valid
		X1.3		.000	0,816	Valid
		X1.4		.000	0,738	Valid
2.	Ideologi	X2.1	0,718	.000	0,816	Valid
		X2.2		.000	0,720	Valid
		X2.3		.000	0,715	Valid
		X2.4		.000	0,849	Valid
3.	Kinerja	X3.1	0,717	.000	0,786	Valid
		X3.2		.000	0,728	Valid
		X3.3		.000	0,716	Valid
		X3.4		.000	0,770	Valid

Sumber : Data hasil penelitian (2010)

Output SPSS memberikan nilai KMO dan *factor loading* untuk keseluruhan konstruk skala pengukuran $> 0,50$ dengan nilai Sig. $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa skala pengukuran konstruk kuesioner konstituen PKB valid dan dapat digunakan untuk menjelaskan tiap-tiap konstruk yang terdapat dalam kuesioner konstituen non PKB.

4.10 Analisis *Voting Intention*

Pada bagian ini terdapat analisis *voting intention* dari konstituen PKB dan Non PKB yang didapat melalui kuesioner. Selanjutnya, melalui *output correlation*, akan dilihat faktor mana yang paling mempengaruhi *voting intention* seseorang dan faktor apa yang paling kecil pengaruhnya.

Dalam konteks konstituen PKB, 3 faktor yang paling mempengaruhi *voting intention* secara berurutan adalah status sosial tokoh partai, sejarah partai dan kemudian pemenuhan janji-janji kampanye. Sedangkan 3 faktor yang paling kecil pengaruhnya adalah tokoh partai, kesamaan agama dengan tokoh partai dan kemudian prestasi partai.

Dalam konteks konstituen non-PKB, 3 faktor yang paling mempengaruhi *voting intention* secara berurutan adalah sejarah partai, kesamaan agama dengan tokoh partai dan kemudian ideologi partai. Sedangkan 3 faktor yang paling kecil pengaruhnya adalah kesamaan agama dengan ideologi partai, pengaruh partai dalam pemerintahan dan kemudian visi dan misi partai.

4.11 Hasil Temuan Wawancara

Seperti yang telah disebutkan di bab 3, wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk membuat hasil dalam penelitian ini menjadi lebih komprehensif, di mana di dalam data yang didapatkan dari wawancara terangkum hal-hal dan elemen-elemen yang tidak didapatkan melalui penyebaran kuesioner.

Temuan dalam wawancara akan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu wawancara dengan internal partai, dilanjutkan dengan wawancara dengan komunitas pesantren, dan diakhiri dengan wawancara dari peneliti setempat sebagai data tambahan.

4.11.1 Wawancara Internal PKB

Ada beberapa hal yang patut digaris bawahi dan dijadikan kesimpulan dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Pertama, beberapa internal PKB yang diwawancara memandang bahwa ada 3 hal utama yang menentukan seorang konstituen untuk memilih suatu partai, yang secara berurutan adalah ideologi, kinerja, dan diikuti oleh figur. Dalam konteks pemasaran partai, 3 hal tersebut dijadikan patokan dasar dalam bauran pemasaran PKB. Kalaupun ada hal-hal lain seperti iklan atau kampanye, adalah sebagai pelengkap dari rangkaian strategi pemasaran partai. Konstituen yang dijadikan bahan pertanyaan di sini bukan konstituen PKB saja melainkan konstituen secara umum.

Temuan di atas disimpulkan, khususnya dari hasil wawancara dengan Ni'am Salim, Helmy Faisal dan Imam Nahrawi. Adapun hasil wawancara yang dikutip secara berurutan adalah sebagai berikut :

“ Yang paling penting itu ideologi, misalnya tentang bagaimana pandangan politik PKB. Itu unsur pertama yang terpenting. Yang kedua itu adalah yang dirasakan masyarakat atau kinerja. Kalau rakyat kecewa ya *nggak* bakal milih lagi di pemilu selanjutnya. Baru yang ketiga itu figur atau tokoh.”

“ Yang pertama adalah faktor ideologi. Faktor ini sekaligus menonjolkan karakteristik partai. Kemudian yang kedua itu (terdiam sejenak) dipengaruhi oleh faktor informasi yang mengedepankan kinerja. Artinya, mungkin melalui sebuah media kampanye luar biasa sebagai promosi dari hasil konkrit kinerja yang partai telah lakukan. Dan yang ketiga lebih pada faktor personal atau figur yang ada di partai, baik dalam skala nasional maupun lokal.”

“ Mereka memilih PKB itu kalau di Pileg atau Pemilu Legislatif itu karena memang ada ikatan emosional dengan kepartaian ini, dengan PKB. Entah karena dia basisnya Nadhatul Ulama orang NU atau memang karena kekerabatan atau kenal dengan calon itu. “

Namun, ada satu hasil wawancara dengan internal PKB yang menunjukkan perbedaan dalam menentukan skala kepentingan pertimbangan konstituen dalam menentukan pilihan partai, yaitu hasil wawancara dengan Halim Iskandar. Adapun hasil wawancara yang dikutip adalah :

“Yaa...pertama figur. Figur caleg lah minimal. Kemudian yang kedua ideologi baru ngomong visi lalu hasil kerja. Jadi untuk sementara ini masyarakat kita belum begitu visi *minded* lah masih figur *minded* misalnya figur caleg.”

Dari hasil wawancara, peneliti juga mencoba menarik suatu kesimpulan mengenai sebenarnya siapa pasar utama dari PKB. Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti kutip secara berurutan dari Ni'am Salim, Mas'ud Adnan, Noval Abdi, dan Imam Nahrawi :

“Karena pada dasarnya PKB ajarannya tentang pluralisme jadi NU merupakan *captive market*.”

“Kekuatan yang luar biasa. Waktu itu memang hubungan emosional antara figur dan eee...apa namanya... pemilih kami itu semata-mata karena kerinduan orang NU yang ingin punya partai politik yang selama ini terpinggirkan. Mereka ini sekaligus menjadi pasar utama kami dan ini berlanjut sampai sekarang”

“PKB satu-satunya partai yang masih punya eee...apa yaa...eee...kecenderungan...punya kecenderungan untuk memperjuangkan kepentingan politik ahli sunnah waljamaah atau NU”

“Masa transisi memang peralihan dari Gus Dur ke Cak Imin aslinya toh awalnya tidak ada masalah. Toh kan pemilih kita kan tetap kebanyakan orang NU.”

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa PKB tetap menjadikan komunitas NU sebagai pasar utama mereka. Hal tersebut didasari dari latar belakang dan sejarah partai. Namun, perlu diperhatikan pula, akan riskan apabila PKB tetap melakukan hal tersebut. Hal ini dikarenakan warga NU yang tidak puas dapat membentuk partai mereka sendiri. Sebagai contoh pada pemilu 2009, Partai Kebangkitan Nasional Ulama (PKNU) yang didirikan Choriul Anam cukup mempengaruhi defisit suara yang dialami oleh PKB. Walaupun pada saat itu PKB tetap menembus *parliamentary treshold*, hal ini harus diperhatikan karena pada pemilu selanjutnya PKB harus mempertimbangkan kemungkinan dinaikkannya *parliamentary treshold* menjadi 5% di pemilu 2014 dan tentunya PKB harus melakukan antisipasi dari segala kemungkinan munculnya pecahan-pecahan PKB seperti PKNU yang pada akhirnya menggerogoti suara PKB secara keseluruhan. Kesimpulan ini diperkuat dari kutipan wawancara Noval abdi sebagai berikut :

“Yang kedua adalah memang berdirinya partai baru itu PKNU. Walaupun ngga signifikan tapi paling tidak di tingkat lokal Jawa Timur itu pengaruhnya sekali karena menggerogoti hampir 40% sampai 50% suara-suara untuk PKB. Karena yaa...tokoh-tokoh lokal yang diambil itu mempengaruhi juga, kan gitu.”

Selanjutnya, peneliti mencoba merangkum permasalahan apa saja yang dihadapi oleh internal PKB, khususnya dalam menghadapi masalah transisi kepemimpinan dari Abdurrahman Wahid ke Muhaimin Iskandar dan pemilu 2014. Berikut secara berurutan adalah kutipan dari Ni'am Salim, Taufikurrahman Saleh, Irsyad, dan Noval Abdi.

“Figur Muhaimin Iskandar nggak bisa dibandingkan dengan Gus Dur. Masalah faktor pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki Gus Dur lebih banyak mengingat usia juga lebih tua. Harus diakui bahwa Gus Dur merupakan figur yang tidak dapat tergantikan.”

“PKB itu kan...apa...masih dipengaruhi oleh masyarakat yang tradisional. Ini juga masyarakat yang tradisional ini kan...apa...bukan hanya

achievement tapi berdasarkan keturunan, kewarisan dan berbagai macam sehingga kharisma itu sangat besar dipengaruhi oleh Kyai sehingga besar kursinya PKB pemilihan dari padanya masih berkaitan dengan Kyai-kyai. Itu kalau PKB ya sehingga kita besar di PKB tuh sebenarnya bukan karena prestasi tetapi karena kita didukung oleh budaya kultur yang sudah mapan oleh NU itu.”

“Saya kira ngga ada namanya partai itu tetap kompak. Saya kira itulah kadang-kadang orangnya tidak bisa menciptakan kekompakan internal partainya.”

“Masa transisi memang peralihan dari Gus Dur ke Cak Imin aslinya toh awalnya tidak ada masalah. Toh kan pemilih kita kan tetap kebanyakan orang NU. Yang menjadi masalah terbesar adalah terjadinya perpecahan dua kelompok itu yang masing-masing divisi sangat fanatisme terhadap masing-masing panutan yang dianut itu yang jadi persoalan sehingga jadilah dua kursi kepemimpinan itu.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan transisi kepemimpinan PKB dan permasalahan untuk menghadapi pemilu 2014. Pertama, figur seorang Muhaimin Iskandar memang tidak bisa dibandingkan dengan sosok Abdurrahman Wahid. Pergeseran kepemimpinan ini memang cukup mempengaruhi defisit suara partai yang dialami oleh PKB.

Kedua, seperti yang disebutkan oleh bapak Taufikurrahman Saleh, terlalu bergantungnya suara PKB terhadap suara NU menjadi masalah. Hal tersebut dikarenakan PKB memiliki kerentanan untuk menjaga performa dan konsistensi mereka baik secara ideologi maupun kinerja. Konsistensi ideologi di sini bukan hanya ideologi NU, namun lebih mendalam daripada itu, yaitu akar dari ajaran NU itu sendiri. Corak *Nadhiyin* dan basis ajaran Sunni Syafi'i seharusnya juga tetap dipertimbangkan dalam menyusun strategi pemasaran partai.

Ketiga, terjadinya perpecahan dua kelompok itu yang masing-masing divisi sangat fanatisme terhadap masing-masing panutan, yang pada akhirnya membuat partai menjadi kurang kompak. Apabila fenomena ini terus berlanjut, hal ini tentunya akan merugikan posisi PKB, khususnya di pemilu 2014. Partai yang dirundung konflik berkepanjangan akan membuat citra partai di mata masyarakat menjadi kurang kredibel.

Terakhir, wawancara internal PKB ini dilakukan untuk mengetahui, menurut internal PKB, apa saja kiat-kiat yang akan dan perlu dilakukan PKB untuk menghadapi pemilu 2014. Berikut secara berurutan adalah kutipan hasil wawancara dengan Imam Nahrawi, Halim Iskandar, Noval Abdi, Helmy Faisal, dan Ni'am Salim.

“PKB terus melakukan upaya-upaya untuk mempersiapkan secara finansial tapi lebih dari itu bahwa kita harus mengembalikan lagi semangat roh perjuangan seperti Pemilu 1999. Disini kami menggerakkan banyak Dai, juru dakwah, kita banyak menggerakkan guru di sekolah, kita banyak menggerakkan juga beberapa aparatur desa, RT, RW agar mereka yang menjadi corong di depan. Pangsa pasar PKB dan NU ini kan mudah dipengaruhi sehingga kita, saya, merasakan bahwa tujuan iklan kita adalah dengan mereka. Partai-partai lain kan iklannya selalu sifatnya itu mudah dicerna kemudian memberikan empati yang besar dan sebagainya. Mereka simbolis, kita substantif.”

“Memberikan satu pemahaman bahwa PKB hari ini itu dari sisi pengelola organisasi berbeda dengan PKB yang lalu. Artinya apa, permasalahan-permasalahan internal itu harus segera diselesaikan tuntas dan kemudian kita suguhkan kepada masyarakat bahwa PKB itu solid.”

“Memanfaatkan Kyai-kyai kekuatan lokal itu nantinya yang lagi kita bangun, figur sentral ada sebagai panutan perpolitikan tapi figur di tingkat pemahaman...memahamkan keinginan politik tingkat atas sampai bawah itu kan butuh penerjemah. Ya itulah Kyai-kyai lokal itulah yang kita manfaatkan.”

“Cak Imin atau Pak Muhaimin sebagai Ketua Umum yang selama ini selalu mengusung ide-ide semangat pluralisme, kemudian sebagai kepemimpinan anak muda dalam politik. Kemudian juga memiliki basis kultural dengan para kyai. Saya kira ini akan menjadi modal yang kalau ini dipelihara terus menerus tentu akan mengembalikan modal awal di tahun 1998.”

“Ya...salah satu tugas dan target dari PKB untuk pemilu 2014 adalah membangun poin 1 dan 2. Disini PKB harus merawat *stake holder*-nya yaitu tokoh-tokoh kunci di masyarakat baik kiai dan non kiai yang kalau dalam bahasa strategi pemasaran adalah sales dari PKB.”

Dari hasil wawancara di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai langkah-langkah yang akan ditempuh oleh internal PKB dalam menghadapi pemilu 2014. Pertama, menjaga dan melakukan pendekatan dengan tokoh-tokoh lokal, khususnya kiai sebagai pemberi pengaruh utama pemilihan partai konstituen mereka. Hal tersebut dilakukan nampaknya dengan pertimbangan bahwa masyarakat, khususnya dari komunitas pesantren, memandang kiai sebagai panutan tidak hanya dalam kehidupan beragama namun juga kehidupan berpolitik, sehingga pada umumnya posisi politik para santri sesuai sama dengan kiai pengasuhnya.

Kedua, merancang iklan yang tidak hanya bersifat empati terhadap masyarakat namun menawarkan solusi. Sebagaimana telah disebutkan oleh bapak Imam Nahrawi, iklan PKB dalam menghadapi pemilu 2014 harus lebih menyentuh aspek substantif.

Ketiga, memberikan pemahaman kepada konstituen bahwa PKB yang sekarang sudah solid yang berhasil menyelesaikan masalah-masalah internal mereka. Dengan demikian, stabilitas tersebut diharapkan dapat merangkul kembali suara-suara yang hilang pada pemilu 2009 sebagai akibat dari perpecahan tersebut.

4.11.2 Wawancara dengan Komunitas Pesantren

Wawancara dengan komunitas pesantren dilakukan dengan maksud melakukan identifikasi bagaimana posisi politik komunitas tersebut, khususnya para santri. Hal ini juga berguna sebagai instrumen *cross check* pendekatan internal PKB yang mengedepankan kiai sebagai tujuan utama pemasaran mereka. Selain itu, wawancara ini juga memiliki tujuan untuk memahami keinginan dari komunitas pesantren. Adapun keputusan peneliti untuk meneliti komunitas pesantren secara terpisah dari konstituen biasa adalah karena komunitas pesantren memiliki karakteristik yang unik jika dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti melakukan wawancara untuk mengidentifikasi posisi politik para santri. Berikut secara berurutan adalah hasil wawancara dengan beberapa komunitas pesantren, yaitudengan Mahmudi dari Ponpes Tebu Ireng, Lukman dari Ponpes Tebu Ireng, Arif dari Ponpes Lirboyo, dan Ali dari Ponpes Safi'iyah

“Pesantren kan tidak menekankan santri harus wajib memilih. Contohnya kayak kemarin Khofifah Indar Parawansa itu kan muslimat NU. Kebetulan Ibunya Salahudin itu kan juga muslimat juga di pusat. Sebenarnya berkewajiban bahwa dari santri untuk memilih tapi kan kenyataannya nggak memaksa seperti itu. Nggak ada pemaksaan santri harus nyoblos ini ini.”

“Secara umum saja ya, siapapun figur itu pasti akan menjadi panutan umatnya baik pesantren. Pesantren itu kan pengaruh agama, tokoh dari pesantren itu sebenarnya menghadirkan figur...apa namanya....menjadi barometer untuk jadi pijakan, pandangan, wawasan dan sebagainya mungkin seperti itu terarah kesana. Tetapi itupun tidak secara otomatis ada penekanan, pengarahan dari tokoh itu, tidak. Ini hanya kedewasaan santri sendiri akan memilih, akan melihat dari sepak terjang seorang tokoh itu bagaimana kalau menurut pemikiran dia itu baik maka akan diikuti, itu seperti itu. Berbeda dengan dulu gitu ya.”

“Pemilu baru ya itu kami bicara di forum depan santri untuk bicara. Kalau saya pribadi memilih PKNU, alesannya sementara ini yang dilandasi oleh kiai-kiai itu sementara ya itu. Kalo sampeyan ikut para kiai itu terserah, kalo ngga juga terserah asalkan tidak bertentangan dengan Al-Sunnah Wal Jamaah.”

“Manut dengan pengasuh. Kalau pengasuh bilang kamu ikut ke partai ini, seluruh santri harus ikut. Bukan karena faktor beliau otoriter, tetapi beliau menciptakan kaderisasi dan suksesi terutama yang berbasis Salafiyah.”

Dari hasil wawancara di atas, dapat kita lihat bawa tidak semua pesantren “memaksakan” pilihan partai pengasuh kepada santri mereka. Dari 3 pondok pesantren besar yang dijadikan bahan penelitian, dua di antaranya (Tebu Ireng dan Lirboyo) memiliki karakteristik yang memberikan kebebasan kepada para santrinya untuk memilih. Memang tidak dapat dipungkiri kalau di pesantren-pesantren tersebut para pengasuh sedikit banyak memberi pengaruh kepada pilihan partai politik santrinya, namun tidak bersifat searah seperti pesantren Safi'iyah. Kondisi di pesantren Safi'iyah mengharuskan para santrinya untuk memilih partai yang sama dengan pengasuh mereka. Jadi, dapat disimpulkan bahwa, dalam konteks posisi politik santri, tiap-tiap pesantren memiliki karakteristik yang berbeda.

Selain posisi politik, komunitas pesantren juga tentunya memiliki harapan-harapan tersendiri. Berikut adalah hasil wawancara yang menunjukkan harapan-harapan santri yang dikutip secara berurutan dari Lukman dari Tebu Ireng dan Arif dari Lirboyo.

“Banyaknya tokoh-tokoh politik kita ini hanya rame waktu kampanye saja dia bicara begini...begini...begini. Setelah itu dia lupa di Jakarta aja dan memperkaya diri. Justru pesantren inilah yang bisa mewakili, bisa selalu...apa namanya...memikirkan masyarakat ke depannya. Kita kan tidak dibiayai pemerintah, kita bekerja sendiri, mencari dana sendiri, mengurus semuanya sendiri. Itu sebenarnya pemerintah punya kewajiban, adil gitu ya

memberikan dana untuk lembaga-lembaga yang berperan untuk kepentingan bangsanya.”

“Cuma kita butuh bagian paling tidak antar pesantren dengan lembaga lain ada penyeimbang. Yang paling kelihatan itu ketika dalam urusan pengakuan ijazah. Dari pesantren itu, ijazah yang dari pesantren ini tidak diakui. Padahal kalau berbicara masalah kualitas pendidikan itu sama. Kita dengan teman-teman di sekolah negeri berani diadu, seperti itu. Tapi karena kita lemah dalam pengakuan formalnya.”

“Kita kan punya banyak wakil sebetulnya dari kalangan itu tapi ternyata nama kita juga sudah lupa, walaupun mereka bertemu kadang-kadang kita bicara tapi hanya sekedar janji tapi realisasinya kurang.”

Dari hasil wawancara di atas, dapat dilihat bahwa secara garis besar, tuntutan konstituen dari komunitas pesantren sebenarnya tidak jauh berbeda dari konstituen umum, yaitu penepatan janji-janji ketika pemilu dan tetap mendapat perhatian dari partai yang didukung, khususnya setelah wakil partai yang didukung duduk di pemerintahan. Namun, secara khusus, harapan dari komunitas pesantren yang patut digaris bawahi adalah persamaan ijazah. Komunitas pesantren merasa belum ada perjuangan dari partai yang mereka dukung terhadap persamaan dan pengakuan status ijazah mereka, baik untuk melanjutkan studi maupun untuk bekerja.

4.11.3 Hasil Wawancara dengan Peneliti di Jawa Timur

Wawancara dengan peneliti di Jawa Timur dilakukan sebagai data tambahan. Hal ini dilakukan untuk menambah bahan pertimbangan, khususnya dalam merumuskan saran-saran pada bab selanjutnya. Selain itu, akan didapat pula pandangan yang bersifat objektif karena fenomena PKB akan dilihat melalui kacamata orang ketiga. Berikut adalah kutipan hasil wawancara dengan Hassan Ubaid, staf peneliti dari lembaga riset Proximity Jawa Timur.

“Kami melihat bahwa perolehan suara PKB pada pemilu 1999-2004 sampai 2009 mengalami penurunan yang signifikan terutama ketika Gus Dur tidak lagi (terdiam sejenak) tidak lagi menjadi ketua Dewan Tanfidz di PKB. Nah ini menunjukkan, indikator ketokohan dalam PKB menurut saya pribadi cukup kuat.”

“Apalagi kita lihat parpol yang memiliki suara mayoritas di parlemen berusaha untuk menggodok *threshold* menjadi 5%. Itu tentunya akan memberi dampak yang signifikan bagi partai-partai tengah dan bawah untuk bisa merapatkan barisan dan konstituen mereka. Jika tidak maka posisi PKB akan semakin terancam.”

“Tentang pemasaran politik, tidak terlalu beda dengan pendekatan marketing pada umumnya, jadi pertama, partai harus memosisikan dirinya secara tegas, artinya azasnya kemudian konstituennya. Paling tidak ia bisa menyapa konstituennya pada arah yang mana atau pada masyarakat yang bagian mana. Kemudian diferensiasi, karena kita lihat partai politik sekarang tidak memiliki diferensiasi yang jelas, contohnya maaf demokrat yang sangat tergantung pada figur SBY. Tapi diferensiasi figur biasanya tidak akan bertahan lama. Diferensiasi yang menarik mungkin justru dimiliki oleh, contohnya PPP karena berazaskan Islam, dan partai-partai lain yang memiliki azas agama memiliki diferensiasi yang cukup (terdiam sejenak) dapat “dijual” kepada konstituen tinggal bagaimana dia mengemas asas itu agar dapat diterima di masyarakat.”

“Kalau bagi PKB sosok Muhaimmin Iskandar sendiri sebenarnya apabila dia berhasil merangkul tokoh-tokoh penting, apa... (terdiam sejenak) dia bisa mencitrakan dirinya sebagai figur yang positif. Positif disini dengan artian banyak tokoh yang kemudian merapat ke dia. Posisi perseteruan PKB sebenarnya menjadi bumerang bagi PKB.”

Dari hasil wawancara di atas, ada beberapa hal yang dapat dijadikan pertimbangan tambahan dalam mengkaji temuan yang ada. Pertama, adanya fenomena ketokohan yang cukup kuat di PKB, khususnya dari tokoh sentral mereka yaitu Gus Dur. Pergeseran kepemimpinan yang dialami PKB membuat mereka mengalami defisit suara yang cukup signifikan.

Kedua, PKB harus memperjelas *positioning* partai mereka. *Positioning* yang dimaksud di sini adalah keunikan yang mereka miliki secara ideologi partai. Selain itu mereka juga harus mendefinisikan dan memahami siapa saja yang bisa menjadi pasar mereka.

Ketiga, Muhaimmin Iskandar, sebagai tokoh puncak PKB yang baru, hendaknya merangkul tokoh-tokoh penting dengan cara membangun citra yang positif. Hal ini juga berguna untuk meredakan pandangan negatif terhadap PKB terutama mengenai konflik internal yang sedang mereka alami.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah mengamati hasil penelitian yang telah dipaparkan di bab IV, berikut adalah pemaparan kesimpulan mengenai pengaruh figur, ideologi, dan kinerja terhadap *voting intention* dan pemasaran partai :

- a. Berdasarkan *factor loading* hasil temuan kuesioner responden, faktor terpenting yang mempengaruhi *voting intention* responden PKB secara berurutan adalah status sosial tokoh partai, sejarah partai dan kemudian pemenuhan janji-janji kampanye. Selanjutnya, berdasarkan *factor loading* hasil temuan kuesioner responden, faktor terpenting yang mempengaruhi *voting intention* responden non-PKB secara berurutan adalah sejarah partai, kesamaan agama dengan tokoh partai dan kemudian ideologi partai.
- b. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang maka faktor ideologi semakin berpengaruh kepada *intention to vote*. Hal ini berbanding terbalik dengan faktor figur, di mana semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang, faktor figur semakin rendah pengaruhnya terhadap *voting intention*. Untuk faktor kinerja sendiri tidak ditemukan perbedaan yang signifikan berkaitan dengan perbedaan profil responden.
- c. Berdasarkan hasil wawancara internal, PKB memandang bahwa relasi dengan pesantren dapat dibangun sekaligus dijaga melalui kiai atau pengasuh pesantren. Hal ini belum tentu berlaku bagi seluruh pesantren, karena dari hasil wawancara dengan komunitas pondok pesantren, tidak semua pesantren mengharuskan santri mereka untuk memilih partai yang sama dengan pengasuh mereka.

- d. Berdasarkan hasil wawancara, disimpulkan bahwa PKB masih berupaya untuk membenahi perpecahan yang terjadi di partai mereka. Perpecahan ini menimbulkan citra negatif di mata konstituen mereka dan diakui menciptakan kerugian bagi PKB terutama dari segi perolehan suara.
- e. Berdasarkan hasil wawancara, ada ketergantungan yang cukup kuat dari PKB kepada NU. Hal ini terlihat dari hasil wawancara internal yang berulang kali menyebutkan bahwa NU adalah *captive market* atau pasar utama mereka.

5.2 Limitasi penelitian

Seperti yang diketahui, tidak ada satu penelitian pun yang bebas dari hambatan. Penelitian ini pun demikian. Ada dua hal utama yang dirasakan peneliti sebagai hambatan penelitian, yaitu :

- a. Data dari hasil wawancara tidak dapat digeneralisasi begitu saja. Hal ini sesuai dengan salah satu kelemahan wawancara yaitu tidak dapat digeneralisir.
- b. Adanya fakta yang tidak dapat dipengaruhi mempengaruhi *voting intention* dari konstituen secara umum, yaitu praktek *money politic*. Peneliti menghindari untuk memasukkan variabel tersebut agar penelitian ini tidak memiliki kesan untuk membenarkan praktek *money politic*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, baik dari kuesioner maupun wawancara, ada beberapa hal yang dapat diperhatikan oleh para pelaku politik dan partai-partai politik secara umum, yaitu :

- a. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *voting intention* konstituen secara umum dipengaruhi secara berurutan oleh ideologi,

diikuti oleh figur, dan setelahnya oleh kinerja partai. Temuan ini berguna bagi para pelaku politik untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan temuan tersebut.

- b. Dalam membentuk suatu strategi pemasaran, hal yang perlu dikedepankan adalah kesamaan agama antara konstituen dengan ideologi dan tokoh partai. Strategi tersebut selanjutnya diikuti dengan menunjukkan janji-janji kampanye apa saja yang berhasil partai penuhi selama partai tersebut terlibat dengan pemerintahan.
- c. Menjaga stabilitas partai. Stabilitas yang dimaksud adalah bebas dan bersih dari konflik, khususnya internal. Hal ini dikarenakan, dalam kasus PKB, konflik internal partai terbukti memiliki pengaruh negatif terhadap pandangan konstituen kepada partai yang pada akhirnya membuat perolehan suara suatu partai berkurang.

5.4 Implikasi Manajerial

Sesuai dengan studi kasus dalam penelitian ini, maka implikasi manajerial yang bisa peneliti sarankan kepada PKB antara lain adalah :

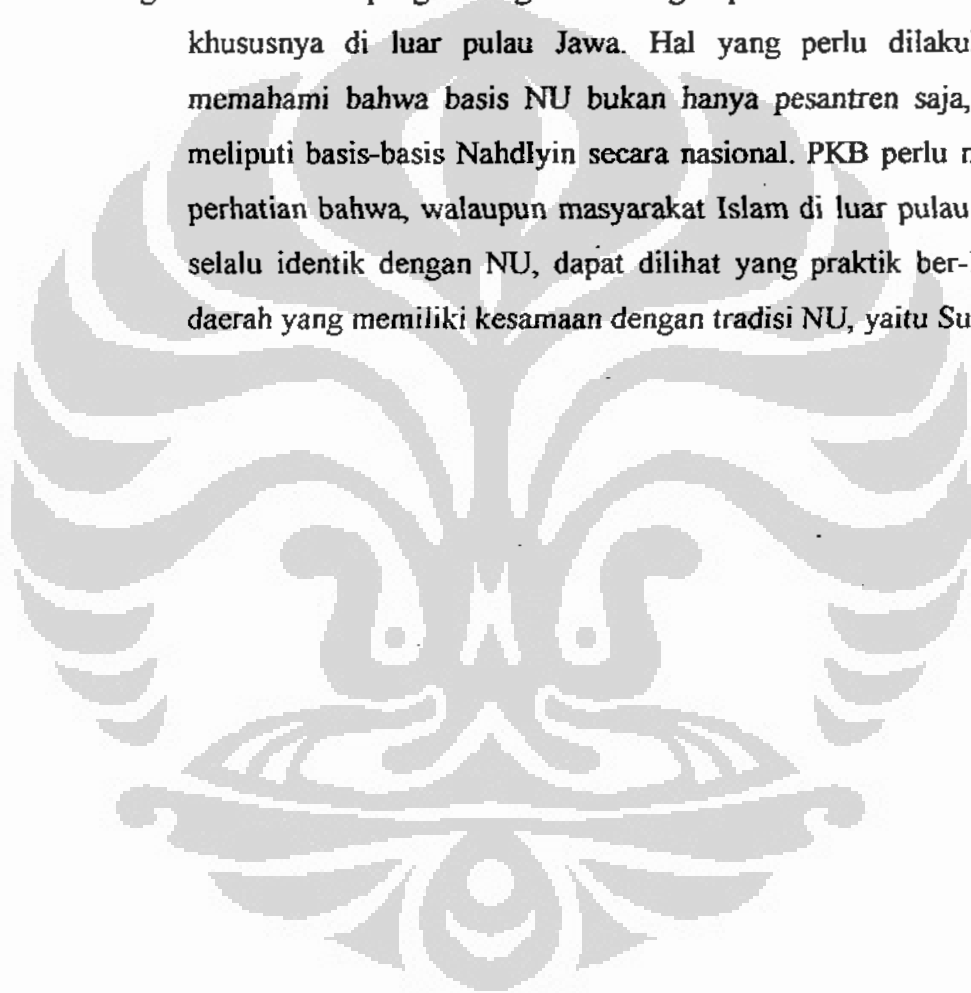
- a. Perbedaan pemahaman terhadap konstituen dengan hasil penelitian perlu dipertimbangkan PKB, khususnya dalam merancang strategi pemasaran mereka. Jika sebelumnya dalam strategi pemasaran PKB secara berurutan mengedepankan ideologi, kinerja, dan terakhir figur, maka perlu dipertimbangkan untuk melakukan pendekatan baru dengan memperhatikan faktor yang mempengaruhi *voting intention* baik dari konstituen PKB maupun Non-PKB.

Sesuai dengan hasil penelitian dalam karya akhir ini, bagi konstituen PKB hal yang perlu dikedepankan secara berurutan adalah status sosial tokoh partai, sejarah partai dan kemudian pemenuhan janji-janji kampanye. Selanjutnya bagi konstituen non-PKB hal yang perlu dikedepankan secara berurutan adalah sejarah partai, kesamaan agama dengan tokoh partai dan kemudian ideologi partai.

Universitas Indonesia

- b. Perlu diperhatikan pula demografis dari konstituen mereka, khususnya dari segi tingkat pendidikan dan pendapatan. Pernyataan ini merujuk kepada temuan yang telah disebutkan sebelumnya. Temuan tersebut menyebutkan bahwa, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang maka faktor ideologi semakin berpengaruh kepada *intention to vote*, dan hal tersebut berbanding terbalik dengan faktor figur, di mana semakin tinggi tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang, faktor figur semakin rendah pengaruhnya terhadap *voting intention*.
- c. Komunitas pondok pesantren sudah semakin beragam di mana tidak semua pondok pesantren memiliki karakteristik posisi politik yang “manut” kepada pengasuh. Hal ini perlu diperhatikan oleh PKB sehingga dalam melakukan pendekatan disesuaikan dengan karakteristik pesantren yang bersangkutan. PKB juga dapat menyasar pesantren berskala kecil yang pada umumnya mereka masih manut kiai atau pengasuh pesantren tersebut.
- d. Masih berkaitan dengan pondok pesantren, salah satu keluhan mereka adalah minimnya pengakuan terhadap ijazah lulusan mereka, baik secara akademis maupun pengakuan di dunia kerja. PKB dapat memperjuangkan isu tersebut. Adapun cara mengemasnya adalah dengan menselaraskan isu tersebut dengan ideologi PKB, selanjutnya figur Muhaimin Iskandar diperlihatkan sebagai figur yang peduli dan eksis dalam memperjuangkan masalah tersebut, lalu perjuangan PKB untuk isu tersebut didelegasikan kepada figur PKB setempat sebagai bentuk kinerja nyata dari PKB dalam memperjuangkan isu yang bersangkutan.
- e. Meyakinkan masyarakat bahwa keadaan internal PKB sudah stabil dan bebas konflik. Dengan demikian diharapkan konstituen dapat menilai PKB sebagai partai yang solid dan dapat diandalkan untuk merepresentasikan aspirasi mereka.

- f. Membuka langkah konsolidasi ulang ke dalam basis utama PKB, yaitu NU. Dari perpecahan yang terjadi, langkah ini hendaknya dilakukan dengan pertimbangan untuk mengeliminasi potensi keretakan yang lebih lanjut di *captive market* utama PKB. Secara konkrit, hal yang dapat dilakukan adalah melakukan dialog dengan parai kiai, figur, dan politisi yang sebelumnya kecewa, baik karena langkah-langkah PKB, Abdurrahman Wahid, maupun Muhaimin Iskandar.
- g. Melakukan pengembangan strategi perluasan basis dukungan, khususnya di luar pulau Jawa. Hal yang perlu dilakukan adalah memahami bahwa basis NU bukan hanya pesantren saja, melainkan meliputi basis-basis Nahdlyin secara nasional. PKB perlu memberikan perhatian bahwa, walaupun masyarakat Islam di luar pulau Jawa tidak selalu identik dengan NU, dapat dilihat yang praktik ber-Islam suatu daerah yang memiliki kesamaan dengan tradisi NU, yaitu Sunni Syafi'i.



DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, Gary and Philip Kotler, 2009, *Marketing: An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall.

Basrowi dan Suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Belanger, Eric; Michael S. Lewis-Beck, Jean Chiche, Vincent Tiberj. *Party, Ideology, and Vote Intentions : Dynamics from the 2002 French Electoral Panel*. *Political Research Quarterly*. Vol. 59, No. 4, pp. 503-515.

Ben-Ur, Joseph; Bruce I. Newman, 2002. *Motives, Perceptions and Voting Intention of Voters in the 2000 U.S Presidential Election*, *ABI/INFORM Global* pg. 1047.

Burns, David J, 2002. *Relationship between Intentions and Percieved frequency of Occurence Among Future Retail Personnel*.

Carson, Jamie L, 2005. *Strategy, Selection, and Candidate Competition in U.S House and Senate Elections*. *The Journal of Politics*, Vol. 67. No.1, pp. 1-28

Doyle, Orla; Jan Fidrmuc, 2003. *Evolution of Voting Intentions during Post Communist Transition: Czech Republic 1990-98*.

Firmanzah, 2008., *Marketing Politik-Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Firmanzah, 2010., *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Goldsmith, Roland E; Barbara A.Lafferty; Stephen J.Newell, 2000. *The Impact of Corporate Credibility and Celebrity Credibility on Consumer Reaction to Advertisements and Brands*. *The Journal of Advertising*, Vol. 29, No.3, pp. 43-54

Hillygus, D. Sunshine; Simon Jackman, 2002. *Voter Decision Making in Election 2000: Campaigning effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy.*

Kolovos, Ioannis; Phil Harris, 2005. *Political Marketing and Political Communication : The Relationship Revisited.*

Louie, Therese A; Carl Obermiller, 2002. *Costumer Response to a Firm's Endorser (Dis)Association Decisions.* The Journal of Advertising. Vol. 31, No. 4 pp. 41-52.

Malhotra, Naresh K, 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation.* 6th Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Osagwu, Linus, 2008. *Marketing Intelligence & Planning.* Bradford. Vol. 26, Iss. 7, pg. 793

Pito, Toni Adrianus; Kemal Fasyah; Efriza, 2005. *Mengenal Teori-teori Politik.* Depok

Political Marketing Group, 2003. *Is political marketing for real?*

Ranga, Bhanar Lai, 2009. *Marketing definition in Broad Sense.*

Schroder, Peter, 2009, *Strategi Politik.* Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fur die Freinheit.

Satori, Djam'an dan Aan Komarian, 2009, *Metodologi penelitian Kualitatif.* Bandung : Alfabeta

Schiffman, Leon G; Elaine Sherman; Nicole Kirpalani, 2002. *Trusting Souls: A Segmentation of the Voting Public.* ABI/INFORM Global pg.993

Srikatanyoo, Natthawut, 2005. *Bangkok Voter Decision-Making in the 2005 General Election.* Dhurakij Pundit University.

Sun, Tao; Victor Yuan; J.Gregory Payne; Bu Zhong, 2005. *Leadership Attributes Salient to Chinese Local Voters Correlates of Voting Intentions Among Chinese Constituents*. *The American Behavioral Scientist*. ABI/INFORM Global pg.616

Veiga, Francisco Jose; Linda Goncalves Veiga, 2004. *The Determinants of Vote Intentions in Portugal*. *Public Choice*, Vol. 118, No. 3/4., pp. 341-364

www.politik.vivanews.com diakses tanggal 15 februari 2010, pukul 22:24

www.kpu.go.id diakses tanggal 15 februari 2010, pukul 23:45



Lampiran 1

Hasil Wawancara

1. Wawancara dengan Bapak Imam Nahrawi selaku Ketua Dewan Tanfidz DPW PKB Jawa Timur dan Ketua Dewan Tanfidz DPP PKB

- P (Peneliti) : Bapak sebagai internal partai dan sebagai salah satu pengurus partai, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seorang konstituen untuk memilih suatu partai?
- I (Imam Nahrawi) : Ya...kebetulan saya di Jawa Timur Ketua Partai ya PKB Jawa Timur. Ya...sedikit banyak memahami realitas lapangan ketika caleg, ketika permusyawaratan sampai Muktamar. Gongnya tentu pemilu baik Pemilu Legislatif, Pilkada atau Pilpres. Ini tidak sama satu sama lain. Mereka memilih PKB itu kalau di Pileg atau Pemilu Legislatif itu karena memang ada ikatan emosional dengan kepartaian ini dengan PKB, entah karena dia basisnya Nadhatul Ulama orang NU atau memang karena kekerabatan atau kenal dengan calon itu. Tapi yang paling dominan karena kedekatan dengan caleg...calon legislatif. Kedekatan itu bisa dibangun karena komunikasinya intens, atau dia sudah maksimal juga atau lebih dari itu memang dia sudah punya nama disitu sehingga banyak dikenal. Tentu legislatif...pemilu legislatif, pemilu kada, pemilu pilpres ini juga sangat erat kaitannya dengan kekuatan modal masing-masing entah partai ataupun figur atau calon itu. Tapi itu yang kecil dan tidak terlalu dominan. Contoh yang paling kuat itu di legislatif, mereka memilih karena calon legislatif atau yang kedua memang karena dekat dengan partai. Entah karena dia orang NU yang dulu dilahirkan dari NU atau yang kedua karena sudah ada kesan manis di hati mereka sehingga mereka tidak mau pilih selain dia. Kalau di pemilihan Pilkada itu faktor materi juga dominan tapi lebih dominan juga faktor personal. Calon bupati, calon gubernur dan sebagainya, tapi eee...saya kira dominasinya itu masih 50% - 50%...50 - 50 dengan kekuatan dana. Pilpres juga begitu, mesin partai nyaris hanya sebatas eee...apa namanya memperkuat isu...ccc...jaringan kemudian stimulus emosional yang lain. Tapi figur calon presiden itulah yang...eeee...apa namanya... yang layak dipilih karena mereka tahu, kenal dan sebagainya. Dan figur inilah eee...uang tidak terlalu dominan. Eee...mereka milih PKB kembali lagi dari 3 Pemilu ini, menurut saya mereka sudah kadung cinta...membekas pada PKB itu. Entah karena figur calonnya atau figur pimpinannya atau pernah jasa...mereka mendapat jasa dari PKB. Sehingga apapun keadaannya mereka dibeli dengan duit sekalipun atau diteror dengan isu atau diintimidasi mereka tidak bergeser. Begitu...beberapa faktor itu.
- P : Kalau umpamanya Bapak mengidentifikasi peran proses transisi ini, peralihan dari Abdurrahman Wahid ke Muhaimin Iskandar itu seperti apa Pak, khususnya keadaan hubungan antara partai dengan konstituennya Pak?
- I : Saya kira tidak terlalu banyak berubah ya. Ketika dulu PKB 1998 tanggal 20 Juli itu dilahirkan. Dengan gegap gempita semua kekuatan di internal PKB dan di NU itu berkumpul meskipun yang tidak puas juga mendirikan partai lain. Ada PKU waktu itu yang didirikan oleh Gus Salahudin Wahid. Ada PNU yang didirikan oleh Gus Mahmud. Ada semangat-semangat yang lain. Semangatnya luar biasa, dengan semangat yang luar biasa, dengan klaim yang kuat, dengan figur yang kuat pula ketika itu Gus Dur jadi Ketua Tanfidz NU belum jadi Ketua Syuro. Ketua Syuronya adalah Kyai Ma'ruf Amin. Nah itu suara PKB 1998 mendapat 11,80%. Kekuatan yang luar biasa. Waktu itu memang hubungan emosional antara figur dan eee...apa namanya... pemilih kami itu semata-mata karena kerinduan orang NU yang ingin punya partai politik yang selama ini terpinggirkan. Mereka ini sekaligus menjadi pasar utama kami dan ini berlanjut sampai sekarang. Tidak pernah masuk kancha kekuasaan...nggak pernah, tiba-tiba ada partai politik sehingga semua masuk. Sehingga faktor biaya ini kecil, murni faktor figur baik Gus Dur sebagai Ketua PBNU maupun kerinduan dari rakyat eee...masyarakat NU itu untuk punya partai politik termasuk para Kyai itu di tahun 1998. 2004 ketika Gus Dur menjadi Ketua Dewan Syuro, sebelumnya sudah ada konflik ketika beliau lengser.

Kemudian adanya peralihan dari Pak Matori Abdul Djali ke siapa namanya... eeee Alwi Shihab... itu peralihan. Itu sudah mulai itu meskipun waktu itu kekuatan figur luar biasa Gus Dur tapi suara Pemilu 2004 menurun menjadi 8 eee... 7,6%, turun itu. Nah baru 2004 ke 2009 memang transisinya luar biasa. Ya ini sama-sama figur muda jadi tolong ini dipisahkan antara figur Gus Dur dengan figur Cak Imin karena kalau figur Gus Dur itu adalah Dewan Syuro. Dewan Syuro itu ada struktur eee... di atas Dewan Tanfidz yang disini kumpulannya orang-orang ahli ya ahli di bidang agama, ahli di bidang pengetahuan dan skill yang lain. Kalau Tanfidz itu operasional, dialah yang men-direct semua keputusan Dewan Syuro itu untuk diterapkan dalam suatu keputusan politik. Nah sehingga figur ketika itu yang muncul adalah Ali Maskur Musa dan Pak Muhaimin Iskandar. Nah dalam perkembangannya memang akhirnya publik memvonis bahwa ini adalah pertarungan Gus Dur dan Cak Imin. Kan gitu... padahal bukan begitu sebenarnya, garisnya itu nggak langsung garis potong di tengah gitu tidak. Tapi intinya ece Kyai Aziz dengan Gus Dur kemudian Cak Imin dengan Pak Ali Maskur. Ini memang sedikit berubah dan memang perolehan suara PKB turun menjadi 5 koma eee... 4,9% di nasional. Kalau di Jawa Timur kita masih dapat berapa... 14%. Nah saya kira peralihan eee... peralihan generasi itu tidak terlalu berpengaruh eee... bahkan menurut saya turunnya suara PKB itu memang ada sebuah kegelisahan sosial di masyarakat... di grassroot pemilih itu terhadap kepercayaan mereka terhadap partai-partai politik. Mereka gelisah, resah, tidak percaya termasuk PKB kena imbas disamping PKB waktu itu ada dinamika luar biasa ece konflik antara Cak Imin dan Gus Dur. Nah, jadi penurunannya itu bukan semata-mata perpindahan generasi ini tetapi memang karena situasi masyarakat yang gelisah, tidak percaya dan kesal dengan partai politik karena janji-janji yang telah dibangun lewat pilihan presiden, pilihan bupati, pilihan gubernur, pilihan kepala desa, pilihan RT, pilihan RW semua itu tidak bisa dibuktikan secara langsung. Rakyat kan maunya langsung kan, saya mau bangun jembatan. Mereka maunya jembatan harus jadi ketika itu. Kalau ketika bicara politik anggaran, namanya jembatan harus dibicarakan lewat APBN atau APBD. Dan itu tidak langsung untuk turun pasti lewat sekian bulan dan seterusnya. Masyarakat tidak lagi memikirkan hal itu sehingga suara PKB turun. Orang mengatakan suara PKB turun... wajar karena memang ada dinamika, peralihan generasi dan seterusnya. Tapi partai-partai yang lain yang tidak mengalami situasi seperti PKB itu juga turun. Nah saya kira itu menarik untuk menjadi eee... apa... perbincangan kita selanjutnya. Yang tidak ada konflik itu juga turun suaranya. Saya kira itu jawaban saya berkaitan dengan peralihan kepemimpinan itu. Memang harus kami akui bahwa figur Gus Dur itu masih sangat melekat di masyarakat sehingga kami terus terang di Jawa Timur ini mencoba untuk tidak melakukan kedekatan garis keras untuk pro kepemimpinan Gus Dur atau Cak Imin. Sehingga figur Gus Dur pun selalu kami hormati, selalu kami bawa karena kita punya kewajiban sebagai anak muda ini meneruskan perjuangan Gus Dur, nilai-nilai demokrasinya, nilai-nilai... apa namanya itu... toleransinya dan seterusnya dan seterusnya. Jadi menurut kita coba seperti itu. Alhamdulillah eee... lembaga penelitian, media, survey dan sebagainya itu mengatakan PKB akan habis. Alhamdulillah yang terjadi tidak seperti itu, meskipun turun itu masih tidak terlalu mengecewakan. Jadi gitu mas.

- P : Kalau kita bicara konteks masalah politik kan konstituen itu adalah pasar daripada suatu enterprise yang bernama partai Pak. Kalau umpamanya PKB yang sekarang itu mengarahkan perusahaan atau enterprise-nya ini kepada pasar yang seperti apa Pak yang menjadi harapan untuk menyokong PKB ke depan?
- I : Ya pertama... eee... ketika bicara pasar, kita bicara siapa yang masarin. Nah marketing yang terus kita gerakkan pertama adalah struktur partai di level gede, DPC, ranting dan sebagainya. Marketing yang kedua yang kita gerakkan adalah para calon legislatif yang kemarin bergulat berjuang habis-habisan. Itu kita gerakkan baik yang sudah jadi maupun yang tidak jadi. Yang ketiga tentu masing-masing kan punya tim yang ketika pemilihan legislatif, pemilihan bupati, pemilihan presiden termasuk pemilihan gubernur ini sudah ini sudah mereka kelola sedemikian rupa sehingga tetap menjadi tim pemasaran di lapangan. Tentu gagasan

pelurus di struktur tadi, gagasan legislatif walaupun yang tidak jadi itu masih terus berlangsung disampaikan. Dari legislator kita katakanlah ada beberapa poin yang bisa dibawa sebagai jawaban dari keinginan dan aspirasi itu kita sampaikan kepada masyarakat. Inilah tim pemasaran kita. Tentu saya memahami bahwa namanya Pemilu itu kan meraih suara sebanyak-banyaknya bukan meraih rumah atau masjid atau madrasah atau pesantren sebanyak-banyaknya tapi suara. Karena suara itu sebanyak-banyaknya maka tentu isu yang kita lemparkan ke masyarakat itu pertama selain menggerakkan mesin itu maka pola yang kita lakukan bagaimana Silaturahmi itu tetap dilakukan. Untuk duduk, untuk berbicara sekedar mendengar apa yang dikeluhkan mereka kaitan dengan eee...pendidikan, kaitan dengan kemiskinan, kaitan dengan lapangan kerja dan masalah-masalah yang lain tetap kita lakukan lewat pengurus-pengurus kita yang di ranting maupun par legislator. Nah yang kedua kita mencoba menjembatani apa yang mereka harapkan dari partai ini. Karena partai ini kan jembatan antara dua pulau besar, antara rakyat dan eksekutif ini maka disitu namanya legislatif disitu legislator. Tugas pokoknya partai politik dan legislatif itu kan menjadi juru bicara dari masyarakat untuk kita sampaikan ke eksekutif, untuk dialog menjadi produk kebijakan, APBD dan sebagainya. Nah ini yang terus kami lakukan sampai sekarang sehingga kami tetap eee...apa namanya...saya melihat bahwa kampanye kita, komunikasi kita tetap dengan kebutuhan, gitu.

P

: Lantas untuk kedepannya Pak di Pemilu 2014, apa saja yang sudah PKB siapkan dalam konteks pemasaran partai?

I

: Sampai sekarang kita eee...apa namanya terus membicarakan itu karena namanya isu kan fluktuatif. Harapan masyarakat juga fluktuatif karena memang problemna di masyarakat itu terus berubah-ubah. Tapi ada isu yang memang susah untuk diberantas. Masalah pengangguran, ketenagakerjaan itu 2 masalah utama kemudian yang ketiga masalah politik. Ini yang terus menerus kami suarakan lewat kader-kader kita, baik yang sudah sukses di eksekutif, di yudkatif maupun kelegislatif. Dengan harapan bahwa seluruh persiapan isu kemudian menjawab setiap persiapan inilah yang nantinya akan menjadi faktor utama pendukung kita di Pemilu 2014. Tentu kita paham bahwa karena institusi masyarakat kita itu sudah mudah dibeli, suara mudah dibeli tidak seperti dulu ikatan ideologis yang luar biasa, kecintaan kemudian harapan mereka punya rumah baru partai politik yang bisa menyuarakan aspirasinya, itu kan sudah bergeser. Maka disini...apa namanya...PKB terus melakukan upaya-upaya untuk mempersiapkan secara finansial tapi lebih dari itu bahwa kita harus mengembalikan lagi semangat roh perjuangan seperti Pemilu 1999. Disini kami menggerakkan banyak Dai, juru dakwah, kita banyak menggerakkan guru di sekolah, kita banyak menggerakkan juga beberapa aparatur desa, RT, RW agar mereka yang menjadi corong di depan. Kecuali menjelang 2014 disini nanti seluruh kekuatan kita di struktur ini harus turun mensupport penggerak-penggerak yang ada di kampung-kampung. Kita tidak bisa eee...memaksakan begitu saja eee...apa namanya kebijakan maupun langkah-langkah yang dilakukan oleh partai politik yang lain yang mana melihat pangsa pasar PKB dan NU ini kan mudah dipengaruhi sehingga kita, saya, merasakan bahwa tujuan iklan kita adalah dengan mereka. Partai-partai lain kan iklannya selalu eee...sifatnya eee...apa namanya itu mudah dicerna kemudian memberikan empati yang besar dan sebagainya. Mereka simbolis, kita substantif. Itu juga kami memahami bahwa substantif itu tidak mudah untuk dipertahankan. Tapi simbolik kalau ada bencana cukup bendera partai saja itu banyak berkesan. Nah dalam konteks itu, warga PKB ini memang cukup eeee...cukup mudah terpengaruh, terperangah dengan semua isu diluar tanpa mengetahui substansi yang ada di dalam, tanpa mengetahui misi mereka yang ada di dalam. Kenapa? Memang pertama pengaruh media. Warga PKB itu rata-rata di pedesaan yang mereka hanya tahu tentang Jakarta tentang Surabaya tentang hiruk pikuknya politik lewat media koran, tv, radio, website...website pun jarang. Mungkin sekarang telfon yang lebih mudah untuk berkomunikasi itu. Tapi media yang mereka nikmati secara gratis kan tv. Sampai sekarang belum ada orang PKB yang punya tv sehingga misi partai politik PKB ini tidak bisa langsung masuk mejadi kebijakan redaksi di tv itu. Ini yang menambah masalah, sementara partai-partai lain itu sudah punya tv, punya radio sehingga cukup mudah melakukan

pemasaran iklan atau apa....sosialisasi cee...apa namanya...isu, opini. Ini yang menurut saya sangat rentan untuk adanya perubahan-perubahan dibawah. Kira-kira gitu mas.

P : Baik Pak. Pertanyaan terakhir Pak. Apakah PKB untuk kedepannya akan maju dengan sosok figur atukah PKB akan maju dengan serangkaian program atau serangkaian solusi-solusi yang dijanjikan untuk diberikan ke masyarakat Pak?

I : Saya kira eece...apa namanya...dua-duanya terus kami coba meskipun nanti salah satunya pasti yang kita ambil. Dua-duanya terus kita coba, sosialisasi program yang sudah kita buktikan. Makanya kita list apa yang pernah diberikan oleh si A plus PKB kepada konstituennya itu ditulis, yang pada Pemilu nanti harus kita buka bahwa ini lho yang pernah diberikan partai sehingga tidak ada alasan lagi bahwa PKB tidak menjawab aspirasi atau pertanyaan dari masyarakat. Nah yang kedua memang figur ini terus kita coba, apakah masih mungkin untuk dijadikan alat untuk menaikkan suara atau tidak. Tapi yang pasti program yang berjalan meskipun harus saya katakan bahwa ini masih dalam terus pemantauan kita, kita mesti coba dulu. Karena bicara figur di internal NU atau PKB ini tidak seperti yang dibayangkan di partai-partai lain. Karena dari basis tradisional PKB ini di...apa...berada di tengah-tengah arus besar kekuatan pesantren. Sampeyan bisa lihat pesantren satu dan lainnya, itu pasti punya sesuatu yang istimewa yang ditampilkan. Entah sisi-sisi pendidikannya, sisi sosialnya, sisi tradisi yang lain. Ini sesuatu yang istimewa bagi PKB karena mereka punya kekuatan tersendiri. Tetapi juga ada sesuatu yang tidak terlalu menarik ketika masing-masing ini muncul ego sektoral sehingga jarang sekali keputusan PBNU katakanlah ketika berjalan Pilpres 2009 ya, Pilpres yang Pak Hasyim Mushadi dengan Pak JK ya, itu Pak Jusuf Kalla dengan Pak Hasyim Mushadi. Pak Jusuf Kalla gandeng dengan Pak Hasyim Mushadi ketua PBNU dengan harapan bisa mempengaruhi warga NU tapi kalah juga. Kenapa kalah? Karena tokoh-tokoh lokal, para Kyai pesantren itu juga punya pilihan sendiri. Mungkin sesuatu bagi PKB yang sangat istimewa tapi juga sesuatu yang perlu kita poles lagi ke depannya. Gitu Mas.

P : Baik Pak, terima kasih banyak.

2. Wawancara dengan Bapak Halim Iskandar selaku Ketua Dewan Tanfidz DPC PKB Jombang

- P (Peneliti) : Begini Pak kalau menurut Bapak faktor-faktor apa saja yang membuat konstituen untuk memilih suatu partai?
- H (Halim Iskandar) : Yaa...pertama figur. Figur caleg lah minimal. Kemudian yang kedua ideology baru ngomong visi lalu hasil kerja. Jadi untuk sementara ini masyarakat kita belum begitu visi minded lah masih figur minded misalnya figur caleg.
- P : Lantas kalau berbicara figur secara nasional Pak, pergeseran figur di tubuh PKB dari figur Abdurrahman Wahid menuju Muhaimin Iskandar ini menurut Bapak bagaimana hubungan antara PKB dengan konstituennya?
- H : Yaa...saya pikir tinggal bagaimana membangun keterkaitan historis saja karena secara kebetulan Gus Dur sudah wafat. Dengan demikian keterkaitan historis ini penting untuk menyambungkan bahwa eee bahwa orang-orang yang di PKB sekarang memang produk-produk dari kaderisasi yang dilakukan oleh Gus Dur dengan cara Gus Dur.
- P : Kalau dari kacamata Bapak sebagai internal partai untuk membawa PKB ke Pemilu 2014. kiat-kiat apa saja yang perlu dilakukan Pak?
- H : Yang pertama kerja konkrit. Eeee...kita wujudkan masyarakat bahwa PKB memiliki eee kinerja-kinerja konkrit untuk memikirkan dan memperjuangkan kesejahteraan masyarakat. Nah kesejahteraan masyarakat itu sendiri kan kalau di PKB ada 2 sebetulnya. Kesejahteraan dalam arti eeee...apa namanya eee...batiniah. Dalam artian misalnya karena PKB dilahirkan oleh Pengurus Besar Nadhatul Ulama maka kerja konkrit untuk membangun kesejahteraan batiniah itu bicara khususnya....kita harus bicara tentang pembelaan dan penguatan akhul sunnah waljamaah. Kemudian yang kedua kerja konkrit dari sisi kesejahteraan yang bersifat material. Nah kesejahteraan yang bersifat material ini macam-macam. Meskipun masyarakat itu dalam tataran tertentu berpikir tentang kesejahteraan material ini sifatnya personal dan itu bisa dilakukan oleh PKB melalui kebijakan-kebijakan....advokasi kebijakan di pemerintah yang bersifat populis yang menyentuh langsung hajat hidup masyarakat banyak. Di sisi lain eee PKB harus memberikan satu aktualisasi kerja konkrit dalam bentuk eeee meningkatkan kesejahteraan dalam artian kolektif dimana banyak tokoh-tokoh PKB dan NU yang punya pondok pesantren, punya lembaga pendidikan. Nah...ketika kita bisa memberikan eee...dukungan untuk kesejahteraan kolektif dalam arti pendidikannya mungkin lebih maju, program dan fasilitas pengembangan pendidikan menjadi lebih mudah dan kemudian terwujud atas kinerja kader-kader partai. Eeee...saya yakin ketika hal itu dilakukan, upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik dalam artian eeee...apa namanya...spiritual maupun dalam artian material. Material itu ada 2 dalam bentuk advokasi untuk kesejahteraan personal misalnya artinya kemudahan-kemudahan berusaha, kemudahan-kemudahan permodalan, kemudian kemudahan di dalam pergerakan ekonomi juga kemudahan dalam artian yang kolektif misalnya yaitu fasilitasi lembaga pendidikan, fasilitasi pesantren, fasilitasi jami'ah itu sendiri. Nah kalau kita bisa mewujudkan itu secara konkrit saya punya keyakinan bahwa periode 2014 pasti PKB akan mengalami kenaikan yang signifikan.
- P : Kalau dari konteks pemasaran politik Pak, strategi yang dipakai PKB seperti apa akhirnya Pak?
- H : Jadi....pada tataran konstituen PKB yang notabene adalah keluarga NU dan notabene di basis-basis masyarakat bawah ada 2 untuk pemasaran partai. Yang pertama ya pembangunan opini di media tetapi itu tidak satu-satunya. Itu penting tapi tidak satu-satunya ketika ingin menyentuh masyarakat kita. Nah yang kedua penyampaian informasi secara langsung melalui tokoh caleg, melalui kita sendiri terjun ke masyarakat menjelaskan program-program PKB ini...itu...yang sudah

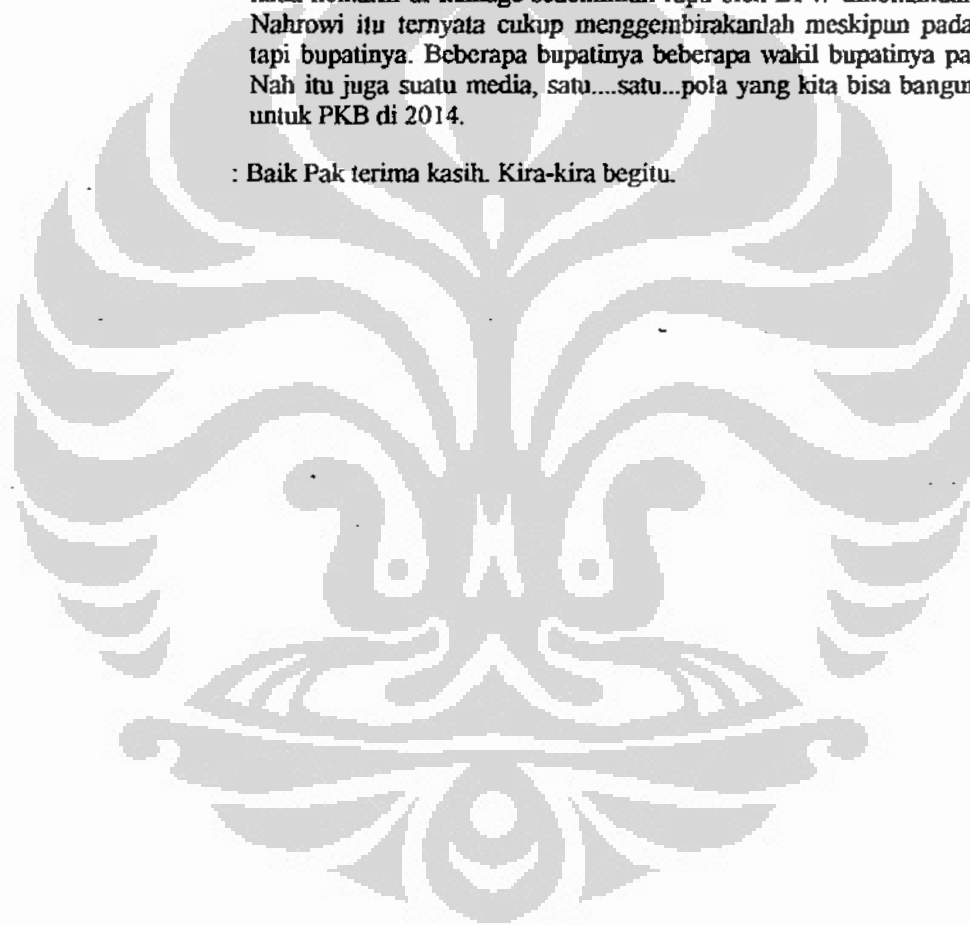
dilakukan. Kenapa saya mengatakan itu karena basis kita atau konstituen kita itu ada di kelompok menengah kebawah yang tidak begitu ngeh dengan opini-opini di media. Jadi beda dengan...makanya ketika survey misalnya survey per telfon, survey per apa...itu selalu saja PKB berada pada posisi yang rendah. Karena yang tersampai dalam survey itu prosentasenya kecil sekali. Nah ini juga bukan sekedar asumsi tapi fakta ketika menjelang pemilu legislatif 2009, tidak satu pun lembaga survey yang mengatakan bahwa PKB akan masuk parlementary treshold akan lolos. Tapi nyatanya...nyatanya 4 koma sekian persen dengan situasi, kondisi partai yang sedemikian carut marutnya. Itu sebagai bukti konkrit bahwa basis kita tidak eeee...atau kurang tersentuh oleh lembaga-lembaga survey. Dan dulu Gus Dur sudah pernah menyatakan itu, kita jangan terlalu terpengaruh oleh hasil-hasil survei karena eeee...lembaga-lembaga survey itu tidak menyentuh basis-basis kita karena memang basis kita ada di bawah. Kecuali pada tingkat survey yang sifatnya lokal karena santrinya lebih banyak, areanya lebih sempit nah itu masuk. Makanya saya katakan bahwa pemasaran partai ini disamping dalam arti bukan tidak penting tapi bukan satu-satunya yang terpenting melalui update opini di media. Tetapi bahwa terjun langsung menjelaskan kepada masyarakat tentang PKB, tentang kinerja PKB itu jauh lebih penting dan itu juga sudah dibuktikan oleh Gus Dur. Gus Dur itu kan dulu jarang sekali bermain opini pada aspek konstituen. Gus Dur bermain opini pada aspek kebangsaan yang bersifat makro, kebangsaan pemikiran-pemikiran yang sangat bersifat idealistik yang tidak begitu bisa dipahami oleh masyarakat bawah. Tetapi karena Gus Dur begitu telaten melakukan komunikasi dengan masyarakat bawah secara langsung dan tidak pernah berhenti meskipun sakit. Nah itu juga yang harus kita ambil sebagai salah satu bentuk model pemasaran partai di masa-masa yang akan datang sambil kita tingkatkan cee...pemahaman dan pengetahuan basis kita terkait dengan media dengan....di tv saja misalnya ada dialog tentang partai politik tentang pembangunan, channel langsung dipindah cari bukan empat mata...cari ini...cari itu. Padahal kadang-kadang kita juga main disitu hanya seringkali tidak masuk ke basis kita.

- P : Lantas kalau figur Pak Muhaimin Iskandar apabila dikorelasikan dengan konteks pemasaran partai itu posisinya seperti apa Pak?
- H : Masih pada konteks memantapkan karena bagaimanapun juga cee...peralihan-peralihan alih generasi di PKB ini terjadi dalam situasi yang cukup eeee...apa ya...cukup radikal. Nah dengan demikian eeee...positioning apalagi beliau sudah wafat. Bisa dikatakan beda dengan misalnya SBY dengan Anas. Nama SBY lebih besar daripada nama Anas meskipun Anas Ketua Umum. Gerindra dengan Prabowo, administratif Ketua Umum tapi mengetahui Pembina, Prabowo. Masyarakat tidak mengenal sama sekali yang namanya Ketua Umum Gerindra, sopo namanya Ketua Umum Gerindra tanya nggak tabu malah dibilang Prabowo-lah Ketua Umum Gerindra. Nah ini sebenarnya sama saja kasus-kasus ini. Nah kalau di PKB karena Gus Dur sudah wafat maka memang butuh kerja keras kader-kader Gus Dur yang sudah dibina sedemikian rupa untuk menunjukkan bahwa ini lho kader-kader Gus Dur. Dan kemudian kita tunjukkan ranah rangkaian historisnya bagaimana dia dulu dikader oleh Gus Dur dengan caranya Gus Dur.
- P : Untuk pertanyaan terakhir Pak. Kira-kira kendala-kendala apa yang akan dihadapi oleh PKB dan juga Muhaimin Iskandar sebagai figur di Pemilu 2014. Dan langkah-langkah apa yang akan ditempuh oleh PKB untuk menghadapi kendala-kendala tersebut?
- H : Jadi kendala yang akan dihadapi PKB untuk Pemilu 2014 yang pertama adalah memberikan satu pemahaman bahwa PKB hari ini itu dari sisi pengelolaan organisasi berbeda dengan PKB yang lalu. Artinya apa, permasalahan-permasalahan internal itu harus segera diselesaikan tuntas dan kemudian kita suguhkan kepada masyarakat bahwa PKB itu solid. Yang kedua itu kendala sekaligus tantangan karena faktanya bahwa hampir semua orang tahu bagaimana situasi cee...proses kaderisasi di PKB. Jadi suatu kendala sekaligus tantangan. Kendala yang kedua cee...penempatan figur pada tingkat lokal. Jadi untuk menjembatani figur nasional itu dibutuhkan penempatan figur pada tingkat lokal. Nah penempatan figur pada tingkat lokal itu

bisa dilakukan melalui kepengurusan partai di tingkatannya masing-masing, bisa juga melalui pencaleg-an. Nah ketika nanti caleg-caleg yang kita tempatkan eee...bisa memberikan satu harapan bagi masyarakat tentu mereka akan memberikan apresiasi yang positif bagi PKB. Dengan catatan bahwa mereka-mereka yang dicalonkan oleh PKB memiliki komitmen juga apalagi kita sebagai partai terbuka misalnya. Sehingga bisa saja kemudian nanti caleg PKB bukan pengurus PKB hanya kebetulan kader PKB yang baru masuk tetapi memiliki nilai tambah dari sisi ketokohan lokal nah kemudian dicalonkan. Nah ini akan memberikan dukungan bagi perolehan suara di Pemilu 2014. Nah yang lain tentu Pilkada, ada yang dilakukan eee...kita ngomong Jawa Timur saja. Beberapa Pilkada Alhamdulillah sudah menunjukkan eee...hasil-hasil yang cukup signifikan dibandingkan dengan suara yang diperoleh partai. Artinya begini, kalau kita ngambil contoh Jawa Timur justru Demokrat memiliki suara besar pada Pemilu Legislatif di Jawa Timur tetapi ketika Pilkada, Demokrat hancur-hancuran. Nah ini juga mau tidak mau memberikan kendala Demokrat di pemilu 2014. PKB kebetulan agak terbalik, perolehan suara pemilu 2009 relatif menurun, tetapi ketika pemilu kada kemarin di-manage sedemikian rupa oleh DPW dikomandani oleh Pak Imam Nahrowi itu ternyata cukup menggembirakanlah meskipun pada second line-nya tapi bupatinya. Beberapa bupati beberapa wakil bupati pada setiap daerah. Nah itu juga suatu media, satu....satu...pola yang kita bisa bangun sebagai strategi untuk PKB di 2014.

P

: Baik Pak terima kasih. Kira-kira begitu.



3. Wawancara dengan Bapak Helmy Faishal Zaini selaku Wakil Sekjen Dewan Tanfidz DPP PKB

P (Peneliti) : Bisa saya mulai sekarang Pak?

H (Helmy Faishal) : Ya...ya...silahkan.

P : Seperti yang sudah saya dapat informasi dari Bapak-bapak DPP PKB, waktu itu kan dengan salah satu fungsionaris partai. Saya ingin menanyakan pertanyaan yang saya utarakan ke fungsionaris PKB lain, pak. Menurut Bapak, apa saja pilar-pilar yang menentukan seseorang itu dapat memilih suatu partai atau tidak?

H : Eeee, pemilih maksudnya?

P : Iya Pak.

H : Jadi ada perilaku pemilih ditentukan oleh banyak faktor. Hal pertama faktor ideologis, eee jadi apa yang menjadi tradisi sekaligus ideologis yang berkembang. Karena kan memiliki berbagai macam karakteristik. Kemudian yang kedua itu eeee dipengaruhi oleh faktor informasi yang mengedepankan kinerja. Artinya, mungkin melalui sebuah media kampanye luar biasa sebagai promosi dari hasil konkrit kinerja yang partai telah lakukan. Dan yang ketiga lebih pada faktor personal atau figur yang ada di partai, baik dalam skala nasional maupun lokal. Setiap orang itu memiliki rasionalitas dalam memilih yang kadang-kadang nggak ketemu antara ilmu komunikasi politik dengan rasionalitas pemilih. Contoh misalnya: orang menghujat wakil eeee walikota Surabaya yang sudah 2 kali nyalon, nyalon-nyalon lagi menjadi wakil walikota kan. Iya toh. Kok bisa walikota yang sudah 2 kali terpilih kok maju lagi karna alasan undang-undang, trus dia milih jadi wakil deh. Terus kepala dinas pertamanannya jadi walikota. Tapi ternyata masyarakat memilih kan tuh. Itu hal yang like or dislike, like and dislike dari masyarakat yang mungkin kemungkinannya dari pak walikota itu yang akan berhasil ketika mencalonkan menjadi wakil walikota yang mungkin masih dalam konteks pemakluman dari masyarakat untuk memilih kembali. Nah menurut saya ke depan itu 2014 adalah pertarungan dimana masyarakat pemilu itu didalam memilih terbagi menjadi beberapa bagian ya. Ada yang karna faktor ideologis, ada karena faktor eeee apaa.....kuat informasi atau mengikuti sebuah trendsetter yang berkembang. Yang ketiga itu lebih pada faktor personal. Dalam konteks ini, pesaing-pesaing itu akan terus menerus dilakukan. Tapi eeee seluruh eee segmentasi itu juga akan berakhir pada apakah figur tersebut pada media pencitraan yaitu memiliki alat-alat yang memadai dalam konteks menyampaikan pesan baik itu melalui poster, mungkin media, spanduk, televisi. Saya termasuk yang percaya bahwa media komunikasi itu salah satu memberikan citra penting dalam mempengaruhi pemilih. Misalnya kalau kita lihat Pemilu 1999, PKB sendiri pernah menjadi partai pemenang ke 3 sebagai partai dengan pemilih terbanyak ke 3. Ketika itu PDIP, Golkar kemudian PKB dengan 13 juta pemilih. Bahkan Demokrat itu kan baru lahir tahun berapa to....sebelum 2004 yaa. Bayangkan ketika itu Pak SBY dengan Demokrat berhasil melakukan kampanye melalui media yang efektif, bahkan bisa masuk mempengaruhi eeeee.....apa yaa saya lupa. Eeee, salah satu faktornya itu adalah kepemimpinan ketokohan, ketokohan baik di level nasional maupun masyarakat terpencil. Pak SBY itu bisa menjangkau sampai ke lapisan grass root yang sebetulnya ini, konstituen ini menjadi....apaa cee...konstituensi dari tokoh-tokoh masyarakat lokal gitu tokoh lokal. Itu karena efek informasi yang masuk bisa langsung ke seluruh jaringan masyarakat. Jadi eee media memang memiliki peranan penting tapi bukan satu-satunya faktor ya. Saya kok masih percaya bahwa masalah-masalah ideologi dan tentu partai yang dianggap dapat merepresentasikan masyarakat yaitu dalam bentuk programnya, dalam bentuk keberpihakannya dalam bentuk penyingkapan-penyingkapan masalah-masalah sosial kemasyarakatan, itu menjadi banyak sekali faktor-faktor. Saya lihat pemilu dari 1999, 2004 2009, polanya berubah-ubah. Tentu ini menjadi tantangan sendiri untuk partai politik untuk senantiasa selalu melakukan uji pasar. Apakah sikap selama ini itu dapat

dimengerti atau dapat dipahami oleh masyarakat. Contoh misalnya keikutsertaan PKB dalam koalisi. Itu begitu banyak kalangan yang mengkritisi PKB itu anak manis, PKB itu apa namanya tidak punya sikap, PKB itu terlalu ikut apa kata pemerintah. Tapi hasil survey, itu membacanya lain. Partai-partai yang justru eee per hari ini mendapatkan respon positif ada kenaikan kepercayaan dari publik, salah satunya PKB. Partai-partai yang selama ini terlalu kritis itu justru mengalami penurunan. Ini kan sebuah berbeda, apa itu eeee angkanya berbalik pada satu faktanya. Itulah yang disebut dengan bahwa "silent majority" mungkin tidak terdeteksi oleh lembaga survey yang mungkin dalam keadaan tertentu mereka memutuskan sikap bahwa eeee...apaa... bisa diartikulasikan dengan sebuah penyikapan yang baik. Jadi strength poinnya adalah bahwa PKB sebagai salah satu partai yang dilahirkan di era reformasi tahun 1998 ini tentu memandang bahwa seluruh pilar-pilar politik yang ada ini sebagai bagian dari proses yang disebut dengan transisi kita menuju demokrasi. Hal ini sudah menjadi sebuah konsensus bersama ya seluruh dinamika yang kita hadapi ya kita ikuti. Bahwa pasang surut di dalam transisi demokrasi itu ya sebuah keniscayaan. Misalnya Pilkada, dulu orang menganggap bahwa pemilihan Bupati, Wakil Bupati dan seterusnya yang dipilih melalui suatu lembaga keterwakilan Presiden, MPR, DPRD I, DPRD II, masyarakat menganggap ini beli kucing dalam karung. Lalu ada amandemen, sekarang setelah ada pemilihan langsung ada juga komentarnya. Ternyata dengan pemilihan langsung ini terjadi friksi kadang-kadang masalah antar agama, antar suku, politik uang yang langsung ke grass root, kemudian alokasi anggaran untuk kegiatan itu yang menelan anggaran yang tidak sedikit. Anggaran untuk pemilihan 2 putaran itu menelan anggaran 10 hingga 15 milyar. Ada beberapa daerah yang tidak bisa untuk melanjutkan pemilihan putaran ke-dua karena tidak ada anggarannya.

P : Pertanyaan selanjutnya pak. Berkaitan dengan figur dan ketokohan yang sudah seperti tadi Bapak bilang, kalo menurut Bapak sendiri bagaimana mengidentifikasi mungkin ada eee permasalahan ataupun hal-hal yang terkait dengan masa transisi Bapak Abdurrahman Wahid ke Bapak Muhaimin Iskandar?

H : Yaa eee, saya kira eee semangat ketokohan itu tetap harus dikelola dengan semangat nilai. Tidak bisa juga digeneralisir bahwa semata-mata ketokohan seseorang itu dalam kondisi-kondisi eeee bahwa masyarakat dalam satu kondisi ikut dalam suatu arus tapi kondisi-kondisi yang lain itu berbeda. Nah untuk itu, saya kira Cak Imin atau Pak Muhaimin sebagai Ketua Umum yang selama ini selalu mengusung ide-ide semangat pluralisme, kemudian sebagai kepemimpinan anak muda dalam politik. Kemudian juga memiliki basis kultural dengan para kyai. Saya kira ini akan menjadi modal yang kalau ini dipelihara terus menerus tentu akan mengembalikan modal awal di tahun 1998 dengan angka pemilih 13 juta ya. Di 2009 mungkin tinggal hampir setengahnya 6 juta. Dulu kan ada sebelum Pemilu 2009 berlangsung seluruh pengamat-pengamat bahkan beberapa lembaga survey mengatakan PKB tidak akan lolos parliamentary threshold result, mungkin hanya kurang 2%. Sebuah lembaga survey yang sangat-sangat masyur, terpujilah mengatakan itu, saya masih ingat betul. Tapi faktanya kan lain, faktanya kita lolos. Bayangkan kalo kita lihat modal kampanye di media antara kita dengan partai lain yang juga masuk, itu kan jauh. Mereka bisa pasang kapan saja di tv, kita kan sangat minim sekali. Tapi perolehan suara kita diatas stigma bahwa PKB hilang, akan bubar, tidak akan memperoleh suara ternyata kan juga tidak. Cukup atau sudah jelas?

P : Sudah pak, terima kasih banyak.

4. Wawancara dengan Bapak Ahmad Niam Salim selaku Ketua Dewan Tanfidz DPP PKB

- P (Peneliti) : Menurut Bapak apa saja unsur-unsur yang diusung PKB dalam pemasaran partai?
- N (Niam Salim) : Kalau unsur-unsur penting dari PKB dalam hal pemasaran partai itu ada 3. Pertama itu platform partai, nah platform partai disini maksudnya ideologi. Jadi disini masyarakat pasti ingin tahu tentang ideologi dari PKB. Misalnya tentang bagaimana pandangan politik PKB, kan untuk partai baru hal ini sangat penting. Masyarakat perlu tahu apa saja yang diusung PKB terhadap pluralisme, masalah buruh dan hubungan industrial. Nah karena pada dasarnya PKB ajarannya tentang pluralisme jadi NU merupakan captive market. Tapi harus tetap dijelaskan mengenai pluralisme kepada para pengikut NU. Itu unsur pertama yang terpenting. Yang kedua itu adalah yang dirasakan masyarakat atau kinerja. Masyarakat disini kalau dalam konteks pemasaran partai disebut *buyer*. PKB ini kan didirikan untuk menjadi payung terutama bagi masyarakat kecil jadi harus berpihak kepada kepentingan rakyat. Hal yang harus dihindari partai adalah jangan 'OMDO'...omong doang karena dapat mengecewakan rakyat. Kalo rakyat sudah kecewa ya pasti nggak bakal milih lagi kan di pemilu selanjutnya. Baru yang ketiga itu figur atau tokoh. Nah ini merupakan bagian dari strategi marketing politik. Kalo di PKB salah satu faktanya adalah Gus Dur. Gus Dur ini kan magnet besar ya, jadi banyak masyarakat yang memilih Gus Dur namun tidak PKB. Kalo kita liat dulu waktu Pemilu 1999, itu kan Pemilu PKB yang paling ok walaupun pada waktu itu Gus Dur belum memimpin PKB. Gus Dur itu kan mulai memimpin PKB tahun 2001 sebagai Ketua Umum Dewan Syuro. Tapi setelah itu pada Pemilu 2004 perolehan suara pemilih PKB malah menjadi turun. Nah untuk grassroot itu banyak variabelnya. Tapi nggak semua seperti itu, ada juga contoh lain yang berbeda. Contoh ekstrimnya Golkar, Golkar bisa survive setelah kejadian tahun 1998 padahal nggak ada figur khusus atau utama itu di Golkar. Nah jadi disini kalau menurut saya ya....figur memang mewakili partai namun bukanlah yang utama. Beda mungkin ya dengan contoh lain kayak Demokrat. Demokrat itu kan perolehan suaranya meningkat drastis dari 6% menjadi 20an%. Ini kan sangat fantastis dan baru pertama kali terjadi di dunia dimana partai yang masih baru bisa memperoleh peningkatan suara lebih dari 300% dalam pemilu yang ke 2. Untuk contoh kasus seperti Demokrat ini selain karena faktor SBY, tapi juga kondisi perekonomian yang relatif stabil. Makanya disini seperti yang saya bilang tadi kalo yang dirasakan rakyat itu penting. Kalo buat rakyat sih yang penting ngga "REPOTNASTI", nggak terlalu penting Reformasi untuk masyarakat yang kalangan bawah terutama. Terus kemudian eee...contoh lainnya PKS. PKS itu kan termasuk konstan ya perolehan suaranya. PKS ini menawarkan sesuatu yang baru di masyarakat terutama dalam ideologinya bahwa ditengah sekularisasi ada Islamisasi.
- P : Kalau untuk di internal partai sendiri Pak, unsur mana yang paling penting dari ke 3 itu?
- N : Nah kalau untuk internal di partai yang paling penting itu ya Platform.
- P : Kalau dari kacamata masyarakat, menurut Bapak sendiri unsur mana yang paling penting Pak?
- N : Banyak faktor lain selain 3 yang diatas yang mempengaruhi perolehan suara suatu partai pada waktu Pemilu. Pada pemilu 2009 kemarin banyak partai yang menggunakan '*money politic*' pada saat pemilu. Disini rakyat desa akan memilih partai yang memberi uang 5000 atau 10000 karena pada tahun 2009 kemarin kondisi ekonomi kan sedang terpuruk. Untuk masyarakat sendiri penting memilih figur yang memiliki persamaan, misalnya agama. Contohnya pada masa orde baru kemarin banyak posisi-posisi penting seperti posisi menteri keuangan terus gubernur BI itu diduduki oleh figur yang non muslim sehingga waktu itu banyak rakyat yang 'teriak'. Dari situ maka muncullah ICMI. Kemudian ICMI menjadi

kuat dan dekat dengan Golkar pada masa Harmoko yang waktu itu jadi Ketua Golkar.

P : Untuk Pemilu 2014 nanti, kira-kira strategi apa yang dimiliki oleh PKB untuk meningkatkan perolehan suara Pak?

N : Ya...salah satu tugas dan target dari PKB untuk pemilu 2014 adalah membangun poin 1 dan 2. Disini PKB harus merawat *stake holder*-nya yaitu tokoh-tokoh kunci di masyarakat baik kiai dan non kiai yang kalau dalam bahasa strategi pemasaran adalah sales dari PKB. Merekalah yang membangun image PKB di masyarakat. Untuk memperoleh marketing atau sales yang berkualitas maka dibutuhkan kapasitas yang lebih dari para pengurus PKB dan anggota PKB yang menjadi anggota DPR. Ibaratnya DPP PKB adalah Sales Manager dan anggota DPR adalah tenaga pemasaran.

P : Seperti yang diketahui Pak bahwa figur Gus Dur ini kan sangat kuat di PKB. Menurut Bapak bagaimana figur Muhaimin Iskandar jika dibandingkan dengan Gus Dur?

N : Figur Muhaimin Iskandar nggak bisa dibandingkan dengan Gus Dur. Masalah faktor pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki Gus Dur lebih banyak mengingat usia juga lebih tua. Harus diakui bahwa Gus Dur merupakan figur yang tidak dapat tergantikan. Gus Dur jangan dipandang sebagai figur fisik saja namun yang paling penting adalah pandangan-pandangannya. Jadi sebenarnya 'Bukan Pandangan Gus Dur yang menginspirasi NU & PKB' akan tetapi 'Pandangan yang dimiliki NU & PKB yang menginspirasi Gus Dur'. Gus Dur itu sangat cerdas dan kapasitasnya lebih daripada orang pada umumnya. Memang bahwa dengan tidak adanya Gus Dur dalam PKB perolehan suara PKB di pemilu 2009 menjadi turun. Bahkan seminggu sebelum Pemilu 2009, Kompas mengeluarkan survey bahwa nantinya perolehan suara PKB hanya 1-2%. Namun ternyata perolehan suara PKB di pemilu 2009 mencapai 5%. Jadi sebenarnya dapat dikatakan bahwa apabila figur menjadi poros utama adalah tidak mungkin. Anda sudah baca Mabda Syiasi?

P : Belum Pak.

N : Nah anda perlu baca itu tentang Mabda Syiasi PKB. Dalam pembuatan tesis Anda perlu juga dimasukkan Mabda Syiasi. Mabda Syiasi itu dasar-dasar politik PKB, bisa dibilang 'Roh'-nya PKB. Kalau dasar-dasar NU itu namanya Qanun Asasi. Melanjutkan jawaban sebelumnya, determinan 1 dan 2 merupakan strategi pengembangan partai untuk meningkatkan perolehan suara. Untuk itu perlu dilakukan pendekatan yang berbeda bagi tiap-tiap elemen rakyat. Memang jadi suatu fakta bahwa pada Pemilu 2009, PKB tidak memperoleh kursi di DPR untuk daerah Jakarta Selatan. Selanjutnya mas perlu juga untuk wawancara deklarator PKB yaitu Gus Mus dan Mukhid Muzzadi. Bisa ditambahkan juga sejarah dan motivasi pendirian PK lalu teori-teori tentang Unsur Figur dalam Pemasaran.

P : Baik Pak. Terima kasih banyak atas waktunya.

5. Wawancara dengan Bapak Noval Abdi selaku Wakil Sekretaris DPW PKB Jawa Timur

- P (Peneliti) : Dengan Bapak siapa maaf?
- N (Noval Abdi) : Saya Noval Abdi wakil sekretaris DPW PKB Jawa Timur
- P : Iya Pak. Begini Pak, saya mau bertanya mengenai keadaan sekarang khususnya masa transisi ini dari Gus Dur ke Cak Imin kondisinya seperti apa Pak?
- N : Masa transisi memang peralihan dari Gus Dur ke Cak Imin aslinya toh awalnya tidak ada masalah. Toh kan pemilih kita kan tetap kebanyakan orang NU. Yang menjadi masalah terbesar adalah jadinya perpecahan dua kelompok itu yang masing-masing divisi sangat fanatisme terhadap masing-masing panutan yang dianut itu yang jadi persoalan sehingga jadilah dua kursi kepemimpinan itu. Kalau masalah pergantian bagi masyarakat Jawa Timur itu tidak begitu pengaruh sekali terhadap konstelasi politik terutama dalam hal eee...kepercayaan konstituen terhadap figur-figur di PKB, begitu. Yang jadi faktor utama adalah yang jadi perpecahannya itu lho yang jadi...sehingga...tapi perpecahan itu sudah perpecahan...eee...merembet kepada persoalan eee...kalau contoh kasus di Pemilu kemarin adalah pengembosan suara sampai di tingkat lokal itu yang jadi berpengaruh itu. Kalau soal pergantian alih pimpinan dari Gus Dur ke Cak Imin itu.....hasil pemilihan yang prioritasnya di bawah itu ngga pengaruh tapi yang pengaruh adalah faktor pengembosannya itu yang paling pengaruh sekali. Dan yang paling penting, figur-figur di PKB itu kan...oke Gus Dur sebagai figur sentral waktu itu memang diakui oleh kalangan PKB dan paling besar pengurus dan warga NU. Karena satu, diakui sebagai seorang ulama dan cucu salah satu pendiri NU yang ditradisi di NU itu adalah sebagai penghormatan gitu. Penghormatan sebagai salah satu pengurus organisasi yang dari NU itu dihormati. Tapi perlu diingat bahwa keunikan di PKB - NU itu tidak di seperti partai lain kalau ada tokoh besar itu semuanya ikut kan nggak. Tapi di NU itu yang saya rasakan di Jawa Timur itu masih ada satu breakdown lagi tokoh-tokoh tingkat lokal yang punya pengaruh terhadap pendiri-pendiri. Itu juga yang eee...harus dimengerti oleh pihak-pihak luar. Selama ini kan dianggap yang di pusat harus diterima oleh yang dibawah. Tapi juga itu karena tokoh-tokoh yang nggak sepakat juga nggak mau juga gitu. Nah ada sebagian kecil santri-santri daripada tokoh-tokoh lokal itulah yang akan ikut juga fatwa di tingkat lokal itu, kan gitu. Jadi ya....sebagian tidak semua kalau di misalnya PDIP, Mega ngomong A semua sampai bawah ngomong A kan gitu. Kalau di PKB kan misalnya Gus Dur ngomong A tapi kalau sebagian tokoh lokal itu tidak atau ngomong B ya ada juga yang ikut B kan gitu. Faktor pengembosan suara kan juga berpengaruh.
- P : Lantas kalau faktanya Pak waktu itu kan terjadi penurunan suara yang cukup signifikan untuk PKB. Kalau dari identifikasi-identifikasi Bapak selain pengembosan suara itu apakah ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi?
- N : Ya, satu memang setiap saya kampanye ke daerah-daerah itu memang yang dipersoalkan adalah seandainya konflik-konflik itu tidak bermunculan di media, konflik nggak selalu diselesaikan di tingkat internal tapi di tingkat media itu yang jadi persoalan sehingga orang-orang itu istilahnya dalam bahasa itu tuh...eee...alergilah...alergi itu kok konflik terus aja. Aslinya orang-orang di tingkat bawah itu tidak menginginkan bahwa konflik itu berkepanjangan. Siapapun yang jadi bagi mereka di bawah itu tidak masalah yang penting itu membawa kebesaran partai itu sendiri dan tidak eee...menunjukkan bahwa ini pecah, nggak. Itu aja kalau itu bisa yakin eee...perekatan emosional pendukung PKB maka penurunan suara PKB tidak begitu drastis. Hal ini saya lihat setiap kali kampanye dimana-mana itu dan saya....temen-temen legislatif saya ngomong begitu. Akhirnya faktor eee...perpecahan yang begitu....anu begitu dahsyat eee...dan faktor pengembosan itu. Kalau nggak terlalu muncul di media ya nggak begitu masalah, yang penting itu orang-orang itu tahu bahwa ini PKB mereka milih itu. Jadi faktanya

mereka...eee...terjun ke bawah itu lho yang jadi faktor penggembos itu. Satu, dijual ke partai lain merasa bahwa partainya ini eee...penggembosan macam-macam yang selama ini terjadi di PKB niy jadi....penggembosan masih sampai di tingkat lokal oleh pengurus yang...yang merasa berhak itu, kan gitu. Itu yang jadi faktor utama kemerosotan itu. Yang kedua adalah memang berdirinya partai baru itu PKNU. Walaupun ngga signifikan tapi paling tidak di tingkat lokal Jawa Timur itu pengaruhnya sekali karena menggerogoti hampir 40% sampai 50% suara-suara untuk PKB. Karena yaa...tokoh-tokoh lokal yang diambil itu mempengaruhi juga, kan gitu.

P : Berarti memang dari konteks pasar atau konstituen ini memang pindah ibaratnya ke tempat lain. Begitu Pak? Maksudnya dia lebih memilih ke partai lain atau memilih abstain atau justru tetap ke PKB kalau dari identifikasi DPW?

N : Satu memang ada yang pindah partai, itu yang paling banyak karena ajakan kepala tokoh-tokoh di tingkat lokal itu yang mempengaruhi. Yang kedua memang abstain, itu menempati rangking kedua setelah diajak pindah partai oleh tokoh-tokoh yang lain. Itu yang jadi pengaruh utama kan gitu dan yang kedua abstain itu. Karena setelah...kami setelah Pemilu, setelah melakukan uji investigasi lagi bahwa...faktornya itu. Karena bingung kok selama ini ada kebingungan kok pecah terus nggak selesai-selesai, itu yang jadi kendala utama dan tokoh-tokoh yang punya kepentingan masing-masing sendiri itu yang menjadi faktor utama mereka ngajak. Kalau nggak mau diancam, itu banyak terjadi. Jangankan untuk kita memenangkan, menata Pemilu, wong kita mau pasang gambar aja sudah dilepas, disobek. Besok kampanye, kita baru selesai ada surat sidang dari pengadilan. Itu yang membuat kita nggak ada persiapan sama sekali karena kita terlalu serius mengurus konflik itu. Kalau kita serius...kalau ada kesempatan waktu aja, saya kira nggak begitu...anu...drastisnya itu. Memang konflik dan eee...pecahnya partai baru dari PKB itulah yang faktor utama dari penyebabnya kemerosotan yang tajam itu.

P : Kalau dari pemasaran partai Pak, untuk Pemilu 2014 apa yang akan dilakukan PKB?

N : Eccc...dari hasil evaluasi yang tadi itu kita mencoba untuk eee...memberikan gambar-gambaran bahwa figur kita coba geser perlahan-lahan bahwa kita akan mencoba...partai kader dan partai basis pedesaan yang kita utamakan gitu. Karena apapun mau tidak mau diakui bahwa kaderisasi mutlak bagi partai kan gitu. Ini diakui bahwa dengan eee...hasil itu eee...kita mencoba itu ternyata hasilnya memuaskan terbukti di beberapa Pilkada kita mencoba itu kita berhasil menambah hasil dari yang kita targetkan karena semula diprediksi PKB di Jawa Timur tidak akan mendapat dukungan eksekutif. Kita dapat 8 dan semuanya kader kita. Dengan pola yang kita bangun...eee...awal kita mencoba itu pola kerja kita, pola penjualan program kita...bahwa kita beralih kepada basis-basis tokoh lokal di tingkat desa bukan lagi figur tingkat atas karena kita melihat pengaruh bahwa figur tingkat atas sudah terkontaminasi oleh partai-partai lain yang berkenaan dengan eee...money politic yang lebih besar macam-macam. Bahwa kita cegat di tingkat bawah itu yang selama ini nggak disentuh karena figur itu sekedar simbol aja tidak dilihat kerja. Tapi kita mencoba beralih bahwa ya figur tapi kerja riil. Minimal bahwa 1 lingkup desa itu ada tokoh yang bisa dikenal...ya tokoh-tokoh Kyai kampung. Itu yang kita manfaatkan saat ini dan tokoh-tokoh pemuda tingkat lokal. Baik itu kita buktikan di pemilihan tingkat bupati, itu sudah kita coba itu. Eeee...alhamdulillah itu hasilnya lumayan terdapat 8 eee...harusnya 9 karena kita dikalahkan di MK kan gitu. Kita bisa gitu.

P : Berarti memang sasaran pasarnya lebih ke bawah ya Pak?

N : Bawah iya, langsung konstituen murni sehingga pola yang...program yang kita jual khususnya ada dari DPR program-program itu, kita langsung ke sasaran di tingkat...tidak melalui masing-masing tingkat figur-figur yang lebih besar. Eeee...musholla ini siapa tokohnya, namanya kita hitung. Kita coba raih itu dan kita sekarang coba data mulai alamatnya, berapa anggotanya tiap tokoh musholla itu

yang kita kawal. Dan itu yang kita akan beri program khususnya yang berhubungan dengan pengembangan ekonomi khususnya sekarang ini karena kita tanpa pengembangan ekonomi itu. sekarang ya...cuma ditertawai orang kan gitu. Itu yang kita lakukan itu karena ada mamuu bahwa kalau kita selalu memberikan program pengawalan tiap hari tuh kalau tanpa sasaran, kita tuh kalah dengan yang terakhir uang 10 ribu menjelang hari H, kita kalah, pasti kalah. Nggak ada kampanye, mencoba pola-pola itu yang dari pola marketing yang awal yang kita evaluasi sampai yang terlebih efektif kita langsung menyapa ke tingkat grassroot langsung sebagai eee...bukan hanya menyapa tapi bagaimana program itu bisa memberdayakan mereka, itu yang kita lakukan di Jawa Timur ini. Dan itu ya kita melalui kayak DPR masing-masing kita di Jawa Timur itu eee...mempunyai sekitar DPR itu kurang lebih 360 seluruh Jawa Timur. Itu...itu kita manfaatkan untuk mengawal program-program riil di tingkat masyarakat yang dibutuhkan. Itu yang selama ini mencoba untuk itu dan kita optimis walaupun 5% kalau kita tidak ada konflik lagi ya, saya berani tetep lolos itu. Dengan begitu konfliknya macem-macam, kita masih bisa sampai dapet berapa itu?

P : 4,9 %.

N : 4,9%. Itu masih konflik menjelang Pemilu hari H itu lho. Kayak contoh Tulung Agung itu, baru...sidang baru selesai...keputusan baru selesai...aahh itu Tulung Agung baru selesai itu. Itu...itu...kita masih bisa mmm...apa...mengumpulkan suara-suara 4,9% itu. Itu contoh kasaran aja, kalau nggak ada konflik Insya Allah 5% bisa kita lalui itu, karena dengan konflik itu...itu berkah bagi partai-partai lain yang memanfaatkan konfliknya itu juga kan gitu. Terutama partai-partai baru kayak Gerindra, PKNU, Hanura. PKS aja itu di Jawa Timur ngomong sendiri ini adalah berkah dari konfliknya PKB yang berkepanjangan. Tapi bagi kami, ini sebagai petaka kan gitu. Konflik nggak membawa berkah kan gitu (hahahahaha sambil tertawa). Karena itu, sudah bosan konflik bermacam-macam dan sudah bosan ditambahi pengembosan yang dilakukan oleh lawan-lawan politik kita yang tidak sama dengan kita itu. Bagi kami, Gus Dur merupakan sosok panutan kita...siapa pun, itu mesti kita hargai kan gitu. Orang-orang yang mengaku atas nama Gus Dur saja, tapi kita tahu siapa orang-orang itu kan punya kepentingan.

P : Kalau umpamanya kita berbicara dalam konteks pemasaran partai Pak, nanti kita juga bicara konstituen itu kan layaknya pembeli Pak. Lantas posisi PKB dan kiat-kiat apa yang PKB lakukan khususnya kepada 'pembeli-pembeli' yang tadinya tuh berpihak kepada PKB namun sekarang lari atau mungkin jadi abstain gitu Pak. Apa yang PKB lakukan? Apakah PKB membuat suatu pasar baru dengan cara mempertimbangkan menarik para pembeli-pembeli yang sudah berpindah itu Pak?

N : Mmm...begini, kita sesuai dengan instruksi hasil DPP bahwa market kita arahkan kepada: satu...pemilih pemula...semula...pemilih pemula dan anak muda yang memang dulu dimulai hasil dari Semarang itu sudah kita lakukan. Jadi mencoba eee...untuk memilih pemula itu. Itu mencoba...sehingga kita itu...kita akan mulai membentuk kader-kader penggerak desa. Itu yang sudah kita lakukan di masing-masing daerah. Kita coba lagi dengan eee...melihat potensi-potensi kekayaan...potensi kekuatan dari masing-masing daerah kayak apa. Jadi polanya tidak sama, daerah A dengan daerah B polanya tidak sama. Daerah A misalnya daerah Tapal Kuda, faktor figur itu kan masih kental sekali yaa...eee...kita coba tidak tinggalkan figur itu tetapi kita mencoba antara figur dengan pola yang lain kita terapkan, kedua-duanya itu. Kalau di Pantura yaa...yaa kaderisasi yang kita galakkan karena figur nggak begitu mengikat gitu. Program dan kerja riil itu yang kita lakukan, dan lihat daerahnya masing-masing. Kalau di Jawa Timur 2 itu. Saya kira sama dengan daerah-daerah yang ada di propinsi lain...sama gitu...tidak semua program itu disamaratakan tapi kan melihat kondisi lokalnya kayak apa, sosiologisnya kayak apa, kultur masyarakatnya kayak apa itu yang kita lihat dulu. Ini sudah kita coba itu sesuai eee...awal ini 2012 ehh 2010 ini harus selesai penataan di tingkat struktur...harus selesai. Baru setelah itu ngomong tentang pola-pola garapan-garapan masing-masing kondisi lokal. Nah baru 2013, kita ngomong pure murni partai, partai tentang buruh eee...macam-macam...demokrasi...tidak lagi

ngomong tentang eee...baru 2013 nanti kita coba itu. Pure murni tentang fungsi partai itu kayak apa itu baru di mulai 2013 itu. Tapi sekarang itu ya bertahap itu mulai 2010 penataan eee...struktur sampai tingkat ranting desa itu, kemudian...satu...eee...2011 pemilihan-pemilihan potensi kedaerahan itu kayak apa, itu yang harus kita lihat.

P : Kalau ini Pak untuk strategi mengemas khususnya figur itu kan instrumen pelengkap partai yang tidak bisa dipisahkan. Untuk mengemasnya dari strategi pemasaran partai dari PKB sendiri ini bagaimana Pak ke depannya?

N : Ya kita coba optimalkan fungsi figur partai itu benar-benar berfungsi sebagai figur partai tidak hanya sekedar simbol aja. Ya figur partai ya kerja, langsung terjun ke masyarakatnya. Itu yang kita lakukan gitu. Karena masyarakat sekarang itu kan sudah ngerti, melek politik. Contoh Pilkada-pilkada yang daerahnya itu berbasis Kyai-kyai besar, kalau sudah ngomong tapi nggak turun ya tetep kalah, itu yang kita lakukan. Kayak di Kediri itu kurang besarnya apa Pondok Peloso. kalau nggak turun tetep kalah kan gitu. Itu sebagai pengalaman..banyak pengalaman dari daerah-daerah yang para Kyai-kyainya lebih besar tapi nggak terjun ya kalah. Makanya kita lagi fungsikan pada tempatnya bahwa figur kyai besar adalah figur benar-benar kerja untuk partai bukan sekedar simbol saja. Ya corong partai bahwa program ini punya kinerja ini, ya figur itu yang akan ngomongkan di masyarakat nanti melalui pengajian-pengajian itu, bukan sekedar simbol tapi harus kerja. Itu yang harus kita lakukan, kita dorong kesana bahwa kita fungsikan bahwa figur partai itu untuk kerja marketing partai kan gitu. Bukan sekedar simbol, papan nama aja kan. itu salah...itu yang selama ini terjadi tuh kita rubah itu kan gitu. Kalau Gus Dur sebagai simbol partai kan kerjakan dulu ke bawah, kalau nggak turun kan nggak mungkin Gus Dur sampai begitu dahsyat dipuja orang karena Gus Dur turun sendiri itu. Gus Dur itu tidak kenal waktu tidak kenal kesehatannya. Gus Dur itu keliling sendiri itu pagi-pagi...marketing partai itu kan gitu. Itu yang harus jadi contoh kan gitu. Bukan hanya sekedar simbol, hanya onkang-ongkang di rumah, ngomong ke A nyuruh A apa...nggak gitu tapi bagaimana figur partai itu benar-benar sebagai marketingnya partai. Itu yang harus kita dorong kesana. Kalau nggak gitu ya kita ketinggalan apalagi bias pemikiran orang-orang kan mulai berubah kan gitu. Dari mulai memang faktornya banyaklah mulai kesan geopolitik secara nasional itu, pengaruh tentang paham kan pengaruh juga gitu. Dan ini memang tidak dipungkiri bahwa...ada sebagian partai politik ini memang menginginkan PKB jangan aman terus harus tetep bergolak. Ada aja seperti itu kan tapi itu kan setting-setting biasa yang dilakukan oleh perpolitikan-perpolitikan tapi itu kan yang gitu-gitu harus kita tantang untuk menjawab bahwa harus kita laksanakan dengan riil karena sesuai dengan laporan cabang-cabangnya. Perubahan paradigma simbol Kyai dengan eee...simbol figur itu harus diubah pola kerjanya itu. Itu semua di cabang-cabang yang kemarin kita kumpulkan itu ngomong harus ubah pola marketingnya harus diubah, itu yang harus kita lakukan gitu. Nah bagaimana pola marketing yang kita tawarkan kepada penilaian itu ya kembali lagi pada soal kebutuhan lokalnya itu, mencoba penilaian lokalnya itu dulu yang kita bedah. Matraman, Pantura, itu ada Pendalungan, ada Madura..wilayah Madura kan beda-beda karakternya masyarakat disana, itu yang harus kita lakukan. Figur memang penting tapi bagaimana mempola figur itu sebagai...bisa eee...benar-benar fungsi sebagai marketing partai..itu figur itu yang benar. Kita nggak bisa memang kalau melepaskan figur nggak bisa. Karakter masyarakat Jawa itu memang simbol...istilahnya tokoh itu kan perlu kan gitu. Beda dengan partai-partai lainnya kalau di PAN itu kan itu masih figur sentral.... Amien Rais tidak bisa diganggu gugat tetep sebagai king maker-nya Amien Rais itu kan gitu. Kalau partai memang kader ya PKS itu kader karena...karena ideologi faham partainya itu yang membuat kadernya berjalan lancar kan gitu. PDI ya figur...Mega, Gerindra tetep Prabowo sebagai sentral kan gitu. Ya kita PKB ya....figurnya memanfaatkan Kyai-kyai kekuatan lokal itu nantinya yang lagi kita bangun, figur sentral ada sebagai panutan perpolitikan tapi figur di tingkat pemahaman...memahamkan keinginan politik tingkat atas sampai bawah itu kan butuh penerjemah. Ya itulah Kyai-kyai lokal itulah yang kita manfaatkan.

- P : Kalau ke depannya positioning partai sendiri ini digerakkan kemana Pak? Apakah sebagai memang mau mengejar posisi yang *leading party* atau justru arahnya kepada oposisi atau bagaimana Pak atau justru netral saja namun ada di Pemerintahan, begitu Pak?
- N : Saat ini eee...kemarin kita sempat membahas itu, fungsi PKB ini mau kemana sebagai oposisi atau sebagai *leading party*. Untuk sekarang memang kita tidak bisa sebagai partai oposisi karena faktor kekuatan kita kan nggak seimbang gitu. Sebesar apa eee...kalau posisi PKB dengan kondisi sekarang kalau oposisi ya nggak memungkinkan pasti hanya sekedar sebagai partai penyeimbang kan gitu. Ya apapun kehendak Cak Imin itu sebagai bentuk bahwa itulah kita sekarang itu. Kalau nggak gitu kita habis loh Mas. Di satu sisi diserang oleh diluar, disisi lain diserang dari dalam masih belum siap kan gitu. Konflik masih belum selesai 100% kan gitu, itu yang harus dilakukan PKB sebagai penyokong pemerintah. Tapi yang bersikap kritis dan konstruktif lah menyokongnya gitu. Kita sebagai eee...counter pemerintah yang konstruktif walaupun kita masih di dalamnya kan gitu. Sudah diomongkan di dalam forum di depan gubernur. Kalau salah kita kritisi kan gitu tapi tetep kita sebagai mitra pemerintah bukan oposisi murni kan gitu.
- P : Pertanyaan terakhir Pak. Kira-kira kendala apa yang akan dihadapi khususnya ke Pemilu 2014 nanti Pak khususnya kalau PKB sendiri dan mungkin ada kiat-kiat yang sudah disiapkan untuk menghadapi kendala-kendala tersebut?
- N : Satu, yang harus dihadapi...yang harus dilakukan memang mengeliminir konflik sampai maksimal 2010 terakhir ini selesai konflik itu. Itu yang harus...memang langkah utama yang harus dilakukan. Kalau tidak riak-riak itu pasti akan bermunculan, makanya kita mencoba tegas kepada orang-orang yang...kader kita yang bertindak diluar partai ya kita tindak tegas. Jadi kemarin kita sudah peringati. Sebagai upaya apa...untuk menghilangkan konflik itu seawal mungkin sebelum kita running di Pemilu 2014 nanti kan gitu. Yang kedua ya program riil itu bagi...eee...yang dibutuhkan masyarakat dimasing-masing daerah itu kayak apa riilnya dan sebagainya partai advokasi kan gitu. Otomatis dan kaderisasi itu yang kita planning kan ke depan itu. Tanpa itu kita akan kehilangan banyak calon-calon kader, calon-calon figur, itu yang kita takutkan. Ya program, penyelesaian struktur terus kaderisasi dan pengawalan konstituen dengan advokasinya itu, itu yang kita lakukan. Programnya apa ya macam-macam nanti terserah pola-pola yang sesuai bisa diterima. Kalo itu sudah kita lakukan ya...Insya Allah kita menyongsong 5% 2014 kita siap, agak ringanlah kan gitu. Walaupun...5% itu ya masih...seluruh partai memang sedikit-sedikit kecuali partai-partai besar yang lain gitu. Karena di Indonesia itu...ya namanya Indonesia itu tidak sama demokrasi diluar kan gitu. Bahwa penerapan demokrasi diluar itu sih ndak bisa disamakan murni di Indonesia itu. Satu ya karena faktor pendidikan kita nggak merata, faktor ekonomi kita juga nggak seimbang dengan negara-negara maju lainnya kan gitu. Faktor informasi juga nggak merata sampai desa kan gitu. Kalau ngomong di Amerika orang-orang contohnya kalau di Amerika bisa itu kan karena semua faktornya menunjang, kan kita faktornya nggak menunjang sama sekali. Sampai tingkat di desa tuh cuma pada tv, tv aja kan gitu aja komunikasinya kurang, internet nggak semuanya masuk kan gitu dan nggak semua orang bisa menggunakan kan gitu. Jadi penerapan demokrasi yang diterapkan secara teori di Barat dan disini nggak sama yang kita lakukan kan gitu karena satu kondisi yang sata sebutkan tadi itu kan gitu. Makanya yang terpenting.....kita memang eee....percaya sama hasil survey tapi nggak 100% bisa anu...karena bagi kami survey itu memang penting ya tapi survey itu kan kadang-kadang juga punya kepentingan politik sendiri. Survey itu sebagai modal penyemangat kita aja untuk lebih kerja baik tapi riilnya kan masyarakat kita itu kan masyarakat...PKB dan NU itu kan masyarakat yang...nggak mau ncko-neko soal gitu-gitu. Kebutuhan perutnya aja masih belum terpenuhi ya mending...ngomong yang lain suruh ngomong macam-macam kan gitu. Karena di Jawa Timur banyak survey tidak sesuai dengan hasilnya kan gitu. Pilkada kemaren itu....Jawa Timur kan banyak...Surabaya aja yang surveynya memenangkan itu tapi gimana hasilnya kalah kan gitu. Ya budaya Jawa Barat dan Jawa Timur itu kan berbeda jauh sama sekali mas. Kalau disana itu artis masih laku tapi di Jawa Timur nggak laku sama sekali

kan gitu. Dimana pun artis di Jawa Timur nggak pernah jadi itu kecuali yang dibantu oleh kekuatan lokal. Makanya kondisi daerah...antar daerah di Jawa Timur kan sama karena masing-masing daerah itu yang sudah saya sebutkan tadi itu punya raja-raja tersendiri ya kan gitu. Raja-raja tersendiri berpengaruh di tingkat bawah. Beda dengan kultur NU di Jawa Tengah, masih ada sektor...masih bisalah gitu...kan gitu. Bagi NU Jawa Barat yang masih emosional NU-nya masih kurang dengan di Jawa Tengah dan Jawa Timur. Makanya...maka pendekatan DPP kemarin bagaimana menerapkan fungsi partai itu sesuai masing-masing wilayah kelokalan. Kalau Jawa Timur itu pendekatannya ya...penegasan faham sebagai partai Al-Sunnah Wal Jamaah kalau di Jawa itu. Kalau di Jawa Tengah...kalau di tempat lain itu beda pendekatannya kan gitu yang dilakukan oleh DPP PKB kemarin. Itu kan yang digalakkan kita sekarang ini sampai yang tadi sudah dijelaskan.

P : Kalau yang tadi Pak, yang tadi pembeli atau konstituen yang pindah ke partai lain atau menjadi abstain itu sikapnya gimana Pak?

N : Ya kita coba kita rangkul kembali dengan pola-pola pendekatan...kekeluargaan. Kekeluargaan dalam rangka melalui pendekatan ideologis yang masih anu...kan gitu...yang masih...masih ideologis Al-Sunnah Wal Jamaah. Banyak...Jawa Timur itu kan pola faham ajaran NU yang kita jelaskan...yang kita terapkan lagi di masing-masing...pada orang-orang yang mengambang itu. Dan itu adalah tugas masing-masing pengurus di tingkat lokalnya masing-masing. Itu yang harus dilakukan itu.

P : Kalau lebih berat ke membuka pasar baru atau ke merangkul?

N : Sama, pasar baru kan pasti gitu. Tapi pasar baru...pasar baru....dalam arti pemuda itu yang kita lakukan. Kalau pasar yang masih mengambang itu kan ya...masih kita dekati tapi nggak begitu anu.....pemuda dan konstituen lama yang berserak-serak itu yang kita kumpulkan lagi kan gitu. Itu aja yang kita lakukan, insya Allah-lah kan gitu. Prosentase berapa persen itu insya Allah-lah paling tidak dari 12 kembali ke 2004 kan lumayan. (terdiam cukup lama). Tapi apapun keinginan untuk mengembalikan sampe berdirinya...pasti ada. Tapi itu kan tidak semudah membalikkan telapak tangan, tapi butuh kerja keras bagi pengurus dan kader. Karena Jawa Timur sebagai eeee.....sentral kekuatan PKB ya kita memang harus maksimal disini. 2004 itu kan Jawa Timur menyettor 5 juta suara sendiri ke PKB. (terdiam lama). Itu yang selama saya fahami dan yang dikatakan oleh orang-orang...mungkin nanti teman-teman bisa minta lagi informasi dari teman-teman yang lain.

P : Iya, baik Pak. Terima kasih banyak

6. Wawancara dengan Bapak Taufikurrahman Saleh selaku Deklarator PKB

- P (Peneliti) : Menurut Bapak, pengaruh figur sama keinginan orang untuk memilih suatu partai itu bagaimana Pak pengaruh?
- T (Taufikurrahman) : Ya...itu nggak bisa di...ya pada umumnya rakyat itu kan anu...tingkat kecerdasannya juga ada pengaruhnya. Tapi kalau rata-rata rakyat di Indonesia niy ya masih belum...bisa milih dengan pertimbangan, tingkat kecerdasannya nggak sama. Untuk memeta pengaruh itu tidak bisa digeneralisir tergantung konteksnya masing-masing wilayah, tingkat kematangannya, tingkat pendidikannya dan sebagainya. Nah rata-rata yang berpendidikan itu yang lebih rasional tapi kalo yang nggak ya asal coblos saja tergantung ketertarikan terbukti orang yang aktivis jadi kadiv disitu nggak ada bedanya kok. Malah kalah dengan yang hanya populis tok tapi bukan aktivis, yang baru-baru artis misalnya niy. (terdiam lama). Jadi tergantung konteks ya, tergantung juga kecemasan perilaku pemilihnya.
- P : Kalau dalam konteks PKB sendiri gimana Pak?
- T : PKB itu kan...apa...masih dipengaruhi oleh masyarakat yang tradisional. Ini juga masyarakat yang tradisional ini kan...apa...bukan hanya achievement tapi berdasarkan keturunan, kewarisan dan berbagai macam sehingga kharisma itu sangat besar dipengaruhi oleh Kyai sehingga besar kursinya PKB pemilihan dari padanya masih berkaitan dengan Kyai-kyai. Itu kalau PKB ya sehingga kita besar di PKB tuh sebenarnya bukan karena prestasi tetapi karena kita didukung oleh budaya kultur yang sudah mapan oleh NU itu, oleh tradisi sehingga PKB tuh...ini besar karena NU jadi lebih mudah karena seperti transisi. Nah cuma ternyata yang nggak dilihat partai-partai sekarang adalah tujuannya proses transaksional itu, maksudnya peran pemilih berubah juga jadi transaksi. Jadi untuk jaman sekarang ini siapa yang kepala transaksinya itu lah. Kalo nggak gitu berat.
- P : Dilihat kondisinya niy Pak, pas waktu Abdurrahman Wahid menjadi tokoh puncak partai kalau sekarang ini Pak Muhaimin Iskandar tuh keadaannya kira-kira gimana Pak kalau dari kacamata Bapak?
- T : Ya...karena nggak ada figur Gus Dur ya jadi kesalahannya sama sekali nggak ada figur bukan pada sistem. Golkar itu kan dasar konfliknya tapi dia lebih matang jadi bisa selesai, sistemnya seperti itu terlembaga. PKB itu belum terlembaga.
- P : Kalau ke depannya kira-kira bagaimana Pak?
- T : Akan habis niy kira-kira kalau nggak ada perubahan yang drastis di internal PKB sekarang karena masyarakat ini nggak semuanya cerdas kalau dipertontonkan...sekarang kan informasi demikian cepat, semua tahu mana yang betul mana yang ngga yaa. Nah ini yaa buat masyarakat PKB jadi bingung. Karena bingung ya lari kemana-mana dan pecah akhirnya. Ya ini ciri-ciri masyarakat yang miskin di PKB. Mudah dipecah, mudah dibeli bisa diajak kemana-mana.
- P : Kalau terkait dengan figur kan, basis PKB itu banyak yang di pesantren-pesantren. Bagaimana pemikiran Kyai-kyai sendiri terhadap kondisi sekarang ini?
- T : Ya makanya sekarang ini di kondisi yang sebetulnya, maksud saya bukan hanya PKB saja. Kalau yang diterima bangsa ini...kita ini berdemokrasi masih dalam keadaan miskin. Ini bahayanya, akibatnya apa? Akibatnya karakteristiknya lemah,, jual beli yang terjadi. Miskin dan masih bodoh ini sayangnya.
- P : Jadi dapat dikatakan saat ini sistem politiknya terkena imbas pasar, jadi pemilih keadaannya seperti apa?
- T : Jadi ya sekarang terjebak pada materialisme ini, pasar. Pasar kan tidak ada ideologi hanya...apalagi dunia politik. Politik itu kan topengan semua orangnya. Ngga ada

yang topeng orang politik. Makanya kalau ada seorang politisi ngomong saya paling benar, ya salah. Paling-paling andaikata ada 2 orang politisi bertengkar, ya siapa paling baik diantara yang buruk. Itu bukan yang paling benar karena masing-masing pada munafiknya itu. Penah saya mengklain saya yang paling benar, ndak pernah itu. Politisi kan pada bohongnya. Nah problemnya tingkat kebohongan itu kan beda, ada yang tebal ada yang tipis. Nah Indonesia ini banyak bohongnya, tebal ya akhirnya nggak jelas. Nah masalahnya pada hipokrit. Nah hipokrit ini ada 2 jenis eee...hipokrit yang...karena orang tanpa hipokrit nggak mungkin wong kita hidup kan pasti hipokrit semua...pura-pura. Tapi ada hipokrit yang berbahaya, ada yang tidak. Yang berbahaya itu hipokrit yang merugikan rakyat, pembunuhan, merampok hartanya rakyat tapi ngomongnya ngga ngerampok. Tapi hipokrit yang hanya sekedar untuk eksis, supaya dia bisa eksis dan mungkin selama mungkin dirinya pura-pura. Jadi sebenarnya jenis-jenis hipokrit yang perlu kita tolerir dan tidak itu aja. Nah cuma tebalnya hipokrit yang ada di negara kita, ya akibatnya kita ini kayak apa ya...kalau karakter itu kan ada 2 karakter. Karakter yang...diatasnya harus punya karakter yang baik, amanah, adil, toleransi, etos kerja yang kuat. Tapi yang dibawa karakter yang jelek: cemburuan, seneng kekerasan. Nah banyak yang karakter dibawah itu. Akibatnya apa? Akibatnya ya itu kalau kita sedang seperti ini ya miskin terus. Coba sampeyan kalau sering keluar negeri, mereka jelas itu. Nah ini masalah pendidikan, orang raportnya 9 tapi agamanya kelakuannya 4. Nah itu kalau ditanya 30 juz apa tapi cuma dicatat aja, korupsi tapi hanya masalah pemahamannya aja. Strategi pendidikannya masih kognitif, afektifnya ngga. Saya inget dari 3 aspek ya: kognitif, afektif...afektif itu kan kesadaran emosional dan spiritual, motorik...cara kerja yang cepat dan terampil. Jadi kita ini kalau dalam kehidupan predator politik, kita ini domba semata. Singapur kan serigala. Malaysia itu serigala. Makanya kita itu bisanya marah doang. Jadi kita tinggal berdoa saja agar lahir seorang pemimpin yang baik.

- P : Kembali lagi ke konteks PKB, kira-kira di Pemilu ke depan apa yang harus dilakukan PKB Pak?
- T : PKB harus merubah strateginya, yang ajeg. Lain orang perang otak, perang gagasan, kita perang saudara...civil war. Jadi makanya menurut saya harus ada gerakan secara signifikan dari PKB untuk tidak habis. Bagi saya kalau tetep gini PKB bakal habis. Kalau saya sebagai partai yang berkuasa, yang dominan, saya naikkan thresholdnya dengan alasan supaya ada penyediaan dana partai. Dan itu wajar bagi yang kuat, Golkar, PDI. Nah sekarang makanya tergantung masing-masing eee...PKB ini kalau nggak membenahi diri dia akan semakin terpuruk. Liat dari hasil survey di Jawa eee...LSI...liat perolehan PKB merosot. Golkar, Demokrat ini saya ngga terlalu tahu penelitiannya niy, feeling aja politik. Jadi politik ini butuh intuisi, intuisi ini ketajaman untuk mencium kepalsuan, mencium kebenaran, mencium yang paling pas, mencium kebijakan, mencium apa yang baik.
- P : Menurut Bapak selain perang saudara sendiri, faktor-faktor lain yang menyebabkan penurunan suara PKB yang sangat signifikan itu apa Pak?
- T : Ya...perang saudara dan sebetulnya hanya PKB saja eee...proses nasional yang besar-besaran masyarakat. Ya karena mayoritas partai yang tertinggal itu adalah PKB dan NU itu sendiri di negara kita ya mereka yang terkena. Ya makanya perlu figur. Ya memang kalau dalam teori sosial itu kan kita ini jadi aktor apa jadi agen? Aktor itu adalah orang yang larut pada sistem, nah fakta sosial kan itu tapi kalau agen ya...sistem itu kan bisa diciptakan oleh individu, pemimpin yang kuat. Justru yang nggak perlu tuh terlalu banyak orang yang merubah sesuatu. Cuma memang pemimpin itu kan bisa merusak dan sekaligus bisa membangun. Hitler bisa merusak Jerman tapi bisa membangun juga andaikata disitu. Jadi Indonesia tuh menurut saya mudah-mudahan diberi pemimpin yang kuat tapi baik. Taruhannya disana disamping mekanisme khusus yang kita lakukan, nggak boleh putus asa. Tapi ya itu...tinggal kita berdoa semoga dari proses rekrutmen yang kita sepakati bersama ini akan melahirkan seorang figur yang bisa merubah.

- P : Kalau untuk pemilihnya sendiri Pak, kan sekarang mau nggak mau realitanya sudah ke pasar...ke pemilih. Kalau untuk PKB mau tetap ketokohan sedangkan ketokohnya Gus Dur sudah nggak ada, sekarang kira-kira yang bisa menggantikan masih ada atau diarahkan ke model sistem lain?
- T : Ya anu...sekarang tanpa kepemimpinan kan keteladanan jadi selama ada tokoh-tokoh yang bisa lahir karena keteladanan pasti akan berpengaruh. Tapi kalo nggak...ya rakyat semakin cerdas kan. Pemimpinnya palsu nggak...eee...akhirnya rakyat nggak murut.
- P : Kalau di PKB sendiri apakah ada tokoh yang disiapkan untuk besarnya PKB sendiri atau sudah diserahkan kepada sistem?
- T : Saya nggak yakin. Saya kan orang dalam tahu. Makanya dalam konflik tuh saya ndak begitu minat karena saya tahu. Bukannya saya nggak percaya...belum matang gitu lho. Belum matang...orang ngomong-ngomong siapa tapi saya tahu belum matang, feeling saya...insting saya. Ya memang belum melembaga itu. Saya ini kan berpolitik mulai dari 22 tahun setengah ya di...PKB kan 1998, dulu di PPP saya. Saya sempat jadi anggota DPRD tingkat 2...2 periode di PPP eee...terus pindah ke PPP. Dari pengalaman saya itu memang dunia politik ya dunia keras banyak dunia panas jadi ya....(terdiam lama tidak melanjutkan)...
- P : Kembali ke konteks pemasaran politik ya Pak. Jadi PKB ini ke depannya akan menjual apa? Apa yang akan ditawarkan PKB ke konstituentnya?
- T : Sebetulnya tidak hanya PKB saja, yang ditawarkan adalah konsistensinya baru...ya keteladanan ya konsistensi, keseriusan bukan kebohongan. Sekarang rakyat nggak melihat statement seorang tokoh, apa yang di PKB janji-janji...itu bukan era itu sekarang. Sekarang kan bukan era pencitraan, citra terus masyarakat sudah bosan. Era substansi sekarang, nah ini yang kadang-kadang kita ini apa ya...bedanya dengan Cina. Cina itu gradual tapi kebijakannya radikal, kita itu gradual terus tapi cuma kata-katanya radikal kalau mereka betul-betul radikal, kelihatan. Makanya mereka cepat itu sekarang itu 2,5 triliun cadangan devisanya. Saya ngomongnya jadi ngalor ngidul (sambil tertawa). Jadi PKB...figur yang matang yang bisa cuma kalau ngga ada yaa...harapan saya ada, cuma feeling saya. Karena dari konflik itu kan ada kepentingannya...makanya dalam konflik itu saya nggak ikutan punya sikap sendiri nggak mau ikut dua-duanya. Bukan berarti nggak punya pendirian, ndak. Saya ini kalau sudah bersikap tidak akan berubah itu aja. Nah cuma kadang-kadang eee...kemarin pembela Gus Dur lari semua (sambil tertawa).
- P : Oh begitu ya Pak.
- T : Coba sampeyan tanya-tanya yang di lingkarannya Gus Dur lari ke Muhaimin. Jadi disitu power is strong, butuh kebenaran politik itu. Jadi siapa yang kuat yaa...jadi betul kata Cak Nur itu. Cak Nur begitu mau jadi Presiden fisikne ora ono, wis reyot (sambil tertawa). Nah makanya yang penting kalau saya itu, kita bolehlah pragmatis, jangan sekedar pragmatis tok tanpa ideologis. Akhirnya kita menjadi preman, betul...karena ndak ada visi.
- P : Konsepsional aja jadinya ya Pak?
- T : Iya. Kita nih kadang-kadang...apa yaa...merespon globalisasi tuh atau neoliberal eee... merangkul total amblas, menolak total chaos. Rusia khawatir komunis...Indonesia termasuk merangkul total. Nah negara yang sukses hadala negara yang adaptasi terhadap kepentingan domestiknya. Cina, Korea, Jepang...malah di Cina tuh strateginya pake strategi bambu: berdiri tegak, lentur seperti angin...mengikuti arah angin jadi kapitalisme diperalat digabungkan ideologi di pemerintahan. Kalau disini pernah denger ekonomi politik ya...jadi mereka mencetak baron-baron di seluruh wilayah, dikayakan dulu. Kalau kita kan ndak jelas, orang kaya dimusuhi. Padahal strategi di negara-negara yang sering konflik, orang kaya nggak boleh dibunuh, orang kaya boleh dihukum tapi dibunuh

jangan karena dia bisa mendatangkan kemakmuran. Nah makanya semangatnya negara yang sudah maju adalah kebersamaan, kemitraan bukan semangat permusuhan seperti di Indonesia ini. Makanya butuh pemimpin yang kuat dan ahli strategi.

P : Dari pengalaman Bapak, dulu dan sekarang itu kepatuhan santri ke Kyai itu masih sekuat dulu atau sekarang sudah santri itu bebas memilih atau menentukan pilihan sendiri?

T : Ya seperti yang saya katakan, ketika konsistensinya...keteladanannya itu kalau itu yang masih menonjol kuat...masih kuat. Tapi kalau palsu, ya santri juga tau Kyai yang palsu. Jadi rakyat semakin cerdas karena terpengaruh teknologi yang makin maju ini di era reformasi. Perubahan-perubahan itu terjadi terus eee...ini yang harus kita alami, kalo ada teorinya ekonomi politiknya itu eee Tucker theory ini regulator selalu ditawan oleh yang diregulasi. Korea bisa maju cepat karena fokus pada 2 hal: ekonomi dan pendidikan. Nah kita terlalu berpolitik ngga dikerjain, ya toh. Dulu DPRD dibeli sama bupati, sekarang rakyatnya yang dibeli. Masyarakat itu kan produknya politisi, kalau dulu hanya elite sekarang lengkap. Jadi tidak hanya sekedar sogok menyogok tapi juga terjadi transaksi jual beli. Nah disini memang berat.

P : Kalau menurut Bapak kira-kira Cak Imin kelihatannya mau membawa partai ini ke arah mana? Apakah mau tetap berbasis ke NU atau seperti partai-partai lain yang bersistem seperti Golkar misalnya?

T : Kalau saya lihat ya pragmatis saja. Ya kalau serius ya berhadapan dengan sistem sebenarnya. Jadi eee...berat karena sudah terjadi oligarki, kenyataannya itu. Makanya nanti kalau sampeyan wawancara itu harus melihat...harus pake strategi. Mungkin karena saya lebih tua, saya lebih berani menjawab. Tapi kalau sampeyan menemui ketua-ketua partai yang lain pasti normatif semua jawabannya. Makanya harus ada tekniknya sendiri kan supaya validitas datanya lebih. Saya yakin kalau sampeyan nanya ke orang-orang partai yang sekarang dengan Pak Muhaemin ngga ada yang berani ngomong.

P : Memang harus digeser ya Pak sudah nggak ketokohan lagi menjadi sistem partai?

T : Salah satu terjadinya krisis global karena terlambat merubah regulasi yang baik. Itu tetap harus diubah walaupun baik. Kebijakan, strategi itu harus terus diubah karena tantangan, problem itu selalu berkembang. Makanya kelebihan kapitalisme itu karena kapitalisme bisa menghancurkan sistemnya untuk mencari sesuatu yang baru. Sistemnya diperbarui terus makanya kapitalisme tidak akan pernah mati

P : Kalau untuk Kyai ikut masuk ke ranah politik, apakah memang salah satu cara untuk mendapatkan suara atau itu pragmatisnya Kyai?

T : Rata-rata ya pragmatis

P : Jadi rata-rata santrinya sudah nggak ikut pilihan Kyainya lagi ya Pak?

T : Sekarang..melihat NU sekarang mirip seperti PKS tahun 1971. PKS itu mirip seperti NU pada tahun 1971. Saya kan tahu masih mengenali itu. Dulu tuh berjuang ya berjuang betul. Sekarang mana? Dulu tahun 1971 Kepura-puraan partai makin ketahuan ya bisa jadi turun kan, berat. PKS sekarang sudah mulai untuk memasukkan agama lain. Bisa baca situasi dia.

P : Kalau menurut Bapak penyederhanaan partai harus dilakukan secara ideologi atau kerangka pragmatis?

T : Harus..harus dipaksa. Ya secara ideologi, secara pragmatis dimana sistemnya diubah menjadi sistem yang efisien supaya ada perubahan-perubahan yang cepat dan pragmatis ya betul-betul menjadi kenyataan. Kalau nggak...ini masih banyak partai.

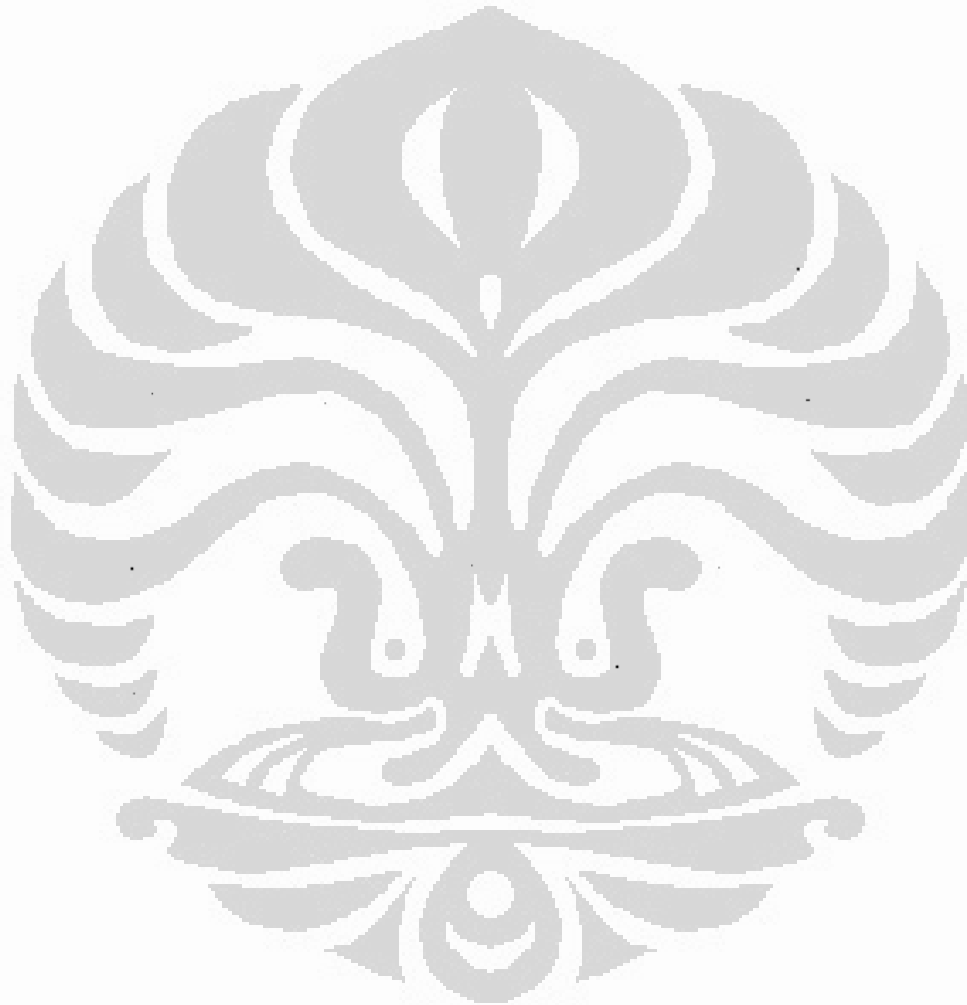
Kalau kita bikin treshold selalu dalam rangka penyederhanaan. Kita nih kadang-kadang masih terlalu banyak bersiasatnya.

- P : Kalau dikotomi partai agama atau nasionalis kira-kira ke depannya masih laku nggak?
- T : Tidak begitu laku
- P : Lebih konkrit ke program kerja?
- T : Siapa yang paling konsisten itu aja. Cuma memang ccc...rakyat tuh ndak punya pilihan nanti. Jadi andaikata ada partai Golkar, PDIP itu menang bukan karena prestasinya tapi karena ndak ada pilihan lagi. Podo elcke partainya yaudah ini aja, kan gitu. Bukan karna prestasinya. PDI waktu jamannya Mega menang bukan karna prestasi tapi karna kasihan rakyat dizalimi, itu aja. Bukan karna strategi ndak. Cuma Demokrat gini...ini fenomena yang menarik ya penuh kejutan bisa menjadi partai besar. Nah cuma sekarang apakah itu betul murni dicapai ataukah pake manipulasi. (sambil tertawa) Kalau PKB di fenomena terakhir ini ya tingkatkan apa adanya aja. Saya kan sering mendapat laporan anak-anak di DPP, DPW kalau lapor tuh tokohnya nggak menarik. Jadi clash dengan cabang itu hanya berpura-pura munafik semua itu.
- P : Itu kondisi secara general yang terjadi di internal tuh memang seperti yang Bapak ceritakan?
- T : Terjadi demoralisasi. Saya katakan ini supaya betul-betul tau dan sadar
- P : Kalau internal sendiri ada yang bener-bener ada yang ditokohkan tidak Pak? Atau semuanya hanya transaksional saja?
- T : Kalau kita nuduh orang transaksional ya nggak bagus juga
- P : Kalau dari orangnya Gus Dur apakah masih punya power sama kuatnya dengan...?
- T : Ya sekarang ada gejala di kalangan orang NU sudah nggak terlalu terpengaruh dengan Gas Gus itu. Masyarakat semakin rasional, semakin pragmatis. Nek aku yo walaupun ndak Gus ya bisa diturut. Sekarang liat Gus-gus yang lain itu. Kalau Gus-nya apik yo bagus, tapi kalau Gus-nya palsu kan. Kemaren kan tau semua rakyat. Gus-nya palsu ya akhirnya nggak nurut. Akhirnya ya kok ini Kyai-nya malah main dewe. (sambil tertawa). Itu terjadi.
- P : Kemarin itu suaranya turun sampai 5% itu larinya kemana Pak?
- T : Ya tersebar.
- P : Maksudnya lebih banyak ke partai lain atau abstain?
- T : Ya jadi memang ada kesadaran walaupun masih belum tersolid bahwa DPR yang baru bebaskan saja. Tapi ada tetep harus ada alat PKB-nya, itu perlu perlu diperjuangkan. Alat perjuangannya bisa beragam cuma prakteknya kan ndak. Untuk NU-nya kan PKB eman, sayang dengan kebijakan NU. Tapi kalau saya analisis mengapa PKB begitu? Kalau saya jangan salahkan PKB-nya, itu NU juga. Karna PKB ini adalah cerminan NU juga ada yang tidak beres. Memang ada sikut-sikutan dari atas ke bawah (lalu tertawa). Secara strategis saya bukan hanya kasihan ke PKB tapi juga ke NU.
- P : Kalau suara PKB sendiri ke depannya kira-kira gimana Pak?
- T : Kalau suara abis pecah menurun itu jadi suara PKB menurun lebih karena ulahnya sendiri yang salah strategi yang dilakukan oleh pimpinan PKB sendiri. Ini karna dia naro-naro orang. Karna yang dari kubu Gus Dur nggak dirangkul. Muhaemin kayak

gitu. Yang Pro Gus Dur itu bukan hanya digeser namun dikalahkan sehingga PKB pecah.

P : Apakah ini terjadi secara nasional?

T : Iya itu yang terjadi. Pas Muhaimin menang dia langsung, "Ini orang saya.". Harusnya PKB itu mendekati orang-orang yang berpaham sama yaitu paham Nadiyah terutama ke masyarakat grassroot. Itu karna mendukung ke kepentingan individu sampai harus merusak sistem dan strategi partai.



7. Wawancara dengan Bapak Mas'ud Adnan selaku Wakil Ketua Dewan Tanfidz DPW PKB Jawa Timur

- MA (Mas'ud Adnan) : Kalau soal figur ya jelas ada pengaruhnya lah ya karena Gus Dur itu kan orang besar. Gus Dur itu yang melahirkan PKB dengan deklarator bersama 5 Kyai itu kan. Eee...beliau juga eee...sebelum menjadikan PKB memang sudah terkenal sebagai tokoh nasional bahkan internasional. Jadi memang Gus Dur jadi ikon PKB tapi partai politik yang modern itu kan tidak selalu berorientasi pada figur. Eee...masyarakat semakin rasional sehingga eee...lebih melihat program. Kita lihat juga SBY misalnya walaupun menjadi ikon Demokrat eee...tapi kan partainya lebih banyak bergerak pada pencitraan kan. Jadi kalau soal figur memang menjadi salah satu marketing partai dalam tanda kutip. Tapi secara keseluruhan saya pikir bukan satu-satunya ee...figur itu karena orang melihat terutama masyarakat modern tentu juga melihat eee...program dan kredibilitas. Kredibilitas ini biasanya terkait dengan konsistensi, konsistensi partai itu sendiri terutama dalam menyelesaikan persoalan-persoalan. Nah PKB ini memang terkendala konflik sehingga kadang kurang cepat eee...apa eee...menyelesaikan persoalan. Nah ini kan menjadi stigma juga kan eee...bagi publik, karena itu ke depan begitu PKB suda mulai kondusif kita akan terus melakukan upaya-upaya eee...recovery-lah recovery terutama pencitraan, otomatis ini terkait dengan marketing politik ya itu saja.
- P (Peneliti) : Untuk ke 2014 Pak, marketing partai PKB kalau umpamanya dari kacamata Bapak sebagai internal partai, itu apa saja yang perlu dilakukan Pak?
- MA : Eee...seperti saya bilang tadi, ini kan masih ada jeda waktu sekitar 4 tahun. Ini pertama memang yang dibangun eee...berorientasi pada recovery, pencitraan eee...karena didera konflik ini kan orang mulai apa ya eee...melihat secara negatif gitu ya. Terkesan seolah-olah PKB tidak bisa menyelesaikan persoalannya sendiri. Tapi dibalik itu eee...opini bisa dibalik eee...terkait dengan marketing itu betapa beratnya konflik ini terjadi tapi masih bisa diselesaikan dengan baik. Nah terkait dengan eee...kedua, poin kedua bahwa kita menghadapi konflik yang besar tapi eee...PKB masih bisa menyelesaikan konflik dengan baik, ini menjadi semacam eee...apa ya...kayak Kawah Candra Dimuka kalau dalam ilmu perwayangan, itu menjadi semacam eee...tempat penempatan kader. Jadi kader kita di PKB ini kan masih muda-muda yang sekarang ini kan eee...tapi sudah dihadapkan problem yang luar biasa besar tapi ternyata bisa keluar dari krisis politik yang apa...cukup membelenggu bahkan sampai ke pengadilan itu. Nah ini berarti kader-kader PKB bisa menyelesaikan persoalan internal dengan baik. Itu yang pertama, yang kedua jangan lupa kalau kita mengacu pada teori Goffman ya Dramaturgi Politic, Ervin Goffman itu kan ada front stage dan back stage. Nah Gus Dur itu saya amati eee...itu selalu berorientasi ke sana. Jadi, karena beliau itu diyakini sebagai Wali Allah dan Wali Allah itu sering memangkas sendiri citra positifnya dengan alasan agar tidak menjadi kultus individu dan sebagainya. Nah dalam kaitan dengan Dramaturgi Politic itu saya menemukan kebenarannya. Gus Dur mencetak kader itu tidak melalui jalan tol mulus-mulus tapi seolah dihadapkan pada persoalan ditumbakin generasi-generasi itu. Saya nggak tahu disengaja atau tidak ya oleh Gus Dur tapi saya lihat kader-kader PKB, NU tuh seolah-olah dihadapkan pada persoalan sehingga mereka tumbuh dengan sendirinya. Jadi Gus Dur eee...di balik panggung kalau eee...tulisan saya tentang Gus Dur - Cak Imin apakah sandiwara politik. Itu menjelaskan bahwa apa...eee...Gus Dur ini dibalik panggung sering ketawa-ketawa karena dalam tradisi Gus Dur itu ya eee...di keluarga seringkali rapat keluarga Gus Sholah, Ni Lili dan Dokter Umar itu udah biasa eee...beda pendapat gebrak-gebrak meja habis itu Gus Dur pergi. Kalau dalam rapat atau dalam meeting ini kan disebut walk out kan. Itu rapat keluarga, besoknya Gus Dur ngirim Dokter Umar untuk minta maaf kepada keluarga-keluarga. Nah jadi ketika persoalan-persoalan mendasar Gus Dur bisa berhadapan...artinya di panggung bisa main seperti itu tapi di balik itu ya beliau itu minta maaf, beliau ketawa-ketawa itu kan. Nah saya curiga, nah ini yang menjadi dasar tulisan-tulisan saya di Jawa Pos itu,

eee...saya curiga jangan-jangan Gus Dur ini memang berperan seperti itu entah disengaja atau tidak ya. Namanya pengkaderan itu kan tidak selalu...oohh nanti saya akan mengkader seperti ini karena ketika Gus Dur masih muda, awal-awal mendirikan PKB itu eee...sangat sulit ditangkap substansi pemikiran yang sebenarnya. Salah satu contoh, waktu itu Gus Dur sebagai sosok yang diterima semua golongan karena itu nara kader-kadernya dimana-mana tidak hanya di PKB tapi di beberapa tempat. Tapi kan orang NU terutama kan orangnya mintanya itu yaa...yaa...apa yaa...hitam putih. Kalau kader NU seolah-olah tidak boleh di PDIP, tidak boleh di Golkar kan gitu kan. Sedangkan Gus Dur untuk membangun Indonesia itu dalam cita-cita politiknya dalam tanda kutip bahwa Gus Dur itu inginnya nara semua kader termasuk di tentara, macam-macam. Nah baru nanti ketika sudah kondusif eee...Gus Dur tampil ini rata jalannya. Tapi kan orang NU terutama Kyai-kyai yang tradisional itu kan nggak bisa memahami sifat substansi pemikiran Gus Dur seperti itu. Artinya, kritik sana kritik sini. Nah Gus Dur nggak mungkin kan menjelaskan secara verbal di depan publik soal-soal itu karena itu bagian dari strategi. Jadi kembali lagi, saya sampai saat ini meyakini eee...Dramaturgi Politic ini terjadi, teori-teorinya Goffman itu terjadi pada Gus Dur. Itu yang pertama, yang kedua saya kebetulan ini mungkin dalam hitungan hari buku saya akan terbit, judulnya Sunan Gus Dur berpolitik Ala Nabi Qutub. Itu kumpulan tulisan saya di beberapa media, itu juga menceritakan bagaimana seorang Gus Dur dalam kancah politik ini membangun...apa...membangun pondasi politik, pluralisme, demokrasi dan sebagainya, jaringan kekerabatan di Kyai-kyai gitu. Nah disitu substansi persoalannya seperti yang saya kemukakan tadi bahwa Gus Dur itu seorang arsitek Indonesia tapi tidak ingin menunjukkan bahwa inilah karya saya karena terkait dengan strategi itu kan. Nah dalam konteks ini dalam terkait marketing politik, ini memang susah ditelusuri karena apa, karena Gus Dur sendiri nggak mau. Gus Dur itu ketika menginjak pijak popularitas sering kan membikin ulah sehingga timbul persepsi negatif, mengkritik dan sebagainya, jtu selalu. Jadi Gus Dur bukanlah tokoh linear seperti orang pada umumnya tapi selalu...apa yaa...ketika sudah mencapai puncak seolah-olah beliau mengundang kritik orang dengan perilaku-perilaku anehnya. Itu kalau dunia eee...perwalian dunia wali itu dalam kitab-kitab suci misalnya itu gampang ditelusuri. Kenapa gitu? Itu sengaja diciptakan seperti itu agar orang tidak mengkultuskan itu. Tapi karena warga NU itu secara kultural sangat tradisional, itu terjadi tetep terjadi pengkultusan luar biasa. Itu scandainya nggak dibendung dengan cara-cara seperti itu Gus Dur bisa melebihi nabi dalam persepsi masyarakat NU. Untungnya Gus Dur lebih arif sehingga beliau berperilaku kontroversial sehingga orang itu begitu fanatik langsung itu...apa yaa...dicairkan dengan persoalan-persoalan kontroversial.

P : Kalau umpamanya ini Pak, hubungan PKB yang saat ini khususnya dalam masa transisi ini dengan konstituennya itu seperti apa Pak? Jadi bagaimana konstituen menyikapi perubahan yang terjadi di PKB dalam konteks ini Pak?

MA : Oke, jadi eee...masa PKB itu konkret karena punya akar kultural yang jelas beda dengan eee...partai-partai lain yang hanya...apa yaa...nah ini agak...akhirnya apa yaa...tujuannya agak tradisional tuh mas. Dengan kultur yang tradisional kuat itu PKB kan punya hubungan emosi karena itu kan...sejelek apapun PKB eee...mereka mengistilahkan tego lorone ora tego matine artinya apa, tega sakitnya tapi tidak tega kalau PKB mati gitu lho. Itu falsafah Jawa dan itu terjadi pada NU, semua Kyai, semua...sebetulnya ngeman sama PKB. Tapi konflik yang mendera itu memang karena terkait konflik itu juga terkait kepentingan-kepentingan kan, nah itu yang menyebabkan kadang-kadang eee...mereka tidak mau bergabung. Nah konstituen tidak sejauh...tidak sejauh kelompok-kelompok kepentingan ini, jadi konstituen itu dengan akar kultural yang sama mereka tetep berafiliasi ke PKB. Cuman arus...arus *money politic* yang luar biasa sekarang, yang mengubah eee...apa...watak politik kita menjadi sekuler sekali seperti sekarang memang menjadi tantangan bagi PKB eee...bagaimana eee...membangun politik terutama relasinya dengan konstituen. Tapi PKB sudah punya dasar yaitu akar kultural yang sama. Sekarang ini kan PKB satu-satunya partai yang masih punya eee...apa yaa...eee...kecenderungan...punya kecenderungan untuk memperjuangkan kepentingan politik ahli sunnah waljamaah

atau NU. Itu yang murni tuh hanya PKB nggak ada yang lain, yang lain itu kan segmentasi semua. Jadi eee...taruhlah Demokrat semua diwadahi ya, Golkar semua diwadahi, NU diwadahi, yang lain diwadahi. Kalau PKB kan sudah mutlak eee...memperjuangkan eee...apa...aspirasi-aspirasi politik eee...Ahul sunnah waljamaah karena memang platform disitu kalau anda baca di Mabda Siasi apa pedoman dasar itu di AD/ART eee...apa...waktu berdirinya itu...itu juga begitu. Jadi eee...memang apa yaa...tujuan utama pendirian PKB itu adalah memperjuangkan politik ahli sunnah waljamaah, aspirasi warga NU dengan ya itu...eee...adil dan sebagainya dan seterusnya. Kebetulan tesis saya di Unair dulu itu kan eee...konflik PKB dan personalisasi institusi. Itu saya kaji perjalanan Gus Dur selama jadi Ketua Dewan Syuro, jadi itu mas.

P : Kalau umpamanya sekarang Pak, posisi figur dalam PKB yang saat ini seperti apa Pak? Apakah dia menjadi sebatas simbol saja ataukah eee...figur ini juga diberdayakan dalam rumusan marketing partai Pak?

MA : Eeee...dalam bahasa Arab eee...dalam syair Arab eee...atau anulah ya...pepatah Arab dikatakan yang artinya begini eee...tiap masa tiap waktu ada orangnya, tiap orang atau tiap tokoh ada masanya jadi patah tumbuh hilang berganti. Wafatnya Gus Dur memang bagian dari kehilangan bagi PKB tapi tentu saja ini kan akan tumbuh tokoh-tokoh baru. Nah terkait apakah nanti kita akan manage marketing pemasaran partai ini dengan figur itu tergantung eee...menjelang 2014 nanti. Kalau Gus Dur sebagai...sebagai deklarator juga sebagai simbol partai tentu selalu menjadi...apa...jadi simbol kita dalam kampanye dalam tiap hal tentu karena memang beliau yang paling berjasa di PKB itu. Tapi kita tidak menutup untuk memunculkan tokoh baru karena beliau sudah wafat kan. Kita akui bahwa sekarang tidak ada eee...tokoh sekaliber Gus Dur sehingga kita tidak bisa eee...mencantolkan pemasaran politik PKB ini kepada figur tertentu. Tapi eee...kita menyadari bahwa saya bilang tadi tiap masa ada orangnya gitu lho. Nah kita akan melihat dalam perjalanan nanti, ini kan kita baru selesai kan...baru keluar dari konflik, baru keluar dari krisis kita ke depan, baru akan...akan membangun. Tetapi yang pasti eee...yang menjadi pertanyaan mendasar apakah eee...PKB ini akan melakukan repositioning yaa...dari segi marketing ya akan melakukan repositioning ataukah seperti sekarang ini sebagai partai tradisional? Nah ini menjadi wacana yang secara internal kita eee...intensif apakah tetap sebagai partai aliran seperti selama ini atau kita nanti akan membuka kran yang lebih luas menjadi partai yang taruhlah yaa...partai modern yang kayak partai-partai lain. Tapi problemnya kan lalu terkait misi, kemungkinan besar kalau di Jawa Timur, Ketua Umum Pak Muhaimin Iskandar sudah mendeklarasikan sebagai partai ahli sunnah aljamaah. Itu artinya Jawa Timur yang merupakan market utama PKB itu platformnya sudah jelas...artinya menjadi partainya warga NU. Paling nggak partai yang akan memfasilitasi atau mewadahi aspirasi-aspirasi warga NU. Nah secara nasional ini memang kita sedang mencari format yang pas karena energi kita sudah terbuang akibat konflik bahwa suatu saat kita ee...menemukan figur yang pas untuk...untuk apa yaa...dijadikan bagian dari market eee...atau paling nggak kayak semacam cantolan marketing kita itu soal nanti lah. Tapi saya sendiri...saya dalam tesis saya itu saya bilang bahwa ke depan partai tidak bisa hanya disandarkan pada figur tertentu. Kita ya...off the record ya sekedar gambaran saja. Megawati itu kan menjadi figur utama di PDIP. Megawati itu stabil, stabil dalam arti partainya tidak konflik yang signifikan. Tapi kan tetap eee...rating Mega ini kan terus menurun, nggak mungkin. Gus Dur juga begitu, ketika eee...awal PKB berdiri PKB kan dapat 12% ya. Eee...periode berikutnya walaupun masih ada Gus Dur kan sudah mulai turun, apalagi Gus Dur turun dari Presiden. Itu artinya apa? Pepatah Arab itu benar bahwa setiap masa ada orangnya, setiap orang ada masanya. Keterbatasan waktu atau keterbatasan masa pada seorang tokoh seperti itu. SBY eee... 2 periode saya kira sudah, kalau SBY pun pada 2 periode ini akan harum tapi sebaliknya kalau beliau sampe 3 periode ya sudah mulai turun rating dan sebagainya akan turun, itu mutlak itu. Jadi memang yang idealnya itu 2 periode apapun, nggak ada ceritanya kecuali manusia-manusia super seperti Nabi Muhammad karena memang langsung dijaga sama yang di Atas. Kalau manusia-manusia yang...kita kan manusia pas-pasan. Itu, saya kira cukup.

P

: Waktu itu kan ada fakta Pak, penurunan pendapatan suara sesuai dari Pemilu 2004 ke Pemilu 2009 kan cukup signifikan Pak. Fakta yang dialami PKB seperti itu. Menurut Bapak, apakah ini pengaruh utamanya dari Figur dan apabila...saya mohon ini ya Pak...kira-kira kemana pasar yang tadinya dalam tanda kutip ya Pak, membeli jasa daripada PKB ini apakah mereka menjadi abstain atau justru lari ke partai lain atau mungkin tetap di PKB?

MA

: Ya jadi gini. Partai eee...figur itu kebetulan figur Gus Dur itu kan tokoh kharismatik. Nah kharisma itu kalau menurut siapa ini...sosiolog dari Jerman itu ada...aduh siapa itu yang sering kita kutip? Yang membagi figur kharismatik menjadi 3 itu lho. Kharisma...terus apa... (terdiam lama sambil berusaha mengingat-ingat nama tokoh tersebut). Ya saya kutip itu, ya okelah. Intinya begini eee...Gus Dur itu kan tokoh kharismatik dan dalam perspektif Webber...dalam perspektif Webber, itu kan kharisma itu ketika...kharisma itu harus dijaga. Ketika terjadi penyelewengan kharisma maka yang terjadi adalah eee...penurunan...penurunan kharisma artinya kharisma itu akan tereduksi dengan sendirinya, itu Webber seperti itu. Nah Gus Dur ini ketika beliau masih jaya-jayanya sebagai Presiden banyak terjadi, di lingkungan pembantunya, orang-orang dekat, inner people-nya itu tidak menjaga kharisma beliau. Jadi kharisma Gus Dur ini diselewengkan orang-orang disekitarnya itu. Akibatnya apa? Gus Dur mau tidak mau mengalami penurunan kharisma saat itu. Nah dalam konteks ini eee...kalo...kalo yang diutamakan kharisma karena beliau itu memang tokoh kharismatik saya pikir Mega, SBY dan sebagainya akan mengalami hal yang sama lah. Itu sebetulnya tugas utama adalah menjaga kharisma itu jangan sampe diselewengkan. Nah tapi karena Gus Dur itu saya bilang banyak yang meyakini seorang Wali Allah, betapapun kharisma itu diselewengkan oleh apa...oleh para orang dekatnya yang tidak bertanggung jawab. Kita lihat banyaklah orang-orang di sekitar Gus Dur itu yang mencari hidup...mencari hidup, memanipulasi kharisma Gus Dur itu banyak sekali. Nah itu ketika Gus Dur wafat Tuhan tetep...menunjukkan kebesaran Gus Dur. Buktinya apa? Masyarakat sekarang kalau Anda kalau ke Tebu Ireng, itu ribuan terutama hari Jumat, Sabtu, Minggu terkait hari libur dan hari Jumat...hari-hari barokah itu ribuan. Gus Dur sekarang sudah menjadi Sunan, makanya saya kasih judul buku saya itu Sunan Gus Dur ya terkait dengan itu. Sekarang di Tebu Ireng, komplain dan sebagainya yang semula jalan itu jalan-jalan besar penuh dengan PKS. Jadi Tuhan menunjukkan kebesaran Gus Dur itu tidak hanya waktu itu. Jadi betapapun orang-orang di sekelilingnya waktu itu menyelewengkan kharisma, tapi Tuhan tetap menjaga ketika beliau wafat karena beliau seorang muchlis, seorang yang ikhlas selalu memikirkan bangsa, masyarakat. Artinya Tuhan menunjukkan kebesarannya ketika meninggal, ketika wafat pun beliau tetep besar. Tuhan menggerakkan hati eee...masyarakat yang kebanyakan tidak tenang tapi berduyun-duyun ke makam beliau di Tebu Ireng. Nah ini terkait dengan pertanyaan Anda tadi, bagaimana nanti mengaitkan ini? Kita jujur aja memang lagi terus mencari figur eee...apa...figur walaupun tidak sekaliber Gus Dur tapi paling tidak suatu saat akan muncullah eee...apa...tokoh-tokoh Gus Dur-ian yang bisa meneladani paling tidak bisa ada tokoh-tokoh alternatif ke depan. Tapi kembali lagi kepada pendirian saya bahwa eee...tokoh itu atau figur itu hanya salah satu varian saja dari keseluruhan marketing partai karena masyarakat semakin realistis kan gitu lho. Kalau di Amerika mungkin ya memang di Amerika juga ada bahwa harus ada figur dan sebagainya tapi berapa % sih orientasi masyarakat terhadap kefiguran atau kharisma seorang tokoh dibanding rasionalitas program yang ditawarkan oleh partai-partai itu. Nah kita harus realistis melihat itu, saya sebagai orang terdidik tentu saja akan lebih melihat kesana. Nah karena itu yang terpikir sebetulnya di PKB itu sekarang bagaimana membangun demokrasi berbasis kultur tradisional itu lho. Ini yang sebenarnya perlu dikembangkan di PKB. Itulah tesis saya diantaranya itu. Jadi, karena begini...demokrasi di Barat itu kan tidak bisa sepenuhnya diterapkan disini, tidak bisa, karena apa? Faktor kultur lokal, faktor kultur Indonesia itu tidak selalu sama apalagi dalam politik eee...dalam demokrasi itu saya ingat ketika dosen saya Pak Haryadi di S2 di Fisip Unair itu mengingatkan saya dan mahasiswa bahwa dalam demokrasi itu selalu ada 3 cacat bawaan dalam demokrasi. Pertama, demokrasi mengasumsikan bahwa eee...masyarakat itu pengetahuan politiknya sama.

Demokrasi kan selalu berasumsi bahwa pengetahuan politik masyarakat itu sama, padahal faktanya di Indonesia kan eee...antara kita dengan tetangga yang nggak pernah baca koran itu jelas beda. Artinya elite partai dengan massa jelas jomplang eee...tidak sama pengetahuan politiknya, ini menjadi problem ketika Pemilu kan. Yang kedua, demokrasi selalu mengasumsikan bahwa eee...kemampuan ekonomi masyarakat itu adalah sama, padahal faktanya di Indonesia eee...kemampuan ekonomi itu antara satu dengan yang lain itu berbeda dan bahkan terjadi jurang kesenjangan sosial yang luar biasa. Ini menjadi problem lagi ketika mengadakan Pemilu. Orang yang sudah berorientasi memilih si A, ketika mau berangkat dikasih uang 5000 aja sudah berubah orientasi politiknya, pilihan politiknya. Ini karena apa, lagi-lagi realitas di Indonesia eee...yang tidak bisa, tidak sama dengan warga Amerika yang sudah kaya raya. Yang ketiga, cacat demokrasi, cacat bawaan demokrasi eee...bahwa demokrasi selalu berasumsi bahwa penyebaran penduduk selalu merata, padahal di Indonesia tidak seperti itu. Eee...ada yang padat kayak Jawa, ada yang...ini pengaruh baik secara ekonomi dan secara informasi. Nah akibatnya apa, demokrasi yang punya asumsi penyebaran penduduk selalu merata itu akhirnya ketika diterapkan di Indonesia tidak sama karena itu terus kua cari kan. Beda kalo di Amerika, negara federal yang notabene bisa terkondisikan dengan baik dan jangan lupa Amerika itu belajar demokrasi sudah 200 tahun kan, sementara kita baru berapa puluh tahun. Nah, jadi persoalan-persoalan eee...apa...lokal ini perlu kita arif makanya muncul sekarang kearifan lokal dan sebagainya. Nah NU ini bagian dari sub kultur Indonesia juga sama mengalami kendala yang sama karena itu yang paling...saya tetep seperti tesis saya ingin agar Indonesia eee...agar PKB itu bisa membangun demokrasi yang berbasis eee...kultur tradisional yang notabene kultur NU itu bagaimana. Ini yang perlu dikembangkan.

P : Kalau umpamanya kita berbicara dalam konteks pemasaran politik, figur adalah endorser daripada partai. Lantas kalau visi dan misinya adalah membentuk partai yang berbasis tradisional, apakah figur yang sekarang yaitu Muhaimin Iskandar bisa mengakomodasi visi dan misi tersebut Pak?

MA : Eeee...Pak Muhaimin itu kan lahir dari pesantren ya. Eee...jadi beliau dari putra Kyai disana lalu meneruskan ke UGM, lalu hidup di arena metropolis. Saya pikir bisa, Gus Dur juga dulu begitu kan, Gus juga eee...lahir dari pesantren lalu kuliah di Cairo, Al-Azhar di Eropa dan seterusnya. Lalu beliau hidup di kota metropolis. Faktanya daya cerap Gus Dur terhadap kultur pesantren cukup kuat. Bahwa kemudian terjadi apa...eklektif dalam arti penyaringan terhadap kultur, kemudian dikembangkan oleh Gus Dur ya hal lain. Tapi kalau kita lihat bukunya Gus Dur, tulisan-tulisan Gus Dur di Tempo, itu betapa Gus Dur lebih paham dari Kyai soal kultur walaupun beliau hidup di Jakarta. Ini saya pikir karena beliau kan tidak hanya aktif tapi juga pemikirannya kuat soal-soal keislaman, pluralisme dan kepesantrenan, saya pikir mampu. Asal beliau tidak mengalami kecelakaan sejarah aja karena faktanya banyak sekali tokoh NU, tokoh yang sudah bagus tapi pada saatnya mengalami kecelakaan sejarah dalam tanda kutip ya schingga ya seperti itu.

P : Kalau konstituenya waktu itu terjadi penurunan yang cukup signifikan itu Pak, itu lebih banyak memilih partai lain, abstain atau gimana Pak?

MA : Oh gini. Kemarin kita dapet 4,8% ya dari yang sebelumnya 12 awalnya itu kan 12 koma sekian %. Dalam rentang waktu itu memang sebelum konflik sudah terjadi penurunan karena ya ini memang mungkin karena faktor apa...kemampuan SDM awal-awal itu juga pengaruh, faktor partai lain juga pengaruh. Khusus yang 2004 eh...2009 kemarin yang turun sangat drastis itu begini. Pertama karena faktor konflik, faktor konflik itu luar biasa pengaruhnya karena kita sampe...sampe...apa ya...sampe batas waktu injury time itu kita masih belum bisa menyetorkan calon-calon legislatif ke KPU karena kita rebutan dari 2 kelompok, kelompok Cak Imin dan kelompok Pak Yani waktu itu. Bahkan untuk memasukkan ke KPU itu dikawal polisi kita. Jadi waktu itu belum...belum inkrah, belum solid betul waktu itu baru...ya kalau inkrahnya sudah inkrah tapi secara politik masih tarik menarik. Nah praktis konflik ini eee...pengaruhnya sangat besar karena kita tidak sempat konsolidasi, padahal konsolidasi itu menjadi hal yang sangat urgent kan dalam

kemenangan event-event besar seperti Pemilu. Yang kedua terjadinya friksi, ini otomatis kan terjadi kekecewaan bagi kelompok lain disini. Nah akhirnya apa eee...akhirnya mereka ini yang harusnya memilih PKB akhirnya memilih partai lain kan bahkan bukan hanya itu, mereka nggembosi kita, waktu itu melakukan black campaign luar biasa. Bahkan saya sendiri sebagai Caleg dari Dapil Madura itu bener-bener saya dibuang semua waktu itu, dibuang pada tengah malam. Ini udah nggak ada bener sama sekali. Nah kondisi ini kan sangat tidak kondusif kan bagi kemenangan partai. Oke itu secara internal. Yang kedua, pragmatisme masyarakat yang luar biasa sehingga parameter mereka adalah duit. Nah ini bahaya terutama karena apa, di internal partai akhirnya terjadi kanibalisme politik eee...dalam arti nggak peduli. Ini..ini..dialami semua partai saya kira. Tidak peduli teman, tidak peduli apa pokoknya suaranya dicuri ya. Ini yang terjadi dan itu ya juga eee...dampak negatif yang luar biasa dari keputusan MK, MK yang memutuskan. Artinya apa? Di beberapa tempat kan bukan orang-orang yang bersih, bukan orang-orang yang dalam arti dipercaya publik tapi orang yang punya duit yang...yang...yang jadi ya, yang terpilih dan orang-orang bahkan banyak preman karena mampu memaksa publik, memaksa menakut-nakuti orang kayak di Madura dan sebagainya. Nah akibatnya seperti itu yang terjadi eee...kemarin. Jadi pragmatisme itu ditopang oleh MK yang meliberalkan Pemilu kemarin tanpa nomor urut sehingga partai pun tidak bisa meng-arrange kader yang baik untuk terpilih. Ini luar biasa rusak. Nah yang ketiga eee...apa...publik ini...kita kan tau kan eee...akhirnya terjadi jual beli suara yang luar biasa. Artinya apa? Yang ketiga ini faktor eee...ketidakamanahan atau ketidakjujuran penyelenggara pemilu. Jadi yang faktor ketiga karena KPU, TPK di tingkat kecamatan. DPS itu bukan orang-orang yang bersih tapi banyak menjual-belikan suara. Terutama di BPK itu yang dengan mudahnya memindah suara dan itu ribuan suara itu. Kita punya suara di DPS gitu tapi begitu di BPK dipindah dengan enaknyanya. Kita punya bukti-bukti tapi apa boleh buat karena satu partai akhirnya MK kan-nggak mau terima. Jadi 3 faktor itu cukup signifikan menurunkan suara PKB kemarin. Kalau sudah kayak gitu, figur sudah tidak ada artinya kan. Karena apa? Massa sudah beringsas, mata sudah gelap mata terhadap uang. Nah karena itu, ini tanggung jawab para elite terutama di DPR bagaimana mengarahkan UU itu yang lebih substantif sesuai dengan kultur Indonesia. Sekarang aja Pemilihan Gubernur sudah menyesal kan orang-orang elite politik sudah berpikir tidak usah pilihan langsung eee...atau melalui DPR saja. Karena cost-nya luar biasa besar, terjadi jual beli suara, masyarakat juga rusak mentalnya karena semuanya berorientasi. Jadi Pemilu itu bagi masyarakat ya duit, bukan memilih pemimpin bagaimana yang baik. Nah ini kan akibat semangat euforia reformasi kemaren para DPR tuh ketika di depan pertama sampai akhirnya diubah termasuk Orde Baru jadinya begitu. Tapi sekarang ya bener juga kalau ada orang mengatakan reformasi itu dari segi Undang-undang, sudah keluar kaderisasi luar biasa, saya kira gitu.

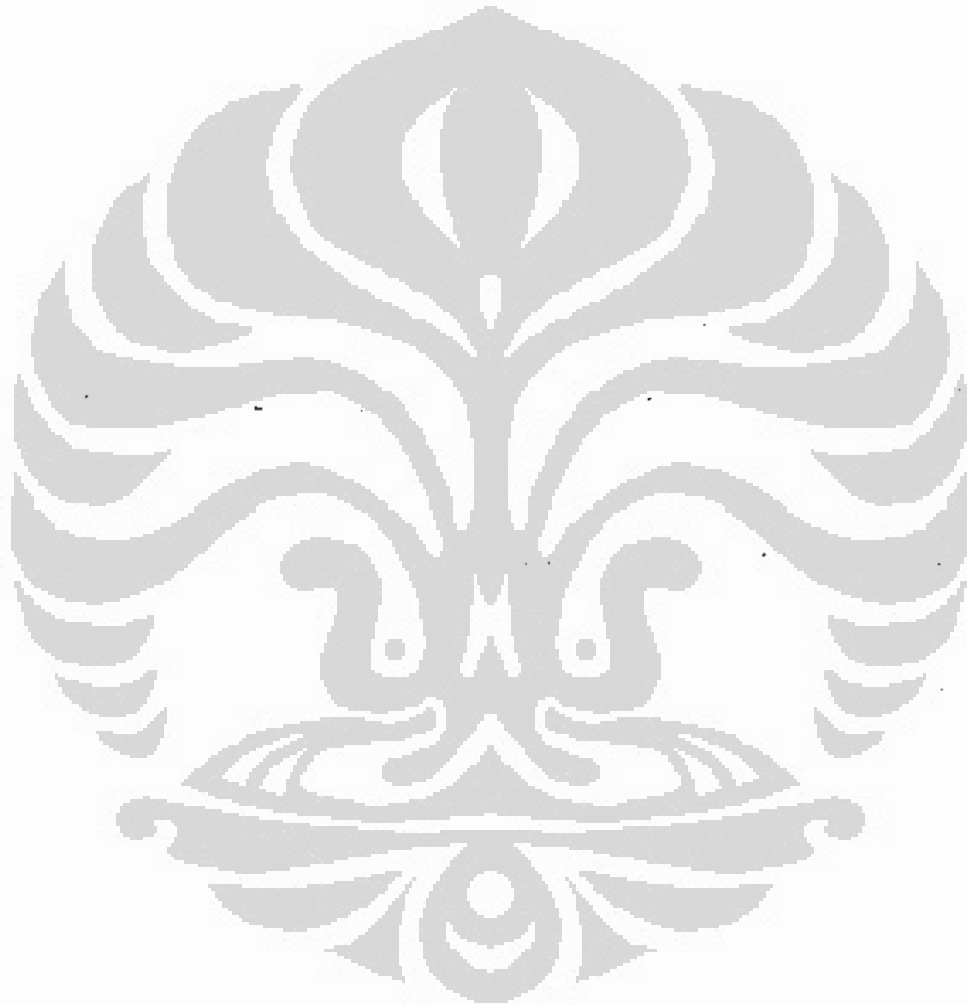
P : Pertanyaan terakhir Pak. Untuk positioning partai khususnya untuk ke Pemilu 2014, positioning PKB ada dimana Pak? Apakah menjadi partai oposisi atau lebih kepada pendukung pemerintah Pak?

MA : Nggak, kita itu sebetulnya gini. Prinsip politik di NU itu kan gini, ingin membangun masyarakat yang beradab, adil, toleran dalam Mabda Siasi prinsip-prinsip dasar perjuangan PKB itu ada tujuannya membangun masyarakat beradab, adil, toleran. Kalau dalam bahasa-bahasa lainnya kan tawasuf dan sebagainya kalau dalam bahasa NU. Nah dengan tujuan itu kita akan melihat manfaat dan modarotnya, artinya tergantung pada pemerintah. Kalau pemerintah itu misalnya kita lebih baik oposisi ya kita oposisi. Kalau kita lebih baik jadi bagian dari...dalam artian koalisi atau mendukung pemerintah, karena yang paling penting adalah mencapai tujuan tadi itu. Sebetulnya ya ada tujuan besarnya yang sesuai dengan tujuan syariat yang sesuai dengan ajaran Islam. Nah kita lihat itu, kita tidak bisa misalnya diklasifikasi, dikategorikan kepada pilihan-pilihan apakah akan menjadi oposisi yang terjun langsung. Dalam sejarah NU kan juga gitu dari eee...perjuangan melawan Belanda sampai ke era Orde Baru, itu kan NU selalu lihat situasi kadang koooperatif. Terhadap Belanda juga begitu, tapi ketika sudah berada di ambang batas tolerir lalu

tidak bisa ditoleransi akhirnya Jihad gitu ya. Seperti terjadi resolusi Jihad di Surabaya tahun 1945 gitu kan. Nah tapi ketika sekiranya tidak membahayakan dan tidak mengganggu umat Islam disini maka akan mendukung. Dan itu yang terjadi kenapa dulu pernah Indonesia mengabsahkan bahwa ketika oleh Jepang misalnya kita diberi wewenang untuk mengurus kementarian agama itu kan kita terima. Jadi kita akan melihat situasi dan kondisi pemerintah saat sendiri itu kondusif ngga bagi warga NU, bagi umat Islam atau tidak. Jadi pertanyaannya bukan harus Oposisi atau kooperatif. Saya kira itu. Oke

P

: Baik Pak. Terima kasih banyak.



8. Wawancara dengan Bapak Irsyad selaku Banser PKB

- P (Peneliti) : Memang terasa bedanya pak dulu sampe jaman Muhaimin kerasa bedanya Pak?
- I (Irsyad) : Saya kira ngga ada namanya partai itu tetap kompak. Saya kira itulah kadang-kadang orangnya tidak bisa menciptakan kekompakan internal partainya. Saya kira maklum biasa partailah kadang-kadang teman bisa jadi lawan. Jangankan teman, saudara saja bisa dimakan.
- P : Gus Dur dengan Pak Muhaimin kan keponakan ya?
- I : Iya. Tapi saya kira yang penting kita ke depan lebih baik lagi, yang penting ke depannya. Muhaimin sekarang ini kan sering menghadapi konsolidasi, pendekatan-pendekatan.
- P : Tujuannya udah paten ya Pak? Dulu kan ikut Gus Dur, semua ikut instruksi Gus Dur. Sekarang Gus Dur sudah ngga ada ikutin partai gimana baiknya ke depan, ngga ada ketokohan lagi gitu ya?
- I : Tapi tetap namanya Nadiyah, meskipun Gus Dur itu sebagai orang yang lebih diutamakan dalam struktural, anjuran, usia. Karena Gus Dur sekarang sudah ngga ada kan banyak juga kiai-kiai yang seperti itu dengan harapan kita butuh figur baru. Tapi untuk ke depan kan sekarang intinya mempersatukan kembali. Terkadang orang itu dilihat dari figur, keluarga.
- P : Jadi masih dilihat figur Gus Dur dan turunannya gitu ya?
- I : Ya masih ada to.
- P : Kalau kyai-kyainya gimana?
- I : Terkadang kiai itu kan ada juga yang, biasanya kiai itu ngga lupa dari tawadunya. Memang ciri khas Kyai sepuh. Ya kita mesti tetap....orangnya sudah ndak ada tapi kebijakan-kebijakannya mesti tetap berjalan. Jadi PKB dari Kyai sendiri masih tawadu berbeda dari kebijakan-kebijakan itu sendiri. Di kampung banyak pengikutnya Gus Dur, ini kan bukti. Ya namanya deklarator kan, ya kita kan mengenai masalah intern namun juga kan meraka deklaratomya. Saya yakin untuk kepemimpinan Muhaimin ini masih tersistem dengan baik, ya di copy seperti pada waktu Gus Dur. Kalau saya sih harapan saya supaya PKB ini memperoleh kuota seperti apa yang diinginkan mereka untuk ke depannya 2014. Saya khawatir kalau PKB ini ngga bisa masuk kancah perpolitikan karena suaranya minim. Karena saya lihat sendiri bahwa banyak warga sini sebenarnya nggak tertarik dengan partai-partai lain. Kalo dulu masih yang kita tahu ada PDI, Golkar, PPP. Seluruh orang kampung saya pasti PPP karna satu-satunya partai politik Islam. Ya namanya orang desa, mengenai partai yang mengusung seorang figur yang diagung-agungkan yang dibesar-besarkan. Siapa orang tuanya Gus Dur, siapa mbahnya Gus Dur tau semua. Kalau kita fanatik sih maklum karena merupakan panutan orang-orang dari kalangan bawah khususnya. Kalo Mas Imam ini ketua DPW PKB Jawa Timur ini orangnya bagus nih.

9. Wawancara dengan Bapak Ali selaku Pengurus Pesantren Salafiyah Safi'iyah

- A (Ali) : Adanya militansi antara pesantren dan pengasuh.
- P (Peneliti) : Jadi kalau disini manut Pak?
- A : Manut dengan pengasuh. Kalau pengasuh bilang kamu ikut ke partai ini, seluruh santri harus ikut. Bukan karena faktor beliau otoriter, tetapi beliau menciptakan kaderisasi dan suksesi terutama yang berbasis Salafiyah.
- P : Lantas kalau apabila terjadi perpindahan daripada pak Kyai seperti apa?
- A : Awal tahun 1998 beliau kan ke PKB ikut Gus Dur. Beliau ada di partai kemudian saat terjadi masalah. Akhirnya beliau sowan ke Kyai-kyai, sowan ke seseorang sampai ke saran. Ya sarannya beliau kalau Kyai mau berpolitik selain di PKB yang bernuansa Islam hanya PPP. Restunya itu, jadi ketika beliau memutuskan pindah ke PPP ngga semata-mata karena faktor politik tapi faktor masyarakat. Kata Kyai kalau masa sekarang ini kalau tanpa jabatan sulit, dalam artian untuk menekan pemerintah untuk ke masyarakat tuh sulit. Kalau cuma pidato saja tapi perhatian ke bawah kurang dari pemerintah kan sama aja. Jadi harus ada tokoh yang bisa menekan pemerintah tapi tujuannya untuk umum. Sering disampaikan pada masyarakat terutama pada santri bahwa saya pindah ke PPP bukan karena faktor kecewa tapi semata-mata karna NU, termasuk beliau konsultasi ke ketua PBNU waktu itu Hasyim Muzhadi. Ijin ke Kyai kalau bukan di PKB bagaimana, ya itu kalau buka di PKB ya PPP. Serentak alumni santri Sukorejo ya milih PPP. Jadi memang beliau menciptakan kaderisasi kepada santri tuh kuat. Maka dibentuklah ISAS, ISAS itu sudah lama. ISAS itu Ikatan Santri Alumni Safi'iyah, itu seluruh Indonesia bahkan Malaysia ada. Tapi itu tujuannya untuk misi pesantren saja. Jadi pesantren nanti seperti ini, intinya berisi wacana ke depan bukan yang sifatnya garis-garis keras.
- P : Sebenarnya harapan dari suatu partai kalau dari pihak pesantren ini sebenarnya apa Pak?
- A : Kalau beliau selama ini saya lihat dan sering disampaikan bahwa partai ini kan...apa ya istilahnya...ketika aspirasi masyarakat disampaikan kepada Kyai-kyai itu kan kadang-kadang mentok. Jadi kalau beliau punya istilahnya kaki tangan yang bisa diandalkan dalam arti di legislatif, beliau tidak punya kepentingan.....ceee seperti ini yang beliau selalu bilang "Saya tidak punya kepentingan jadi Menteri, saya tidak punya kepentingan jadi Bupati, saya tidak punya kepentingan jadi Presiden, saya cuma punya kepentingan aspirasi masyarakat itu kita tampung dan kita masukkan disitu." Dari situ kita bisa tekankan istilahnya legislatif itu, anggota-anggota DPR itu. Ini lho desa ini butuh ini, daerah ini kurang ini tolong dibantu. Termasuk beliau setiap satu bulan sekali rapat di internal partai itu menekankan seperti itu. Sampai ketika pengajuan dibawah beliau minta masukan dari masyarakat. Di Dapil sini siapa DPR-nya sebut, siapa penanggung jawab di masyarakat. Jadi dikontrolnya seperti itu. Ini Kyai, kami sudah ajukan tapi nggak direspon. Dipanggil itu, "Kamu ini gimana ini ada respon tapi diterimanya seperti itu. Saya mohon maaf Kyai masih ada yang perlu dibahas. Kalau memang nggak pasti bilang aja nggak bisa, kalau bisa usahakan." Jadi kontrolnya beliau kepada partai luar biasa termasuk saya juga bagian dari partai di bendahara bagian keuangan. Keuangan pun gitu, jadi kalau dikasih uang sepuluh ribu harus ada kwitansi lengkap. Walaupun saya orang dekat beliau, kalau kurang seratus harus dikembalikan. Jadi kontrolnya luar biasa, kontrol terhadap anggota DPR yang diberangkatkan oleh beliau baik di Pusat maupun di wilayah. Jadi beliau tuh nggak mau apa yang saya dukung nanti malah jadi bumerang kepada saya. Jadi anggota dewan tuh istilahnya di tes juga, disuruh ngaji. Tahu nggak ngaji? Kalau nggak tahu ngaji jangan jadi anggota DPR. Tahu agama nggak? Ayo baca jadi langsung dites sama beliau, lulus nggak lulusnya nanti. Termasuk ditanya apa tujuan kamu jadi anggota DPR? Tujuan utamanya apa? Ada

tokoh besar mengabaikan itu dengan bilang bahwa tujuan utama saya uang baru istri baru pasangan hidup. Walaupun dia itu tokoh, dicoret sama beliau. Saya sempat kaget juga karena ini kan tokoh mau melamar lewat PPP, anggota instansi tapi ditolak. Kan bertanya kenapa ini ditolak? Ya saya kaget saja seorang tokoh bilang begitu. Ya sampaikan, Anda nggak bisa untuk ikut. Kalau orang anggota Dewan yang dipentingkan adalah uang, ya tahunya nanti hanya itu. Tapi kalau yang dinilai adalah ingin bantu anak-anak dan masyarakat, menampung aspirasi dan merealisasikan apa yang diinginkan masyarakat, keluarga nomor 2, pasti dapat. Tapi masyarakat jauh lebih penting, kepentingan masyarakat itu. Karena yang memilih adalah masyarakat bukan istrinya, istrinya milih tapi cuma 1 orang. Termasuk kayak Gus Dur. Saya sempat matur sama Kyai, "Kyai gimana ini masalah Gus Dur?" Sudah yang mulai Gus Dur nanti tahu sendiri. Beliau memilih Khofifah bukan karena faktor anak siapa. Kalau masalah kedekatan, beliau lebih dekat sama Gus Ipul. Tapi karena NU yang diatas mereka. Beliau tuh disini prinsipnya ada 3. Pertama NU, kalau sudah keputusan NU harus dijalankan. Presiden pun misalnya dengan SBY komunikasi cukup sering waktu waktu kemarin pertama ya.. Kenapa yang berdua ini milih Hasyim Muzhadi. Jawaban beliau, "Saya ini dibesarkan oleh NU, saya lahir dari keluarga NU. Partai itu sampingan saja."

P : Jadi kalau boleh saya rangkum memang Pemilihan ketika Pemilu memang ditentukan oleh Pengasuh.

A : Semangatnya beliau karena saya yang bertanggung jawab untuk Santri.

P : Jadi semangat yang diusung adalah pertanggungjawaban itu.

A : Iya betul. Kalau bisa orangtuanya ditelfon. Cuma Santri wajib ikut karena pertanggungjawaban saya. Semua disini satu pesantren, santri disini kan sekitar 13000, yang menetap sekitar 8000an yang menetap di pesantren. Orang satu kelas ada yang 220an, minimal itu 170an. Jadi ketika sudah waktunya, banyak yang ditolak. Bukan ditolak ya tunggu tahun depan saja karena kasihan 1 kamar full. Di bawah sini kan ada bunker. Bunker ini kan untuk belajar, untuk merenungkan diri istilahnya. Ketika ada masalah di bawah merenungkan diri apa masalahnya toh masalah itu pasti ada solusinya. Saya ikut beliau tuh mulai tahun 2000. Mondok disini tahun 1995. Awalnya saya nggak tahu juga pondok seperti apa. Saya kan jauh dari Gresik. Mulai 1995 pulang Gresik itu dimasukkan kesini. Karena selepas mondok setelah saya ikut Mbah, Mbah saya kebetulan ada disitu juga jadi jarang pulang.

10. Wawancara dengan Bapak Arif selaku Kepala Humas Pesantren Lirboyo

- A (Arif) : Pertama dari itu. Terus kan kita ngga punya sarana politik. Ada PPP tapi waktu PPP kita tidak berapi-api. Ada PKB baru kita bersemangat. Dulu sampai beliau menginginkan sekali-kali kita mengikuti kegiatan tapi kemudian ada konflik. Konflik pertama kan ketika pada saat kepemimpinan Pak Alwi Shihab sama Gus Dur. Itu kan istilahnya beliau istilahnya secara organisasi tidak dipertimbangkan eee secara wajar hanya satu pihak saja dari organisasi. Kalo pada saat tadi tuh, kyai-kyai yang merasa diukung. Sampai pada suatu acara, permasalahan tadi antara Idris dan Gus Dur.
- P (Peneliti) : Pas waktu di PKB itu memang melihat karena ilmunya, bukan karena Gus Dur-nya sendiri?
- A : Memang lebih karena ilmunya pak, bukan hanya semata karena faktor Gus Dur sendiri. Yaa itu juga berpengaruh karena Gus Dur juga istilahnya juga karena dia itu kiainya.
- P : Jadi kalau pilihan santrinya meskipun bebas tetapi masih ada kiai-nya, kiainya ikut juga milih.
- A : Iyaa. Kemarin kan gini, kalo pada waktu Pemilu yang terakhir 2009 kemarin memang kita ditugaskan untuk memilih partai manapun. Tapi namanya juga santri. ini juga bertanya-tanya nanti milih partai mana. Akhirnya H-4 kurang 4 hari pelaksanaan Pemilu baru ya itu kami bicara di forum depan santri untuk bicara. Kalau saya pribadi memilih PKNU, alasan sementara ini yang dilandasi oleh kiai-kiai itu sementara ya itu. Kalo sampeyan ikut para kiai itu terserah, kalo ngga juga terserah asalkan tidak bertentangan dengan Al-Sunnah Wal Jamaah.
- P : Yang penting Islam dan Al-Sunnah Wal Jamaah
- A : Iya, yang penting satu, partai ini bisa memfasilitasi para.....apa namanya pondok pesantren. Selama ini kan pondok pesantren ketika ndak ada kebijakan politik kan baru dirangkul, berarti kan.... (terdiam cukup lama)
- P : Sesaat aja
- A : Iya sesaat aja dijadikan kendaraan politik. Tapi ketika sudah selesai kemudian pesantren ditinggalkan begitu saja. Ketika bagi-bagi istilahnya 'lemah', kita ndak mengharapkan bagian. Cuma kita butuh bagian paling tidak antar pesantren dengan lembaga lain ada penyeimbang. Yang paling kelihatan itu ketika dalam urusan pengakuan ijazah. Dari pesantren itu, ijazah yang dari pesantren ini tidak diakui. Padahal kalau berbicara masalah kualitas pendidikan itu sama. Kita dengan teman-teman di sekolah negeri berani diadu, seperti itu. Tapi karena kita lemah dalam pengakuan formalnya.
- P : Karena kemauan dari pemerintahnya juga lemah, jadi juga ternyata lepas dari itu jadi ada sedikit kekecewaan yang akhirnya menarik dari politik itu.
- A : Iya. Kita kan punya banyak wakil sebetulnya dari kalangan itu tapi ternyata nama kita juga sudah lupa, walaupun mereka bertemu kadang-kadang kita bicara tapi hanya sekedar janji tapi realisasinya kurang. Ini yang kita sayangkan maknanya ke depan untuk masalah politik kita juga eeee kalau kemarin waktu kita kita sampai ada kampanye diluar daerah ato misalkan ada gerakan. Tapi pada waktu Pemilu.....yang terakhir 2009, santri kita istilahnya kita haramkan untuk kegiatan tersebut. Jadi kesan yang pertama timbul seakan-akan santri itu hanya sebagai.....
- P : Tunggangan di lapangan saja.

- A : Iya tanggungan di lapangan saja, padahal kita juga istilahnya pingin diperhatikan. Makanya kemarin kita dilarang untuk berkampanye.
- P : Maaf dengan mas siapa?
- A : Saya Arif, saya istilahnya Kepala Humasnya lah. Mohon maaf ini informasinya terbatas.
- P : Nggak apa-apa mas. Kami merasa terbantu juga seperti ini.
- A : Paling tidak kami bisa menyampaikan informasi yang sebenarnya. Kami bukan tertutup terhadap dunia luar ndak, tapi kami ingin teman-teman santri khususnya bisa konsentrasi di pendidikan. Kami juga kadang-kadang mendapatkan hujatan dari kalangan-kalangan maaf yaa dari kalangan etnis. Kenapa santri tidak dibebaskan dari masalah politik. Untuk urusan politik saya kira itu istilahnya bisa sambil belajar sambil berjalan. Tapinya ketika mereka lulus dari Lirboyo ataupun pesantren lainnya, mereka bisa mulai belajar politik. Tapi ketika mereka di Lirboyo, kita khususkan mereka betul-betul konsentrasi belajar. Sebab pengalaman membuktikan ketika santri diberi kesempatan untuk belajar politik terbukti bahwa kampanye-kampanye, itu temen-temen santri istilahnya sudah keluar jalur. Mereka berani kepada pengasuh, berani kepada pengurus artinya tujuan utama mereka untuk belajar akhirnya terbengkalai. Jadi kami mohon maaf sekali apalagi kalau untuk berbicara masalah politik saya kurang.
- P : Iya tidak apa-apa mas.
- A : Kalau berbicara sosok disini yang punya pengaruh ada luas. Kadang omongan dari kiai itu juga ikut berpengaruh. Namanya Kiai Iskandar, itu juga termasuk orang dekatnya Gus Dur, deklarator PKB termasuk juga ikut mendirikan PKB.
- P : Terima kasih banyak mas.

11. Wawancara dengan Bapak Mahmudi selaku Santri Pesantren Tebu Ireng

- M (Mahmudi) : Saya rasa masih sulit sekarang untuk direalisasikan. Contoh kecil saja mencari figur seorang pembina itu sulit.
- P (Peneliti) : Begitu ya Pak.
- M : Apalagi menghadapi soal politik, harus tahu politik yang seperti apa gitu toh. Wawasan harus cemerlang. Apalagi yang dibawah saja mencari figur seorang pembina apalagi tuh mementingkan hak dan kewajibannya seorang pendidik...seorang santri atau seorang siswa yang layak dan berhak mendapatkan pendidikan yang layak, itu kan harus seorang figur yang baik. Itu kan harus dipertanyakan dalam tanda kutip.
- P : Iya Pak.
- M : Kalau masalah politik, itu harus pengasuh yang berbicara, kalau pengurus yang berbicara nanti realisasinya ngga sama bisa beda.
- P : Kalau disini Pak, secara garis besar pilihan politik santrinya bagaimana?
- M : Kalau Tebu Ireng ngga ditentukan, bebas artinya tidak memaksa kamu harus seperti ini. Beda kalo misalnya pesantren di Lirboyo, saya akui itu memang harus wajib untuk memilih. Kayak dulu misalnya Kyai Idris itu masih sampe sekarang. Contoh kecilnya Pilkada, Pilgub kemaren Syaifullah Yusuf. Kemungkinan kebetulan tokoh itu orang sana. Ya harus mengikuti apa yang dijalankan oleh Kiai. Tapi kan terkadang santri berbenturan pemikiran, nggak seperti itu untuk mau milih siapa. Misalnya pas Pemilu kemarin banyak anaknya kiai-kiai Tebu Ireng yang mencalonkan diri jadi anggota DPR tapi nggak milih itu. Jadi terserah hak pilihan tiap orang, demokrasi masih kuat.
- P : Jadi begitu Pak.
- M : Pesantren kan tidak menekankan santri harus wajib memilih. Contohnya kayak kemarin Khofifah Indar Parawansa itu kan muslimat NU. Kebetulan Ibunya Salahudin itu kan juga muslimat juga di pusat. Sebenarnya berkewajiban bahwa dari santri untuk memilih tapi kan kenyataannya nggak memaksa seperti itu. Nggak ada pemaksaan santri harus nyoblos ini ini. Masih ada kebebasan untuk memilih apalagi usia beliau masih muda. Kalau dilihat dari psikologi kan bisa seperti itu, ngga ada tingkatan masing-masing kecuali yang masih mahasiswa. Rata-rata mahasiswa yang kemarin, ada kan mahasiswa yang kesini itu terserah dia bagaimana melihat figur seorang calon DPR kan ada namanya kiai siapa. Gus Sholah nggak pernah memaksa. Wong ketua dengan keponakannya itu malah keponakan minta solusi. Itu kan hak mereka bukan hak saya harus menentukan santri saya harus memilih. Tapi yang jelas santri akan tahan mengetahui ini lho keturunannya siapa. Kalau memang santri tidak menyoblos itu kan hak mereka. Apalagi rata-rata calon itu banyak yang dari masih ada keluarga, dari alumni sini, di daerah Jombang sini. Kayak di Tambak Deras, Muhida itu juga masih keluarga juga. Kayak Pak Halim Iskandar itu juga sama adiknya Pak Muhaimin masih keluarga juga. Artinya tidak ada pemaksaan untuk memilih siapa wakil rakyat.
- P : Memang kebetulan khususnya dari PKB sendiri ini banyak yang masih sekeluarga
- M : Apalagi waktu itu PKB kan lagi goyang aja kan.
- P : Iya Pak. Namun disini dari goyangnya sendiri tidak ada pengaruh banyak ya Pak?
- M : Nggak ada. Artinya Tebu Ireng kan bebas memilih. Nggak ada kaitannya dengan PKB atau hal-hal seperti itu. Kenapa harus urusan dengan politik, saya harus fokus

dengan santri saya di usia seperti ini. Malah butuh usia seperti ini harus memikirkan apa yang harus saya lakukan, seperti itu.

P : Waktu masih ada almarhum Gus Dur ini pemilihan politik seperti apa Pak?

M : Oh ngga ada yang khusus. Kebetulan waktu Pemilihan Presiden kadang-kadang santri harus pulang. Kalau Pondok Pesantren murni kayak di Lirboyo kan liburannya kan pas Syawal sampai dengan 1 Ramadhan, nggak ada libur setelah mid semester karena ini program ada non formalnya ya jadi kalau libur ya ikut libur. Jadi disini tidak seperti pondok-pondok yang manut banget sama Kiai. Kiai-nya pun ya nggak seperti itu.

P : Tidak ada memberikan pengarahan?

M : Artinya pengarahan itu ya pada malam hari mungkin ada siraman fajar lah dari Kiai sendiri ya. Mungkin dari calonnya dibungkus dengan istilahnya tolong dijelaskan tidak lebih dari itu. Terus terang orang-orangnya terbuka untuk siapapun atau terhadap santrinya sendiri.

(ada jeda lama sekitar 1 menit)

M : Nanti untuk lebih memperdalam datanya bisa ngobrol dengan Bapak itu ya salah satu pengurus disini. Mungkin lebih mengetahui seluk beluk pimpinan pengurus disini. Kadang kan pimpinan dari masa ke masa berbeda-beda ganti kemudi. Kalau setau saya dari masa pimpinan Gus Soleh pemikirannya seperti itu, berbeda dengan periode Pak Yusuf dengan pimpinan yang sebelumnya. Untuk lebih jelasnya mungkin bisa ditanyakan langsung ke beliau. Ibaratnya ini pandangan umumnya dulu, prolognya lah seperti itu. Istilahnya kalau dalam tes kan ada prolognya.

P : Iya Pak. Baik. Sebelumnya dengan Bapak siapa?

M : Saya Pak Mahmudi.

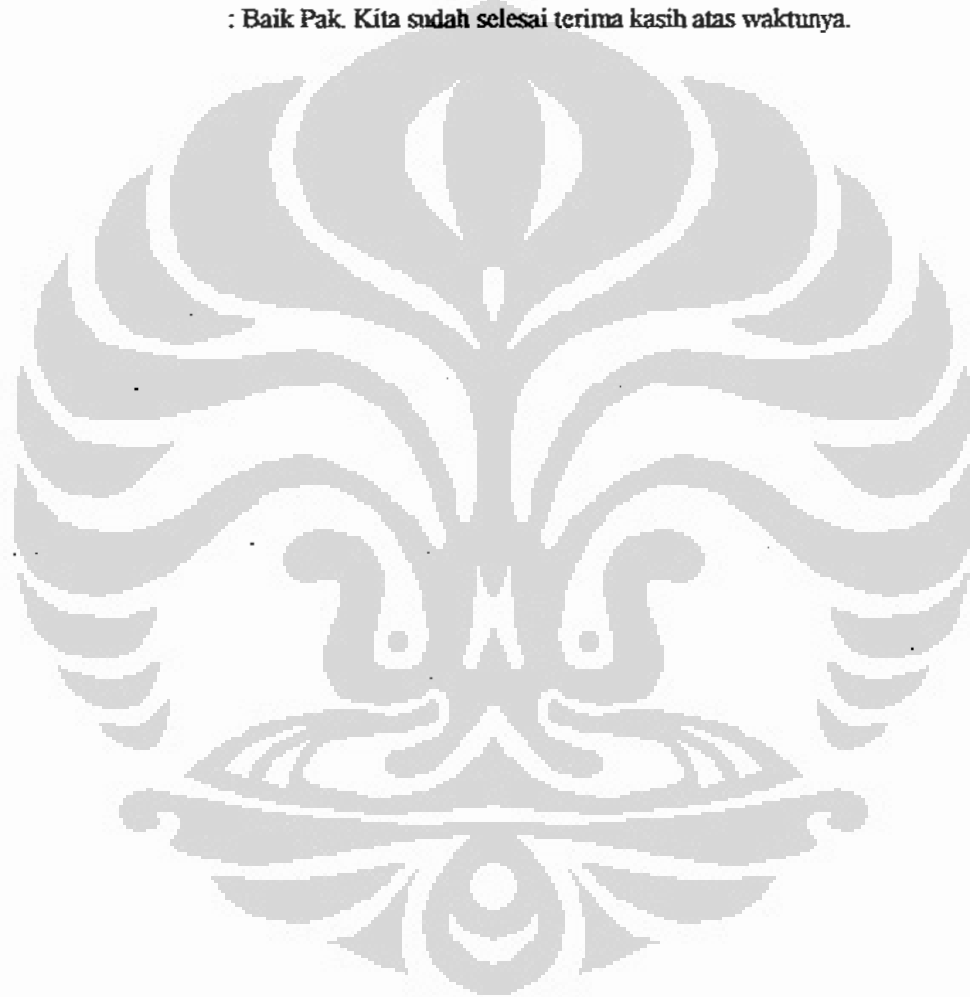
12. Wawancara dengan Bapak Lukman selaku Pengurus Pesantren Tebu Ireng

- P (Peneliti) : Begini Pak, kalau umpamanya disini seperti yang saya tanyakan tadi kepada mas yang tadi, bagaimana pak pengaruh figur disini terhadap relasi politik para santrinya disini pak?
- L (Lukman) : Secara umum saja ya, siapapun figur itu pasti akan menjadi panutan umatnya baik pesantren. Pesantren itu kan pengaruh agama, tokoh dari pesantren itu sebenarnya menghadirkan figur...apa namanya....menjadi barometer untuk jadi pijakan, pandangan, wawasan dan sebagainya mungkin seperti itu terarah kesana. Tetapi itupun tidak secara otomatis ada penekanan, pengarahan dari tokoh itu, tidak. Ini hanya kedewasaan santri sendiri akan memilih, akan melihat dari sepak terjang seorang tokoh itu bagaimana kalau menurut pemikiran dia itu baik maka akan diikuti, itu seperti itu. Berbeda dengan dulu gitu ya, kalau dulu mungkin doktrinasi seorang tokoh itu kental sekitar tahun 50 sampai tahun 70an. Otomatis seakan-akan kalau tidak dia jalankan disitu dari seorang tokoh...dia dianggap sebagai cee...apa namanya eeee kemunafikan...ketidaksetiaan gitu ya. Itu dulu tapi sekarang tidak. Saya saja yang disini hampir 25 tahun belum pernah ada ulama tokoh disini menkankan harus mengikuti dia. Justru ada semacam kata-kata yang demokrasi ya, demokrasi menurut almarhum guru saya mengatakan silahkan kamu lakukan apa saja di pondok asal jangan membakar pondok. Kata-kata seperti itu tuh masih terngiang terus di telinga saya tuh. Artinya apa, ya bebas menyampaikan aspirasi apa saja, mau kamu pilihan partai apa saja walaupun disitu tokohnya misalnya jaman dulu PPP tapi tidak menganjurkan harus ke PPP, tidak pernah. Atau seperti kemarin eee...generasi ke 3 sekolah ini, Gus Sholah, dan dia waktu itu mungkin pernah juga ikut pemilihan Wapres. Tidak kami disini tidak pernah pamer Gus Sholah. Disitulah kedewasaannya berpolitik di pesantren.
- P : Lantas kebetulan kalau dilihat dari keluarganya Pak, kebetulan PKB latar belakang banyak kedekatan dengan pesantren khususnya di Tebu Ireng ini. Kalau Bapak lihat sendiri bagaimana PKB dari masa ke masa dan hubungannya dengan santri disini?
- L : Justru kami dengan PKB itu tidak begitu dekat, sekutu-sekutuan itu nggak ada sama sekali. Disini lebih netral, mungkin PKB disini justru...minus juga nggak ya hanya ya bervariasi sehingga ada PPP-nya ada PKB-nya ada yang ke Golkar juga. Jadi disini alhamdulillah tidak mengkulturkan ke salah satu partainya walaupun disitu ada Gus Dur-nya. Apalagi Pemilu yang kemaren. Dari mulai reformasi aja ya, dacrak mana ada PKB disini nggak ada. Santri turun pas pawai PKB tuh nggak ada. Jadi yang paling masih kental menyatunya santri dimana-mana, di Jawa Timur atau disini masih partai banyak. Kalo dulu memang pas masih jamannya Pak Harto ya itu memblok pada ke PPP. Situbondo, Tebu Ireng, yang tidak itu biasanya ke Golkar. Ditekan santrinya kalo perlu disitu. Kalo disini nggak tetapi santri memang memblok ke PPP dulu. Karena dulu dimana-mana walaupun tidak disuruh sama kiainya, loncat naik ke truk para santrinya kemana-mana tanpa dikomando itu santri dari tiap pesantren. Setelah reformasi, lihat mungkin pemimpin-pemimpinnya sudah tidak layak lagi, mereka kan punya pemikiran yang lebih dewasa. Kok ga ada yang milih figur gitu, nggak ada yang jadi aspirasi dia kurang tersalurkan dan sebagainya. Kenyataan diatas seperti itu, disitulah ada hikmahnya. Sesuai dengan pikiran masing-masing, tidak ada blok kayak dulu mulai reformasi tuh sama sekali. Tebu Ireng bebas bendera, tidak boleh ada bendera disini...PPP pun nggak boleh. Jadi kalo di pondok ada yang pasang pasti langsung kita lepas. Siapapun walaupun disini ada calon. Disini keluarga ada calon PPP kemaren, 1 bendera PPP nggak ada disini. PKB juga gitu...ada keluarganya tapi nggak boleh benderanya.
- P : Kalau boleh dari jalannya kan tahun 1998 ketika PKB berdiri, kita kan juga tidak bisa menampik bahwa suara dari pesantren signifikan terhadap PKB. Tapi dalam waktu kurun 12 tahun itu kan terjadi penurunan. Itu juga seiring dengan tidak terlalu

aktifnya Gus Dur kemudian Gus Dur sudah juga tidak ada di PKB, itu kan juga ternyata perolehan suara PKB juga turun. Apakah itu memang hanya karena semata-mata figurnya Gus Dur atau semakin dinamis kehidupan politik?

- L : Ya itu ada 2. Figur yang sudah tidak dipercaya lagi, masa kita sudah berpolitik bertahun-tahun kita tidak ada kemajuan, gitu kan. Nah begitu, jadi ada 2 sebab tadi itu karena sudah tidak ada lagi figur yang bisa menyemangati lagi. Jelas sekarang sudah tidak ada Gus Dur siapa lagi yang bisa. Kedua ya seperti itu kedewasaan untuk kritis berpolitik.
- P : Kalau sekarang ketika kemarin di 2009 kan sudah dipimpin oleh Cak Imin dan juga perolehan suaranya kan menurun. Apakah itu bisa dikatakan bahwa di para santri, sosok Cak Imin sendiri dianggap figur yang kurang diidolakan?
- L : Ya itu mungkin bukan cuma santri, tanya saja masyarakat. Kalau tanya santri nanti dikira kita nggak seneng sama Cak Imin gitu ya. Saya kira ini secara umum saja boleh tanya masyarakat gitu ya karena lebih tahu ya daripada santri mungkin santri tidak begitu mengikuti hal itu. Masyarakat yang lebih tahu apalagi yang aktif di partai kan lebih tahu. Saya kira ada 2 kemungkinan, tidak jauh berbeda santri dengan masyarakat kalau masalah itu, semuanya pandangannya seperti itu. Boleh terjemahkan kata-kata saya, kira-kira seperti itu.
- P : Kalau disimpulkan secara garis besar memang hubungan khususnya di Tebu Ireng ini memang demokrasi saat itu dijaga ya Pak. Berarti diberi kebebasan demokrasi, mungkin kalau umpamanya bagian pengasuh itu hanya sebagai salah satu bahan pertimbangan saja namun tidak ada paksaan secara langsung ya Pak.
- L : Iya betul. Tidak ada, tidak pernah ada paksaan harus kesini saja atau semacamnya. Kalau misalnya dia muncul di mana, ya diantara yang terbaik ini, itu juga jadi pikiran...jadi bahan diskusi santri. Kenapa kok tokoh kita kesana? Ada apa sih? Kan nanti ada sesuatu yang muncul, ooo ini...ooo iya kita tau kan dalemnya seperti ini, beliau itu seperti ini. Itu jadi pertimbangan.
- P : Kalau ke depannya sendiri Pak, harapan-harapan dari para santri terhadap pemimpin apakah ada dan seperti apa kira-kira?
- L : Oh jelaslah. Itu pasti ada ke depannya pemimpinnya harus seperti apa. Hanya harapan itu kan sulit untuk diwujudkan gitu ya. Jadi harapan itu banyak sekali. Semua mungkin orang bisa bicara bagaimana mewujudkan ekonomi kerakyatan itu gimana, kekuatan bangsa itu disitu bukan di pemimpin. Pemimpin itu hanya sebatas menjalankan saja sebetulnya kekuatan bangsa ini ada di rakyat. Rakyat yang terbanyak adalah menengah ke bawah. Ini yang harus segera teratasi baik itu masalah pendidikannya dan sebagainya. Banyaknya tokoh-tokoh politik kita ini hanya rame waktu kampanye saja dia bicara begini...begini...begini. Setelah itu dia lupa di Jakarta aja dan memperkaya diri. Justru pesantren inilah yang bisa mewakili, bisa selalu...apa namanya...memikirkan masyarakat ke depannya. Kita kan tidak dibiayai pemerintah, kita bekerja sendiri, mencari dana sendiri, mengurus semuanya sendiri. Itu sebenarnya pemerintah punya kewajiban, adil gitu ya memberikan dana untuk lembaga-lembaga yang berperan untuk kepentingan bangsanya. Coba lihat dari tahun berapa pesantren mengurus sendiri semuanya. Kalau perguruan tinggi sih enak menjalankan usahanya, tapi kalau pesantren? Kita mengurus sendiri, belum terpaan-terpaan yang membantu gitu menggeserkan nilai-nilai. Mestinya pemerintah adil, lihatlah manakah yang sebetulnya berjuang di dalam bangsa kita. Lembaga-lembaga seperti ini, baik Kristen, Islam, Budha kan banyak lembaga-lembaga seperti ini yang berbasis sosial. Apalagi pesantren, berapa banyak pesantren di Indonesia yang berjalan dengan kekuatan-kekuatan sendiri. Nah ini mungkin yang membuat kita kurang melihat kenyataan bangsa kita yang tertindas sekian ratus tahun. Siapapun yang bicara pasti seperti itu.

- P : Pertanyaan terakhir Pak. Jadi kalau bisa disimpulkan apakah kalau bagi para santri dan pihak pesantren sendiri itu lebih melihat figurnya atau ideologi daripada partainya sebenarnya Pak?
- L : Ya tadi itu ada 2 pilihan. Pertama memang konskuensi dari partai itu artinya sejauh mana peranan partai itu untuk plafon-plafon yang memihak bangsa ini. Artinya, ada nggak dia plafon-plafon yang benar untuk bangsanya. Itu satu ya. Kedua figur, figur itu tidak kalah pentingnya. Ya maaf bukannya menjelekan tetapi tanpa SBY, Demokrat akan turun itu. Itu contoh dari maksud saya. PKB nggak ada Gus Dur hancur, gitu kan. Semua saya kira bukan hanya pesantren, tetapi ada 2 pilihan. Dilihat dari plafon programnya dan dilihat dari apa yang mereka janjikan untuk diwujudkan yang tidak lepas dari figur itu. Programnya bagus tapi kalau figurnya kurang menarik atau bermasalah dengan masyarakat, saya kira tidak akan baik dimata masyarakat.
- P : Baik Pak. Kita sudah selesai terima kasih atas waktunya.



13. Wawancara dengan Bapak Hassan Ubaid selaku Peneliti lembaga Proximity Jawa Timur

- P (Peneliti) : Kalau menurut anda, faktor-faktor apa yang menentukan seseorang memilih suatu partai?
- H (Hassan) : Untuk saat ini saya melihat pilihan konstituen sangat cair. Cuma mungkin ada beberapa indikator yang dapat dijadikan patokan. Tapi indikator-indikator itupun menurut saya tidak terlalu memiliki signifikansi yang memiliki perbedaan terlalu besar. Misalnya figur, posisi demokrat itu kan sampai 20 % kan karena figur SBY sangat kuat. Nah, posisi figur itu, bagi saya kenapa (terdiam sejenak) tidak paling signifikan, karena menurut saya ada indikator-indikator lain yang cukup penting, dan itu terkait misalnya dengan lokalitas daerah. Di beberapa daerah contohnya pada kasus Pilkada, itu ada hal lain misalnya seperti money politic, kemudian strategi yang diusung kandidat atau calon kepala daerah yang memiliki values atau nilai yang sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat juga menjadi sangat penting. Jadi artinya dalam hal ini maksud saya, figur harus mengemas dirinya sedemikian rupa agar sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat. Seperti itu
- P : Kalau dalam konteks PKB, yang mengalami transisi kepemimpinan dari Abdurrahman Wahid menuju Muhaimmin Iskandar, kondisinya di Jawa Timur seperti apa mas?
- H : Untuk di Jawa Timur kondisi PKB saya kira suatu kondisi yang sangat menarik untuk diteliti. Kenapa? Karena kami melihat bahwa perolehan suara PKB pada pemilu 1999-2004 sampai 2009 mengalami penurunan yang signifikan terutama ketika Gus Dur tidak lagi (terdiam sejenak) tidak lagi menjadi ketua Dewan Tanfidz di PKB. Nah ini menunjukkan, indikator ketokohan dalam PKB menurut saya pribadi cukup kuat. Karena beberapa kiai sepuh, dan kiai-kiai lainnya yang semula berafiliasi dengan PKB banyak yang beralih entah membuat partai baru atau berafiliasi dengan partai lainnya, seperti ke PPP atau kepartai lain yang memiliki akses-akses yang berdasar nasionalis seperti ke Demokrat; Golkar, dan sebagainya. Seperti itu.
- P : Berarti lebih banyak yang pindah ke partai lain ketimbang yang abstain?
- H : Iya menurut saya seperti itu, karena tadi, apa... Menurut konstituen dan elit dalah hal ini Abdurrahman Wahid menyentuh tidak hanya grass root tapi juga sisi elit. Sisi elit yang dimaksud adalah (terdiam sejenak) kiai-kiai atau tokoh penting di masyarakat yang mereka malah mendirikan partai baru seperti Cak Anam, Chairul Anam itu mendirikan PKNU kemudian untuk gras root itu terjadi (terdiam sejenak) reduksi suara yang terjadi antar pemilu ke pemilu, khususnya PKB.
- P : Lantas untuk pemilu 2014 pemilu PKB, perolehan suara akan seperti apa mas?
- H : Saya melihat kecenderungan untuk naik itu, apa... sulit ya. Namun, untuk turun masih ada kemungkinan. Apalagi kita lihat parpol yang memiliki suara mayoritas di parlemen berusaha untuk menggodok treshold menjadi 5%. Itu tentunya akan memberi dampak yang signifikan bagi partai-partai tengah dan bawah untuk bisa merapatkan barisan dan konstituen mereka. Jika tidak maka posisi PKB akan semakin terancam. Misalnya pada pemilu kemaren kalau nggak salah PKB hanya mendapat 4,9 % itu kan berarti tidak mencapai 5%. Artinya PKB akan paling tidak berganti nama, kan seperti itu.
- P : Lantas dalam konteks pemasaran partai, apa yang harus PKB lakukan dalam menghadapi pemilu 2014?
- H : Tentang pemasaran politik, tidak terlalu beda apa... dengan pendekatan marketing pada umumnya, jadi pertama, partai harus memosisikan dirinya secara tegas, artinya azasnya kemudian kontituennya. Paling tidak ia bisa menyapa

kontstituenya pada arah yang mana atau pada masyarakat yang bagian mana. Kemudian diferensiasi, karena kita lihat partai politik sekarang tidak memiliki diferensiasi yang jelas, contohnya maaf demokrat yang sangat tergantung pada figur SBY. Tapi diferensiasi figur biasanya tidak akan bertahan lama. Diferensiasi yang menarik mungkin justru dimiliki oleh, contohnya PPP karena berazaskan Islam, dan partai-partai lain yang memiliki azas agama memiliki diferensiasi yang cukup (terdiam sejenak) dapat "dijual" kepada konstituen tinggal bagaimana dia mengemas asas itu agar dapat diterima di masyarakat. Namun tidak hanya cukup itu, partai juga dapat melakukan pendekatan secara serentak ke masyarakat dan hal sebagainya. Jika dua hal ini, positioning partai dan (terdiam sejenak) diferensiasi maka akan tercipta brand partai yang akan diterima oleh masyarakat. Kemungkinan jika indikator-indikator tersebut dipenuhi partai akan mengalami kenaikan suara. Namun, tentunya untuk memenuhi indikator tersebut (terdiam sejenak) membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Itu cukup butuh waktu.

P : Kalau konteks PKB seperti apa mas ?

H : Kalau bagi PKB sosok Muhaimmin Iskandar sendiri sebenarnya apabila dia berhasil merangkul tokoh-tokoh penting, apa... (terdiam sejenak) dia bisa mencitrakan dirinya sebagai figur yang positif. Positif disini dengan artian banyak tokoh yang kemudian merapat ke dia. Posisi perseteruan PKB sebenarnya menjadi bumerang bagi PKB. Kondisi tersebut harusnya ditekan seminimal mungkin. Bahkan kiai-kiai teras seperti Mustapha Bisri mencoba untuk merancang jalan tengah, islah namanya... Dan apabila Muhaimmin Iskandar memposisikan diri sebagai atau mau menerima islah, kemungkinan besar dukungan internal akan bertambah bagi Muhaimmin. Tapi, dalam konteks merangkul konstituen PKB dan konstituen baru PKB harus banyak berbenah., khususnya dari strategi pengusungan figur dan positioning partai. Saya kira pesan saya itu



Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas

Kuesioner Penelitian Faktor-faktor yang mempengaruhi Voting Intention Konstituen dan Pemasaran Partai Politik

Dengan Hormat,

Saya mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk meluangkan waktu dan mengisi kuisisioner penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh figur, ideologi, dan kinerja partai terhadap voting intention dan pemasaran partai. Hasil dari penelitian ini akan menjadi bahan tesis pada program MM FE UI dan masukan bagi kemajuan pemasaran partai politik di Indonesia.

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda silang (X) atau centang (V) pada kolom skala angka yang tersedia di samping pernyataan, sesuai dengan pendapat anda. Jawaban dan Identitas anda akan dirahasiakan.

Contoh :

No	Pernyataan	Pendapat					
		Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
1.	Saya adalah warga negara yang baik.					X	
		1	2	3	4	5	6

Pernyataan:

No	Pernyataan	Pendapat					
		Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
1.	Figur adalah alasan utama saya memilih suatu partai.						
		1	2	3	4	5	6
2.	Garis keturunan figur adalah alasan saya memilih suatu partai.						
		1	2	3	4	5	6
3.	Kesamaan agama dengan figur adalah alasan saya memilih suatu partai.						
		1	2	3	4	5	6

(Lanjutan Lampiran 2)

4.	Status sosial figur adalah alasan saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
5.	Ideologi partai adalah alasan utama saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
6.	Visi dan misi partai adalah alasan saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
7.	Kesamaan agama dengan ideologi partai adalah alasan saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
8.	Sejarah partai adalah alasan saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
9.	Kinerja partai adalah alasan utama saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
10.	Pemenuhan janji – janji kampanye adalah alasan saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
11.	Pengaruh partai dalam pemerintahan adalah alasan saya memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6
12.	Prestasi partai adalah alasan saya untuk memilih suatu partai.	Sangat Tidak Setuju	Sangat Setuju	1	2	3	4	5	6

Terima Kasih

Responden PKB

1. Konstruk Figur

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	50.0
	Excluded ^a	100	50.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.736	.742	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	4.6700	1.04500	100
x1.2	4.3700	1.46097	100
x1.3	4.0100	1.25122	100
x1.4	4.5800	1.18219	100

Inter-Item Correlation Matrix

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
x1.1	1.000	.425	.373	.377
x1.2	.425	1.000	.307	.535
x1.3	.373	.307	1.000	.488
x1.4	.377	.535	.488	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.408	4.010	4.670	.660	1.165	.086	4
Item Variances	1.547	1.092	2.134	1.042	1.955	.192	4
Inter-Item Covariances	.635	.466	.925	.459	1.984	.027	4
Inter-Item Correlations	.418	.307	.535	.228	1.742	.006	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	12.9600	9.514	.497	.252	.696
x1.2	13.2600	7.406	.537	.345	.679
x1.3	13.6200	8.703	.480	.280	.703
x1.4	13.0500	8.189	.624	.407	.622

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.6300	13.811	3.71634	4

2. Konstruksi Ideologi Partai

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	50.0
	Excluded ^a	100	50.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.745	.752	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	4.6500	1.14040	100
x2.2	3.7900	1.64098	100
x2.3	4.2300	1.44848	100
x2.4	3.9200	1.42616	100

Inter-Item Correlation Matrix

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
x2.1	1.000	.360	.545	.349
x2.2	.360	1.000	.301	.537
x2.3	.545	.301	1.000	.498
x2.4	.349	.537	.498	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.148	3.790	4.650	.860	1.227	.146	4
Item Variances	2.031	1.301	2.693	1.392	2.071	.325	4
Inter-Item Covariances	.857	.568	1.256	.688	2.212	.060	4
Inter-Item Correlations	.431	.301	.545	.244	1.809	.010	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	11.9400	12.825	.524	.339	.702
x2.2	12.8000	10.424	.499	.324	.718
x2.3	12.3600	11.021	.550	.407	.680
x2.4	12.6700	10.668	.612	.412	.643

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.5900	18.406	4.29022	4

3. Konstruksi Kinerja Partai

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	50.0
	Excluded ^a	100	50.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.725	.739	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x3.1	4.6400	1.00020	100
x3.2	3.2300	1.87947	100
x3.3	4.2900	1.35061	100
x3.4	3.8900	1.42768	100

Inter-Item Correlation Matrix

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
x3.1	1.000	.329	.549	.290
x3.2	.329	1.000	.447	.563
x3.3	.549	.447	1.000	.305
x3.4	.290	.563	.305	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.013	3.230	4.640	1.410	1.437	.366	4
Item Variances	2.099	1.000	3.532	2.532	3.531	1.114	4
Inter-Item Covariances	.835	.415	1.510	1.096	3.644	.153	4
Inter-Item Correlations	.414	.290	.563	.273	1.939	.014	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	11.4100	13.861	.477	.319	.700
x3.2	12.8200	8.351	.601	.401	.627
x3.3	11.7600	11.659	.534	.381	.655
x3.4	12.1600	11.348	.522	.329	.660

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.0500	18.412	4.29088	4

Responden Non PKB**1. Konstruk Figur****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	50.0
	Excluded ^a	100	50.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.768	.768	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	4.3100	1.39041	100
x1.2	3.3300	1.72360	100
x1.3	3.8500	1.62291	100
x1.4	3.6800	1.58197	100

Inter-Item Correlation Matrix

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
x1.1	1.000	.433	.482	.344
x1.2	.433	1.000	.520	.465
x1.3	.482	.520	1.000	.477
x1.4	.344	.465	.477	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.793	3.330	4.310	.980	1.294	.166	4
Item Variances	2.510	1.933	2.971	1.038	1.537	.187	4
Inter-Item Covariances	1.138	.757	1.454	.697	1.921	.051	4
Inter-Item Correlations	.453	.344	.520	.176	1.511	.003	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	10.8600	16.000	.518	.283	.740
x1.2	11.8400	13.206	.600	.361	.697
x1.3	11.3200	13.533	.631	.399	.679
x1.4	11.4900	14.697	.536	.297	.731

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.1700	23.698	4.86807	4

2. Konstruksi Ideologi Partai

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	50.0
	Excluded ^a	100	50.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.772	.779	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	4.7900	1.16597	100
x2.2	4.6700	.97499	100
x2.3	4.2900	1.45154	100
x2.4	4.7800	1.30717	100

Inter-Item Correlation Matrix

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
x2.1	1.000	.516	.371	.612
x2.2	.516	1.000	.332	.426
x2.3	.371	.332	1.000	.556
x2.4	.612	.426	.556	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.633	4.290	4.790	.500	1.117	.055	4
Item Variances	1.531	.951	2.107	1.156	2.216	.243	4
Inter-Item Covariances	.702	.470	1.054	.584	2.241	.050	4
Inter-Item Correlations	.469	.332	.612	.280	1.842	.011	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	13.7400	8.901	.617	.454	.697
x2.2	13.8600	10.404	.509	.296	.754
x2.3	14.2400	8.144	.519	.320	.760
x2.4	13.7500	7.785	.694	.505	.649

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.5300	14.555	3.81506	4

3. Konstruksi Kinerja Partai

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	50.0
	Excluded ^a	100	50.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	.741	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x3.1	4.3600	1.29895	100
x3.2	4.8700	.98119	100
x3.3	4.1500	1.37345	100
x3.4	3.9900	1.53409	100

Inter-Item Correlation Matrix

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
x3.1	1.000	.473	.349	.509
x3.2	.473	1.000	.389	.341
x3.3	.349	.389	1.000	.442
x3.4	.509	.341	.442	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.343	3.990	4.870	.880	1.221	.147	4
Item Variances	1.722	.963	2.353	1.391	2.445	.334	4
Inter-Item Covariances	.701	.514	1.014	.500	1.973	.042	4
Inter-Item Correlations	.417	.341	.509	.167	1.490	.004	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	13.0100	9.141	.570	.363	.646
x3.2	12.5000	11.061	.503	.283	.696
x3.3	13.2200	9.264	.497	.263	.690
x3.4	13.3800	8.036	.565	.340	.653

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.3700	15.306	3.91231	4

Lampiran 4
Hasil Uji Validitas dan Factor Analysis

Responden PKB

1. Konstruk Figur

Correlation Matrix

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
Correlation	x1.1	1.000	.425	.373	.377
	x1.2	.425	1.000	.307	.535
	x1.3	.373	.307	1.000	.488
	x1.4	.377	.535	.488	1.000
Sig. (1-tailed)	x1.1		.000	.000	.000
	x1.2	.000		.001	.000
	x1.3	.000	.001		.000
	x1.4	.000	.000	.000	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.707
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	87.535
	Df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
Anti-image Covariance	x1.1	.748	-.195	-.166	-.063
	x1.2	-.195	.655	.003	-.260
	x1.3	-.166	.003	.720	-.241
	x1.4	-.063	-.260	-.241	.593
Anti-image Correlation	x1.1	.771 ^a	-.278	-.226	-.094
	x1.2	-.278	.690 ^a	.004	-.417
	x1.3	-.226	.004	.716 ^a	-.369
	x1.4	-.094	-.417	-.369	.676 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x1.1	1.000	.508
x1.2	1.000	.579
x1.3	1.000	.508
x1.4	1.000	.663

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.258	56.454	56.454	2.258	56.454	56.454
2	.700	17.492	73.946			
3	.644	16.111	90.057			
4	.398	9.943	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x1.1	.713
x1.2	.761
x1.3	.713
x1.4	.814

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

2. Konstruksi Ideologi Partai**Correlation Matrix**

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
Correlation	x2.1	1.000	.360	.545	.349
	x2.2	.360	1.000	.301	.537
	x2.3	.545	.301	1.000	.498
	x2.4	.349	.537	.498	1.000
Sig. (1-tailed)	x2.1		.000	.000	.000
	x2.2	.000		.001	.000
	x2.3	.000	.001		.000
	x2.4	.000	.000	.000	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.657
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	100.736
	Df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
Anti-image Covariance	x2.1	.661	-.148	-.287	.005
	x2.2	-.148	.676	.039	-.288
	x2.3	-.287	.039	.593	-.222
	x2.4	.005	-.288	-.222	.588
Anti-image Correlation	x2.1	.679 ^a	-.222	-.458	.009
	x2.2	-.222	.659 ^a	.061	-.458
	x2.3	-.458	.061	.642 ^a	-.376
	x2.4	.009	-.458	-.376	.652 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x2.1	1.000	.547
x2.2	1.000	.511
x2.3	1.000	.610
x2.4	1.000	.631

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.298	57.438	57.438	2.298	57.438	57.438
2	.800	19.996	77.434			
3	.558	13.953	91.387			
4	.345	8.613	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x2.1	.739
x2.2	.715
x2.3	.781
x2.4	.794

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

3. Konstruk Kinerja Partai

Correlation Matrix

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
Correlation	x3.1	1.000	.329	.549	.290
	x3.2	.329	1.000	.447	.563
	x3.3	.549	.447	1.000	.305
	x3.4	.290	.563	.305	1.000
Sig. (1-tailed)	x3.1		.000	.000	.002
	x3.2	.000		.000	.000
	x3.3	.000	.000		.001
	x3.4	.002	.000	.001	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.662
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	96.233
	Df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
Anti-image Covariance	x3.1	.681	-.026	-.306	-.077
	x3.2	-.026	.599	-.176	-.312
	x3.3	-.306	-.176	.619	-.006
	x3.4	-.077	-.312	-.006	.671
Anti-image Correlation	x3.1	.676 ^a	-.041	-.472	-.114
	x3.2	-.041	.656 ^a	-.289	-.492
	x3.3	-.472	-.289	.660 ^a	-.009
	x3.4	-.114	-.492	-.009	.659 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x3.1	1.000	.513
x3.2	1.000	.624
x3.3	1.000	.599
x3.4	1.000	.509

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.245	56.133	56.133	2.245	56.133	56.133
2	.883	22.078	78.211			
3	.493	12.313	90.524			
4	.379	9.476	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x3.1	.716
x3.2	.790
x3.3	.774
x3.4	.713

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
x1.1			.698
x1.2			.767
x1.3			.718
x1.4			.802
x2.1	.761		
x2.2	.718		
x2.3	.757		
x2.4	.748		
x3.1		.727	
x3.2		.779	
x3.3		.777	
x3.4		.674	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Responden Non PKB**1. Konstruk Figur****Correlation Matrix**

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
Correlation	x1.1	1.000	.433	.482	.344
	x1.2	.433	1.000	.520	.465
	x1.3	.482	.520	1.000	.477
	x1.4	.344	.465	.477	1.000
Sig. (1-tailed)	x1.1		.000	.000	.000
	x1.2	.000		.000	.000
	x1.3	.000	.000		.000
	x1.4	.000	.000	.000	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.772
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	96.162
	Df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
Anti-image Covariance	x1.1	.717	-.144	-.195	-.059
	x1.2	-.144	.639	-.182	-.177
	x1.3	-.195	-.182	.601	-.176
	x1.4	-.059	-.177	-.176	.703
Anti-image Correlation	x1.1	.793 ^a	-.212	-.297	-.084
	x1.2	-.212	.770 ^a	-.294	-.264
	x1.3	-.297	-.294	.746 ^a	-.271
	x1.4	-.084	-.264	-.271	.789 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x1.1	1.000	.526
x1.2	1.000	.628
x1.3	1.000	.666
x1.4	1.000	.545

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.365	59.122	59.122	2.365	59.122	59.122
2	.659	16.467	75.588			
3	.512	12.795	88.383			
4	.465	11.617	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x1.1	.726
x1.2	.793
x1.3	.816
x1.4	.738

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

2. Konstruksi Ideologi Partai**Correlation Matrix**

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
Correlation	x2.1	1.000	.516	.371	.612
	x2.2	.516	1.000	.332	.426
	x2.3	.371	.332	1.000	.556
	x2.4	.612	.426	.556	1.000
Sig. (1-tailed)	x2.1		.000	.000	.000
	x2.2	.000		.000	.000
	x2.3	.000	.000		.000
	x2.4	.000	.000	.000	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.718
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square , 115.393
Df	6
Sig.	.000

Anti-image Matrices

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
Anti-image Covariance	x2.1	.546	-.220	.000	-.237
	x2.2	-.220	.704	-.082	-.056
	x2.3	.000	-.082	.680	-.250
	x2.4	-.237	-.056	-.250	.495
Anti-image Correlation	x2.1	.700 ^a	-.354	.000	-.456
	x2.2	-.354	.790 ^a	-.119	-.094
	x2.3	.000	-.119	.735 ^a	-.431
	x2.4	-.456	-.094	-.431	.682 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x2.1	1.000	.666
x2.2	1.000	.518
x2.3	1.000	.512
x2.4	1.000	.721

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.417	60.432	60.432	2.417	60.432	60.432
2	.726	18.141	78.573			
3	.531	13.275	91.848			
4	.326	8.152	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x2.1	.816
x2.2	.720
x2.3	.715
x2.4	.849

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

3. Konstruk Kinerja Partai

Correlation Matrix

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
Correlation	x3.1	1.000	.473	.349	.509
	x3.2	.473	1.000	.389	.341
	x3.3	.349	.389	1.000	.442
	x3.4	.509	.341	.442	1.000
Sig. (1-tailed)	x3.1		.000	.000	.000
	x3.2	.000		.000	.000
	x3.3	.000	.000		.000
	x3.4	.000	.000	.000	

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.717
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	84.731
	Df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
Anti-image Covariance	x3.1	.637	-.232	-.043	-.246
	x3.2	-.232	.717	-.177	-.033
	x3.3	-.043	-.177	.737	-.213
	x3.4	-.246	-.033	-.213	.660
Anti-image Correlation	x3.1	.695 ^a	-.343	-.063	-.379
	x3.2	-.343	.733 ^a	-.244	-.048
	x3.3	-.063	-.244	.749 ^a	-.306
	x3.4	-.379	-.048	-.306	.704 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x3.1	1.000	.618
x3.2	1.000	.531
x3.3	1.000	.513
x3.4	1.000	.592

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.254	56.347	56.347	2.254	56.347	56.347
2	.678	16.950	73.297			
3	.646	16.140	89.436			
4	.423	10.564	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x3.1	.786
x3.2	.728
x3.3	.716
x3.4	.770

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

MABDA' SIYASY

PARTAI KEBANGKITAN BANGSA

1. Cita-cita proklamasi kemerdekaan bangsa Indonesia adalah terwujudnya suatu bangsa yang merdeka, bersatu, adil dan makmur sejahtera lahir dan batin, bermartabat dan sederajat dengan bangsa-bangsa lain didunia, serta mampu mewujudkan suatu pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia menuju tercapainya kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, keadilan sosial dan menjamin terpenuhinya hak asasi manusia serta ikut melaksanakan ketertiban dunia.
2. Bagi Partai Kebangkitan Bangsa, wujud dari bangsa yang dicita-citakan itu adalah masyarakat yang terjamin hak asasi kemanusiaannya yang mengejawantahkan nilai-nilai kejujuran, kebenaran, kesungguhan dan keterbukaan bersumber pada hati nurani (as-shidqu), dapat dipercaya, setia dan tepat janji serta mampu memecahkan masalah-masalah sosial yang dihadapi (al-amanah wa al-wafa-u bi al-ahdli), bersikap dan bertindak adil dalam segala situasi (al-'adalah), tolong menolong dalam kebajikan (al-ta'awun) serta konsisten menjalankan ketentuan yang telah disepakati bersama (al-istiqomah) musyawarah dalam menyelesaikan persoalan sosial (al-syuro) yang menempatkan demokrasi sebagai pilar utamanya dan persamaan kedudukan setiap warga negara didepan hukum (al-musawa) adalah prinsip dasar yang harus ditegakkan.
3. Dalam mewujudkan apa yang selalu dicita-citakan tersebut, misi utama yang dijalankan Partai Kebangkitan Bangsa adalah tatanan masyarakat beradab yang sejahtera lahir dan batin, yang setiap warganya mampu mengejawantahkan nilai-nilai kemanusiaannya. Yang meliputi, terpeliharanya jiwa raga, terpenuhinya kemerdekaan, terpenuhinya hak-hak dasar manusia seperti pangan, sandang, dan papan, hak atas penghidupan/perlindungan pekerjaan, hak mendapatkan keselamatan dan bebas dari penganiayaan (hifdzu al-Nafs), terpeliharanya agama dan larangan adanya pemaksaan agama (hifdzu al-din), terpeliharanya akal dan jaminan atas kebebasan berekspresi serta berpendapat (hifdzu al-Aql), terpeliharanya keturunan, jaminan atas perlindungan masa depan generasi penerus (hifdzu al-nasl) dan terpeliharanya harta benda (hifdzu al-mal). Misi ini ditempuh dengan pendekatan

amar ma'ruf nahi munkar yakni menyerukan kebajikan serta mencegah segala kemungkinan dan kenyataan yang mengandung kemunkaran.

4. Penjabaran dari misi yang di emban guna mencapai terwujudnya masyarakat yang dicitakan tersebut tidak bisa tidak harus dicapai melalui keterlibatan penetapan kebijakan publik. Jalur kekuasaan menjadi amat penting ditempuh dalam proses mempengaruhi pembuatan kebijakan publik melalui perjuangan pemberdayaan kepada masyarakat lemah, terpinggirkan dan tertindas, memberikan rasa aman, tenteram dan terlindungi terhadap kelompok masyarakat minoritas dan membongkar sistem politik, ekonomi, hukum dan sosial budaya yang memasung kedaulatan rakyat. Bagi Partai Kebangkitan Bangsa, upaya mengartikulasikan garis perjuangan politiknya dalam jalur kekuasaan menjadi hal yang niscaya dan dapat dipertanggungjawabkan.
5. Partai Kebangkitan Bangsa sadar dan yakin bahwa kekuasaan itu sejatinya milik Tuhan Yang Maha Esa. Kekuasaan yang ada pada diri manusia merupakan titipan dan amanat Tuhan yang dititipkan kepada manusia yang oleh manusia hanya bisa diberikan pada pihak lain yang memiliki keahlian dan kemampuan untuk mengemban dan memikulnya. Keahlian memegang amanat kekuasaan itu mensaratkan kemampuan menerapkan kejujuran, keadilan dan kejuangan yang senantiasa memihak kepada pemberi amanat.
6. Dalam kaitan dengan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara kekuasaan yang bersifat demikian itu harus dapat dikelola dengan sebaik-baiknya dalam rangka menegakkan nilai-nilai agama yang mampu menebarkan rahmat, kedamaian dan kemaslahatan bagi semesta. Manifestasi kekuasaan itu harus dipergunakan untuk memperjuangkan pemberdayaan rakyat agar mampu menyelesaikan persoalan hidupnya dengan lebih maslahat. Partai Kebangkitan Bangsa berketetapan bahwa kekuasaan yang hakekatnya adalah amanat itu haruslah dapat dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan dan dapat dikontrol pengelolaannya oleh rakyat. Kontrol terhadap kekuasaan itu hanya mungkin dilakukan manakala kekuasaan tidak tak terbatas dan tidak memusat di satu tangan, serta berada pada mekanisme sistem yang institusionalistik, bukan bertumpu pada kekuasaan individualistik, harus selalu dibuka ruang untuk melakukan kompetisi kekuasaan dan perimbangan kekuasaan sebagai arena mengasah ide-ide perbaikan kualitas bangsa dalam arti yang sesungguhnya. Pemahaman atas hal ini tidak hanya berlaku saat memandang kekuasaan dalam tatanan kenegaraan, melainkan juga harus terefleksikan dalam tubuh internal partai.
7. Partai Kebangkitan Bangsa menyadari bahwa sebagai suatu bangsa pluralistik yang terdiri dari berbagai suku, agama dan ras, tatanan kehidupan bangsa Indonesia harus senantiasa berpijak pada nilai-nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan yang

adil dan beradab, persatuan Indonesia, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Penerapan nilai-nilai Pancasila tersebut haruslah dijiwai dengan sikap mengembangkan hubungan tali persaudaraan antar sesama yang terikat dengan ikatan keagamaan (*ukhuwah diniyah*), kebangsaan (*ukhuwah wathoniyah*), dan kemanusiaan (*ukhuwah insaniyah*), dengan selalu menjunjung tinggi semangat akomodatif, kooperatif dan integratif, tanpa harus saling dipertentangkan antara sesuatu dengan yang lainnya.

8. Partai Kebangkitan Bangsa bercirikan humanisme religius (*insaniyah diniyah*), amat peduli dengan nilai-nilai kemanusiaan yang agamis, yang berwawasan kebangsaan. Menjaga dan melestarikan tradisi yang baik serta mengambil hal-hal yang baru yang lebih baik untuk ditradisikan menjadi corak perjuangan yang ditempuh dengan cara-cara yang santun dan akhlak karimah. Partai adalah ladang persemaian untuk mewujudkan masyarakat beradab yang dicitakan, serta menjadi sarana dan wahana sekaligus sebagai wadah kaderisasi kepemimpinan bangsa. Partai dalam posisi ini berkehendak untuk menyerap, menampung, merumuskan, menyampaikan dan memperjuangkan aspirasi rakyat guna menegakkan hak-hak rakyat dan menjamin pelaksanaan ketatanegaraan yang jujur, adil dan demokratis.
9. Partai Kebangkitan Bangsa adalah partai terbuka dalam pengertian lintas agama, suku, ras, dan lintas golongan yang dimanestasikan dalam bentuk visi, misi, program perjuangan, keanggotaan dan kepemimpinan. Partai Kebangkitan Bangsa bersifat independen dalam pengertian menolak segala bentuk kekuasaan dari pihak manapun yang bertentangan dengan tujuan didirikannya partai.