

## ANALISIS FAKTOR KEKALAHAN JOKO WIDODO PADA PEMILIHANPRESIDEN TAHUN 2019 DI KAMPUNG JOKOWI NAGARI BATU BALANG KECAMATAN HARAU KABUPATEN LIMPULUH KOTA

**Widia Sari**

Jurusan Ilmu Politik, Fisip, Universitas Andalas

[widyasari317@gmail.com](mailto:widyasari317@gmail.com)

### Abstrak

Fenomena menarik dalam pemilihan presiden Tahun 2019 yaitu dibentuk dan dideklarasikan beberapa daerah di Indonesia sebagai Kampung Jokowi sebagai bukti dan dukungan masyarakat daerah tersebut untuk kemenangan pasangan calon presiden Joko Widodo-Ma'ruf Amin. Kampung Jokowi di Sumatera Barat salah satunya terdapat di Kabupaten Lima Puluh Kota, tepatnya di Nagari Batu Balang Jorong Boncah. Realitanya perolehan suara di Kampung Jokowi ini mengalami kekalahan. Fokus dalam penelitian ini adalah fenomena kekalahan Jokowi-Amin pada Pilpres Tahun 2019 di Kampung Jokowi Nagari Batu Balang. Tujuan penelitian untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi faktor-faktor penyebab kekalahan calon presiden No. urut 01 Joko Widodo-Ma'ruf Amin di Kampung Jokowi, Nagari Batu Balang pada Pemilu Tahun 2019. Untuk menganalisis faktor-faktor tersebut digunakan konsep marketing politik. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penyebab kekalahan Joko Widodo di Kampung Jokowi Nagari Batu Balang faktor internal diantaranya, program yang ditawarkan kepada masyarakat belum merata, promosi kurang maksimal, inisiator lepas kontrol dan pertimbangan kurang matang memilih daerah tersebut sebagai Kampung Jokowi, dukungan dan partisipasi masyarakat sedikit. Faktor eksternal diantaranya, tidak ada koordinasi dengan perangkat Nagari Batu Balang, penolakan dari perantau, koordinasi yang buruk antara inisiator dan tim relawan, adanya intimidasi terhadap relawan dan isu negative terhadap pasangan dikonsumsi masyarakat.

**Kata kunci:** Pilpres; marketing politik; kekalahan kandidat

### Abstract

*An interesting phenomenon in the 2019 presidential election is that several regions in Indonesia were formed and declared as Kampung Jokowi as evidence and support from the local community for the victory of the presidential candidate pair Joko Widodo-Ma'ruf Amin. One of Jokowi's villages in West Sumatra is in Fifty Cities District, to be precise in Nagari Batu Balang Jorong Boncah. In reality, the vote acquisition in Jokowi's Village suffered a defeat. The focus of this research is the phenomenon of Jokowi- Amin's defeat in the 2019 Presidential Election in Kampung Jokowi Nagari Batu Balang. The research objective was to explore and identify the factors that caused the defeat of the presidential candidate No. sequence 01 Joko Widodo-Ma'ruf Amin in Kampung Jokowi, Nagari Batu Balang in the 2019 Election. To analyze these factors the concept of political marketing is used. The method used is descriptive qualitative. The results showed that the factors that caused Joko Widodo's defeat in Kampung Jokowi Nagari Batu Balang were internal factors including, the programs offered to the community were not evenly distributed, promotion was not optimal, initiators were out of control and inadequate consideration of choosing the area as Jokowi Village, little community support and participation. . External factors include, there is no coordination with the Nagari Batu Balang apparatus, refusal from migrants, poor coordination between the initiator and the volunteer team, the intimidation of volunteers and the negative issue of a partner consumed by the community.*

**Keywords:** Presidential election; political marketing; losing candidates

## 1. PENDAHULUAN

Persaingan partai politik dan kandidat biasanya terjadi ketika proses kampanye, akan tetapi saat ini kampanye yang bersifat klasik dan monoton tidak efektif lagi untuk kemenangan. Oleh sebab itu, partai politik maupun kandidat harus mampu melahirkan metode baru yang kreatif dan canggih agar bisa memiliki daya tarik tersendiri dan dikenal oleh pemilih. Saat akan dilakukan pemilihan umum para kontestan politik bisa memaksimalkan pemanfaatan media seperti surat kabar, baliho, spanduk, poster terutama media elektronik seperti televisi, radio dan laman-laman online media sosial.<sup>1</sup> Kegiatan ini dinamakan sebagai proses pemasaran politik (*political marketing*).<sup>2</sup>

Pemilu serentak pada tanggal 17 April 2019 merupakan sejarah awal Indonesia untuk mengadakan pemilihan Legislatif dan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden secara bersamaan. Hal ini dilakukan sesuai dengan putusan MK Nomor 14/PUU-XI/2013 yang menetapkan kebijakan tentang pemilu serentak.<sup>3</sup> Untuk pemilihan Presiden dan Wakil Presiden terdapat dua pasangan calon. Tentunya kedua kandidat yang akan memimpin pemerintahan Negara Indonesia ini melakukan berbagai cara dan strategi untuk mendapatkan suara terbanyak dari rakyat Indonesia disaat pemilu 17 April 2019 berlangsung. Salah satunya deklarasi Kampung Jokowi, Deklarasi dukungan terhadap pasangan calon No. Urut 01 dan diikuti dengan dibentuknya Kampung Jokowi pertama kali terjadi di Kampung Pajang, Laweyan Solo dan salah satunya di Sumatera Barat di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Salah satu daerah di Sumatera Barat khususnya di Kabupaten Limapuluh Kota yang ikut serta pada Pilpres tanggal 17 April 2019 yaitu Jorong Boncah, Nagari Batu Balang,

---

<sup>1</sup>Agus Sutisna, *Jurnal: Perpektif Marketing Politik: Kegagalan PDIP dan Partai Demokrat Dalam Mempertahankan Posisi Sebagai Partai Pemenang Pemilu 1999 dan Pemilu 2009*, (Univeristas Muhammadiyah Tangerang: FISIP), Vol. 2 No. 1, April 2016.

<sup>2</sup>Wring (1996) menunjukkan bahwa aktivitas *marketing politik* telah lama dilakukan oleh partai-partai politik di Inggris. Dinyatakan bahwa semasa periode Pemilu di Inggris tahun 1929, Partai Konservatif menjadi partai pertama yang menggunakan agen biro iklan (Holford-Bottomley Advertising Service) dalam membantu mendesain dan mendistribusikan poster dan pamphlet. Sementara Partai Buruh memulai penggunaan *marketing* dalam dunia politik ketika diresmikannya departemen publikasi di tahun 1917, dibantu oleh agen publikasi Egerton Wake yang kemudian berperan aktif dalam kampanye Partai Buruh. Kemudian Wring (1996) juga menunjukkan bagaimana peranan media massa seperti TV, radio, Koran dan periklanan mewarnai kehidupan politik di Inggris. Ditunjukkan juga bagaimana sebuah agen publikasi bernama Satchi and Satatchi berperan dalam penciptaan slogan “Labour isn’t Working” yang mampu mempengaruhi penurunan tingkat kepercayaan massa Partai Buruh dan mengantarkan Partai Konservatif memenangkan Pemilu di tahun 1979.

<sup>3</sup>Pemilu 2019 di Soal, ini Lho 3 Alasan MK Perintahkan Pemilu Serentak, <https://m.detik.com/news/berita/d-4523961/pemilu-2019-disoal-ini-lho-3-alasan-mk-perintahkan-pemilu-serentak>. Di akses pada tanggal 11 September 2019.

Kecamatan Harau dan Jorong Taratak, Nagari Situjuh Tungka, Kecamatan Situjuh Limo Nagari. Tepatnya di kedua daerah tersebut diresmikan Kampung Jokowi yang dianggap sebagai bukti kecintaannya terhadap Joko Widodo. Kemudian latar belakang diresmikannya bisa menjadi lumbung perolehan suara di wilayah tersebut. Penamaan Kampung Jokowi yang ada di dua Kecamatan yang berbeda itu menyusul penamaan Kampung Jokowi yang ada di beberapa wilayah seperti Solo Jawa Tengah, Tangerang Selatan, Bogor, Depok dan Belu di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Akan tetapi, perolehan suara pemilihan Presiden dan Wakil Presiden antara Kampung Jokowi yang terletak di Jorong Boncah, Nagari Batu Balang, Kecamatan Harau berbanding terbalik dengan Kampung Jokowi yang ada di Jorong Taratak, Nagari Situjuh Tungka, Kecamatan Situjuh Limo Nagari. Meskipun latar belakang peresmian kedua daerah tersebut sebagai bukti kecintaan masyarakat sekitar terhadap pasangan No. urut 01 namun hasil perolehan suara pemilihan Presiden pada Pemilu 17 April 2019 membuktikan bahwa hal tersebut hanya sebuah opini untuk menarik perhatian sebagian masyarakat.

### Gambar 1.1

**Warga, Komunitas Srikandi Indonesia dan Rumah Kerja 01 Sumbar disaat peresmian Kampung Jokowi di Jorong Boncah.**



*Sumber: facebook Komunitas Srikandi Indonesia Tahun 2019*

Gambar 1.2

Warga, Komunitas Srikandi Indonesia dan Rumah Kerja 01 Sumbar



Sumber: facebook Komunitas Srikandi Indonesia Tahun 2019

Namun perolehan suara yang diperoleh masih sedikit dibandingkan dengan lawannya. Perolehan suara pasangan No. urut 01 masih sedikit dibandingkan dengan lawannya yakni pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno memperoleh suara terbanyak di seluruh TPS yang ada di Nagari Batu Balang.

Figur 1. Rincian Perolehan Suara Pilpres 2019 di Nagari Batu Balang Kecamatan Harau Kabupaten Limapuluh Kota

No	Nama Jorong	TPS	(01) Joko Widodo- Ma'ruf Amin	(02) Prabowo Subianto- Sandiaga Salahudin Uno
1.	Padang Ambacang	TPS 01	25	184
		TPS 02	22	181
		TPS 03	20	176
2.	Tiga Aur	TPS 04	36	149
		TPS 05	29	168
		TPS 06	20	191
3.	Koto Harau	TPS 07	38	218
		TPS 08	24	212
4.	Balai	TPS 09	27	180
		TPS 10	35	158
		TPS 11	26	178
		TPS 12	19	157

5.	Koto Kaciak	TPS 13	22	148
		TPS 14	20	137
6.	Boncah	TPS 15	20	163
		TPS 16	62	90
		TPS 17	32	153
		TPS 18	23	164
<b>Total suara</b>			<b>500</b>	<b>3.007</b>

Sumber Data: Kpu.go.id Tahun 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat tidak satupun di TPS yang ada di Nagari Batu Balang kemenangan perolehan suara diperoleh oleh pasangan No. urut 01. Jorong Boncah adalah tempat dimana Kampung Jokowi tepat dideklarasikan dan tetap meraih kekalahan perolehan suara saat pemilu khususnya pemilihan Presiden pada Tahun 2019. Kampung Jokowi dan peresmianya yang dilatar belakangi sebagai bukti kecintaan terhadap Jokowi dan sebagai lumbung suara untuk pasangan ini, akan tetapi tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan. Kekalahan yang dialami pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin pada Pilpres 2019 khususnya di Nagari Batu Balang menarik untuk diteliti dengan menggunakan perpektif marketing politik, baik dilihat dari segi produk, promosi, harga dan tempat. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk menjadikan ini sebagai kajian penelitian. Maka rumusan masalah penelitian kali ini adalah "Apa Faktor Yang Menyebabkan Kekalahan Pasangan Calon Presiden No urut 01 Joko Widodo-Ma'ruf Amin Di Kampung Jokowi, Nagari Batu Balang, Jorong Boncah Pada Pemilu Tahun 2019 Menurut Perspektif Marketing Politik?"

### **Konsep *Political Marketing***

Dikarenakan setiap partai politik memiliki ideologi dan konfigurasi yang berbeda-beda untuk mendandakan identitas partai atau kandidat. Maka konsep marketing lebih menekankan kepada beberapa hal (1) menjadikan pemilih sebagai subjek, bukan objek partai politik atau kandidat, (2) menjadikan permasalahan yang dihadapi pemilih sebagai langkah awal menyusun program kerja, (3) merketing politik tidak menjamin kemenangan kandidat, tetapi menyediakan *tools* untuk menjaga hubungan dengan pemilih untuk membangun kepercayaan.<sup>4</sup>

Dalam tulisan Bruce I. Newman dan Richard M. Perloff tentang *Political Marketing; Theory, Research and Application* yang dikutip oleh Prisgwananto (2008) dari *Handbook of Political Commication Research*, pemasaran politik diartikan sebagai aplikasi prinsip-prinsip pemasaran kampanye dalam politik yang beraneka ragam individu, organisasi, prosedur-prosedur dan melibatkan analisis, pengembangan, eksekusi dan

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 159.

strategi manajemen kampanye oleh kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi atau kelompok tertentu yang bisa untuk mengarahkan opini publik terhadap ideologi mereka terutama saat pemilihan umum.<sup>5</sup>

*Political marketing* berarti pemasaran politik yang harus dilakukan oleh partai politik maupun kontestan untuk memperoleh citra publik dan membangun kepercayaan masyarakat. Untuk mensukseskan pemasaran politik ini harus melalui beberapa proses seperti pemasaran ideologi partai atau kandidat sebaiknya dilakukan jauh sebelum pemilihan dilakukan tidak hanya pada masa kampanye dan bukan proses instan.

### **Konsep *Marketing* dalam Politik**

#### **a. Produk**

Produk(*product*) politik ini akan dinikmati oleh pemilih apabila partai atau kandidat yang diinginkan terpilih. . Niffenegger membagi produk politik dalam beberapa kategori diantaranya, Party platform, past record, personal characteristic.<sup>6</sup>

#### **b. Promosi**

Institusi politik dalam melakukan promosi sering melakukan kerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan. Media yang biasa digunakan berupa media cetak seperti koran dan majalah, Televisi dan Radio. Lambang, simbol dan warna bendera partai yang disebar melalui pamflet, umbul-umbul dan poster semasa periode kampanye juga merupakan media promosi institusi politik.

Perlu digaris bawahi disini bahwa sebenarnya promosi institusi partai politik tidak hanya terjadi pada semasa periode kampanye belaka. Aktivitas promosi harus dilakukan terus-menerus dan permanen dan tidak hanya terbatas pada periode kampanye saja.<sup>7</sup> Salah satu cara yang paling efektif dalam promosi adalah dengan selalu memperhatikan masalah penting yang dihadapi masyarakat atau komunitas dimana kandidat tersebut berada. Dengan demikian, publik akan selalu merasakan kehadiran kandidat atau partai politik tersebut.

---

<sup>5</sup> Sulastrri Damayanti, *Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota DPR RI Perioe 2014-2019*, Universitas Islam Negri Hidayatullah Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2014, hal 42.

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm 204.

<sup>7</sup> *Ibid*. hlm, 205.

### c. Harga

Harga dalam marketing politik mencakup banyak hal, mulai dari harga ekonomis, psikologis sampai ke citra nasional.<sup>8</sup> Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya latar belakang (*track record*), etnis, agama, pendidikan dari kandidat. Kemudian Harga image nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat presiden tersebut bisa memberikan citra positif dan bisa menjadi kebanggaan nasional atau tidak.

### d. Tempat

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Pemetaan ini bisa dilakukan secara geografis seperti kondisi penduduk di suatu wilayah. Kemudian secara demografis dengan cara mengidentifikasi pekerjaan, usia, kelas sosial, agama dan etnis.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian tentang Analisis Faktor Kekalahan Joko Widodo Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 di Kampung Jokowi, Nagari Batu Balang, Kecamatan Harau Kabupaten Limapuluh Kota menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, karena tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor kekalahan kandidat dalam pemilihan umum berdasarkan salah satu teori yaitu teori marketing politik. Penelitian kualitatif menekankan pada *quality* atau hal yang paling penting dari sifat suatu barang atau jasa. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif, yakni data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Penggunaan data berupa angka-angka hanya sebagai penunjang.

Dalam penelitian kali ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Nagari Batu Balang, Kecamatan Harau, Kabupaten Limapuluh Kota. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Nagari Batu Balang tersebut karena berdasarkan penjelasan sebelumnya di daerah tersebut diresmikan sebuah Kampung, yang diberi nama Kampung Jokowi namun Jokowi dan pasangannya memperoleh kekalahan di daerah tersebut. Pada penelitian ini, peneliti memiliki peran sebagai alat untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian (*instrument*), yang harus bersikap responsive dan mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan.

Untuk penelitian kali ini unit analisis peneliti yang digunakan adalah kelompok.

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm 207

Kelompok atau organisasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sekumpulan orang yang memiliki pengaruh dan terlibat dengan pendeklarasian Kampung Jokowi di Jorong Boncah, Nagari Batu Balang. Pada penelitian ini teknik pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>9</sup> Untuk pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Sedangkan uji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data, dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda. Dalam menentukan informan triangulasi maka peneliti juga secara *purposive* memilih orang-orang yang akan peneliti mintai informasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Faktor penyebab kekalahan Jokowi-Amin di Kampung Berdasarkan Perspektif Marketing Politik

##### 1) Produk Politik

Produk paling utama dari seorang kandidat adalah platform yang berisikan ideology, konsep dan program kerja dari kandidat.

##### a. Platform Partai

Program kerja yang ditawarkan kepada masyarakat Nagari Batu Balang, khususnya di Kampung Jokowi yang terletak di Jorong Boncah berupa program bantuan (Program Kerja Harapan) PKH, Bantuan Langsung Tunai (BLT) dan dana desa. Tetapi tidak semua masyarakat merasa puas dengan program-program yang ada. Seperti yang disampaikan oleh Rismawati yang menjadi pemilih di Jorong Boncah, Nagari Batu Balang. Beliau mengatakan sebagai berikut:

“...kalau itu nak yang ibuk rasakan kini tu untuk ekonomi alah batambah susah kebutuhan banyak, kalau ibuk ndak ado menerima bantuan seperti itu mungkin disiko dipilih urang- urangnyo dan ndak merata, tapi awak berharapkan bantuan seperti itu terutama di Boncah ko meratalah kan penduduk nyo ndak banyak bana.”<sup>10</sup>

Dari pernyataan ini dapat diambil kesimpulan karena masyarakat tidak memperoleh program berupa bantuan secara merata mungkin menjadi salah satu penyebab mereka tidak memilih kembali pasangan Joko Widodo pada pemilihan Presiden Tahun

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm 85.

<sup>10</sup>Wawancara dengan Rismawati sebagai penduduk dan DPT di Nagari Batu Balang pada tanggal 30 Mei 2020

2019 khususnya masyarakat Nagari Batu Balang Jorong Boncah tempat dideklarasikannya Kampung Jokowi. Program baru yang di tawarkan oleh tim sukses seperti memberikan harapan kepada masyarakat akan memberikan bantuan untuk perbaikan jalan masih belum diterima oleh masyarakat.

#### **b. Karakteristik Pribadi Kandidat**

Dari beberapa keterangan informan yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Joko Widodo masih belum tegas dalam memimpin dan kurang bijaksana dalam mengambil solusi untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang menyangkut banyak orang. Kemudian cara kerja Jokowi yang masih dikendalikan oleh ketua dari PDIP menyebabkan ia terkesan tidak mampu untuk mengerjakan pekerjaannya. Seharusnya seorang pemimpin harus tegas dalam membuat keputusan tetapi faktanya presiden Jokowi seolah-olah dikendalikan dibawah perintah dan arahan partai. Sehingga hal itu menjadi sebuah pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih Jokowi pada pemilihan presiden Tahun 2019.

Kemudian jika dilihat dari segi figure seorang Jokowi, masih ada beberapa kalangan masyarakat menilai secara negative. Tidak hanya itu, Tidak hanya itu, Ma'ruf Amin yang diputuskan sebagai pasangan wakil presiden juga menjadi sebuah pertimbangan bagi bagi masyarakat saat Pilpres. Rakyat memiliki keinginan bahwa calon yang diusung dalam pemilu adalah wajah-wajah baru dan yang lebih muda karena dianggap memiliki semangat jiwa muda.

#### **c. Past Record (Rekam Jejak Kandidat)**

Catatan tentang hal-hal yang dilakukan oleh kandidat di masa lampau atau istilah lainnya *Past Record* akan berpengaruh terhadap keputusan pilihan masyarakat. Ketika pemilihan presiden Tahun 2019 yang lalu Joko Widodo kembali mencalonkan diri sebagai presiden dan memutuskan Ma'ruf Amin sebagai wakil presiden. Berbagai tuduhan muncul. Berita hoax mulai berkembang di kalangan masyarakat Nagari Batu Balang tempat Kampung Jokowi di resmikan. Seperti pemberitaan di media bahwa Jokowi adalah bagian komunis, pembangunan Jokowi di fokuskan di Pulau Jawa sangat minim di Sumatera Barat.

#### **2) Promotion (Promosi)**

Promotion menyangkut cara-cara yang digunakan dalam menyebarkan dan mempropagandakan produk-produk politik.<sup>11</sup> Promosi bertujuan mengenalkan kandidat ke

---

<sup>11</sup> RUDI, Hilarius, Analisis Penerapan Marketing Mix (4P) Dalam Marketing Politik Kemenangan Paket Firmanmu Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kupang Tahun 2017. Diploma thesis, Unika

tengah-tengah masyarakat dilengkapi dengan berbagai program visi-misi yang berorientasi lebih banyak kepada tataran kesadaran, kebijakan dan kepemimpinan untuk menerima hal-hal baru yang mereka miliki dan disampaikan kepada masyarakat.

Tim relawan dan tim Rumah Kerja 01 Sumbar mereka memutuskan untuk mengenalkan kandidat calon presiden 01 dengan membentuk hal-hal baru yaitu deklarasi Kampung Jokowi di Kabupaten Lima Puluh Kota, tepatnya di dua daerah yang pertama di Nagari Situjuh Tungkan menyusul di Nagari Batu Balang. Hal ini disampaikan oleh Bayu Vesky:

“... Kalau hanya sekedar kampanye turun lapangan itu kan tidak efektif. Jadi saya meyakinkan diri saya harus bikin yang booming, harus surfaive. Tujuannya agar ini sampai kepada Bapak Jokowi bahwa pendukungnya masih ada disini (Sumatera Barat)”<sup>12</sup>

Karena Kampung Jokowi ini terletak di dua daerah di Kabupaten Lima Puluh Kota, tentu ada perbedaan masing-masing. Perbedaan ini yang menjadi faktor masyarakat di Nagari Batu Balang tidak banyak memilih pasangan Jokowi-Amin. Mulai dari metode door to door yang tidak dilakukan di Nagari Batu Balang, kemudian yang diliput media didominasi oleh Kampung Jokowi yang ada di Nagari Situjuh Tungka dan peresmian atau deklarasi Kampung Jokowi di Nagari Batu Balang terkesan mendadak yaitu H-4 sebelum hari pemilihan umum.

Akibat ketua Rumah Kerja 01 Sumbar lepas kontrol di Nagari Batu Balang juga mempengaruhi kekalahan pasangan 01 karena tim relawan lebih fokus dan lebih banyak melakukan pendekatan maupun kunjungan secara rutin kepada masyarakat yang ada di Taratak, tempat Kampung Jokowi pertama kali di deklarasikan.

### 3) *Place (Tempat)*

Dalam penelitian ini place menyangkut pada persoalan dimana dan bagaimana produk politik itu akan dijual dan sampai kepada pemilih. Dari informasi yang didapat bahwa sebelum memutuskan untuk menjadikan Nagari Batu Balang sebagai Kampung Jokowi, Bayu Vesky sebagai inisiator belum mempertimbangkan beberapa hal yang menjadi pemicu kekalahan perolehan suara no urut 01 di Nagari Batu Balang pada Pemilihan Presiden Tahun 2019. Seperti kurang teliti terhadap kehidupan sosial masyarakat yang masih bergantung kepada perantau karena beberapa faktor seperti ekonomi.

---

Widya Mandira.

<sup>12</sup> Wawancara dilakukan dengan Muhammad Bayu Vesky selaku inisiator dan Ketua Rumah Kerja 01 Sumbar pada Pemilihan umum Tahun 2019, pada tanggal 11 April 2020.

Untuk distribusi produk dianggap kurang tepat dengan alasan banyak hal yang menjadi kendala dimulai dari kurangnya koordinasi dengan perangkat Nagari Batu Balang dan kurang memanfaatkan media seperti spanduk dan papan reklame di daerah-daerah strategis. Pemilihan tempat oleh inisiator deklarasi Kampung Jokowi kurang komprehensif karena tidak mampu memformulasikan produk politik kandidat yang mereka tawarkan, program tim sukses dan tim relawan di Kampung Jokowi Nagari Batu Balang juga tidak berjalan secara maksimal karena keadaan sosial masyarakat yang pasif.

### **Temuan lain penyebab Kekalahan pasangan Jokowi-Amin di Kampung Jokowi Nagari BatuBalang, Kec. Harau Kabupaten Lima Puluh Kota**

**Figur 2. Faktor lain penyebab Kekalahan No.01 di Kampung Jokowi**

No	Faktor lain penyebab Kekalahan No.01 di Kampung Jokowi
1	Tidak ada koordinasi dengan perangkat Nagari di Batu Balang
2	Kelemahan dari kinerja Rumah Kerja 01 Sumbar sebagai inisiator dan koordinasi yang buruk dengan tim relawan yang berasal dari Nagari Batu Balang
3	Adanya intimidasi dari pihak lawan kepada tim relawan berupa ancaman
4	Masyarakat masih mengkonsumsi isu-isu negative terhadap pasangan No.01 meskipun sudah berusaha untuk ditangkis oleh Tim Rumah Kerja 01 Sumbar
5	Adanya penolakan dari perkumpulan perantau Nagari Batu Balang

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan tentang Analisis Faktor Kekalahan Joko Widodo Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 di Kampung Jokowi Nagari Batu Balang Kecamatan Harau Kabupaten Lima Puluh dari segi perspektif marketing politik bisa di ambil kesimpulan beberapa faktor yang menjadi penyebab kekalahan Jokowi-Amin. Faktor internal berupa, kepribadian Joko Widodo juga kurang disukai oleh masyarakat yang melihat bersifat kurang tegas, tidak bersemangat dan kurang bijaksana dalam mengambil keputusan karena masih dikendalikan oleh beberapa pihak. Kepemimpinan Joko Widodo pada periode sebelumnya program-program yang dijalankan oleh Jokowi belum merata dan juga dianggap tidak tepat sasaran.

Faktor lain penyebab kekalahan perolehan suara calon presiden no urut 01 di Kampung Jokowi yakni, kelemahan dari kinerja tim sukses maupun tim relawan dan adanya intimidasi dari beberapa pihak. Dengan kata lain tidak mendapatkan dukungan dari pihak-pihak tertentu. Tim relawan dari awal sudah tidak membangun koordinasi yang baik dengan perangkat Nagari Batu Balang. Kemudian ditengah perjalanan untuk menyukseskan Kampung Jokowi tim relawan lepas kontrol karena lebih memilih fokus di Kampung Jokowi yang ada di Nagari Situjuh Tunga, karena mereka menilai dukungan masyarakat terlihat disana.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, PT Raja Garfindo Persada, Jakarta, 2014.
- Agus Sutisna, *Perpektif Marketing Politik: Kegagalan PDIP dan Partai Demokrat Dalam Mempertahankan Posisi Sebagai Partai Pemenang Pemilu 1999 dan Pemilu 2009*, Univeristas Muhammadiyah Tangerang, Vol. 2 No. 1, April 2016.
- Budiarjo Miriam, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Gramedia, Jakarta 2008. Buku Profil Kelitbangan Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2018.
- Pemilu 2019 di Soal, ini Lho 3 Alasan MK Perintahkan Pemilu Serentak, <https://m.detik.com/news/berita/d-4523961/pemilu-2019-disoal-ini-lho-3-alasan-mk-perintahkan-pemilu-serentak>. Di akses pada tanggal 11 September 2019.
- Rudi, Hilarius, *Analisis Penerapan Marketing Mix (4P) Dalam Marketing Politik Kemenangan Paket Firmanmu Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kupang Tahun 2017*. Unika Widya Mandira.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif, Rajawali Pets, Jakarta*, 2006.
- Sulastris Damayanti, *Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota DPR RI Perioe 2014-2019*, Universitas Islam Negri Hidayatullah Jakarta, 2014.
- Tika April Lasmi, *Faktor-Faktor Kekalahan Pasangan Pertahana (Ali Yusuf-Ismed) Pada Pemilihan Kepala Daerah Di Kota Sawahlunto Tahun 2018*. Universitas Andalas Tahun, 2019.