

**STRATEGI PASANGAN AHMAD NUR HIDAYAT DAN SALMA FAIZAH
AMATULLAH DALAM PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL
PRESIDEN BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA
TAHUN 2016**

Skripsi

Oleh

RAINDI ZIKRI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

ABSTRAK

STRATEGI PASANGAN AHMAD NUR HIDAYAT DAN SALMA FAIZAH AMATULLAH DALAM PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA TAHUN 2016

Oleh

RAINDI ZIKRI

Pemira di Universitas Lampung merupakan sebuah peristiwa demokrasi untuk memilih pemimpin Badan Eksekutif Mahasiswa setiap tahunnya. Permasalahan penelitian ini adalah tingkat partisipasi politik mahasiswa Unila yang rendah sehingga kompetisi antara dua kandidat dalam pemira yaitu pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faizah Amatullah dan Ahmad Naufal A. Caya serta wakilnya Baidowi, Sangat ketat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *Political Marketing* yang digunakan pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faizah Amatullah dalam memenangkan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, Universitas Lampung Periode 2016-2017. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Political Marketing* yang digagas oleh Firmanzah yaitu produk, tempat, harga, dan promosi. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dalam penentuan informan, serta menggunakan wawancara yang mendalam untuk mendapatkan hasil yang akurat dan dokumentasi, guna mendapatkan informasi berupa data dan foto yang di dapat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk yang digunakan pada pasangan ini adalah Visi dan Misi serta program-program yang dibawakan pada saat kampanye. Selanjutnya tempat, yang digunakan pada pasangan ini adalah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Hukum, dan Fakultas Teknik. hasil dari harga yang mendasari dari kemenangan pasangan ini adalah dari beberapa indikator yang di pakai seperti ekonomi, psikologi, harga nasional Baik itu dilihat biaya yang dikeluarkan selama pemira, latar belakang atau etnis kandidat, dan prestasi kandidat. Sedangkan hasil untuk promosi adalah *direct selling*, ke fakultas-fakultas memperkenalkan visi dan misi, menyebarkan pamphlet, banner, dan menggunakan media sosial sebagai alat

berkampanye. Maka kesimpulan yang didapat dari 4 strategi *Political Marketing* yang digunakan oleh pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faizah Amatullah. Strategi produk merupakan faktor yang paling dominan. dalam menentukan kemenangan pasangan ini. Dalam pemilihan raya tahun 2016.

Keywords : Strategi, Pemilihan, Badan Eksekutif Mahasiswa

ABSTRACT

THE STRATEGY OF AHMAD NUR HIDAYAT AND SALMA FAIZAH AMATULLAH IN PRESIDENT AND VICE PRESIDENT OF THE STUDENT EXECUTIVE BOARD ELECTION IN 2016

By

RAINDI ZIKRI

Pemira at the university of lampung is an event democracy to choose head of the students annually producing executive. The research is political participation students unila that low that competition between two candidates in pemira the couple ahmad nur hidayat and salma Faizah Amatullah and Ahmad Naufal A. Caya and his deputy Baidowi, very tight. The purpose of this research to know political marketing strategy, used couples Ahmad Nur Hidayat and Salma Faizah Amatullah in win election presidents and vice presidents, university lampung 2016-2017 period. The theory used in this study is the Political Marketing, which was conceived by Firmanzah IE product, place, price, and promotion. The researchers used a qualitative deskriptif method. With a purposive sampling techniques use Microsoft in determining the informant by using in-depth interviews and documentation, in order to obtain information in the form of data and photos are in the can. The results of this study suggests that products that are used in pairs this is the vision and mission and hosted programs on during the campaign .Next , place , used in pairs this is the faculty keguruan and science of education , the faculty of law , and the faculty of engineering . And the result of underlying price of victory this is pair of several indicators that in use as economic , psikologi , national good price was seen expenses incurred during pemira , background or ethnic candidate , candidates and achievement .While results for the promotion of direct the selling is , heading into faculties of introducing vision and mission , spreading pamphlet , banner , and using social media campaigned as a tool. And obtained that conclusion, strategy products, and strategies espionage. Is the underlying victory. The strategy a factor most dominant. There

was also the strategy espionage in use by a team ahmad nur hidayat and salma faizah amatullah in determining the couple this .In an election pemira in 2016.

Keywords : Strategy, Election, Student Executive Board

**STRATEGI PASANGAN AHMAD NUR HIDAYAT DAN SALMA FAIZA
AMATULLAH DALAM PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL
PRESIDEN BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA
TAHUN 2016**

Oleh:

RAINDI ZIKRI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU PEMERINTAHAN

pada

Jurusan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2017**

Judul Skripsi

**: STRATEGI PASANGAN AHMAD NUR
HIDAYAT DAN SALMA FAIZAH
AMATULLAH DALAM PEMILIHAN
PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN
BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA
TAHUN 2016**

Nama Mahasiswa

: Raindi Zikri

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1316021064

Jurusan

: Ilmu Pemerintahan

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dr. Suwondo, M.A.

NIP 19590903 198503 1 002

Himawan Indrajat, S.IP., M.Si.

NIP 19830727 200912 1 009

2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan /

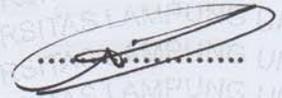
Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.I.P.

NIP 19611218 198902 1 001

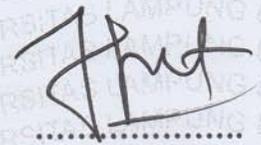
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

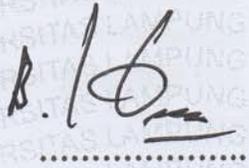
Ketua : **Dr. Suwondo, M.A.**



Sekretaris : **Himawan Indrajat, S.IP., M.Si.**



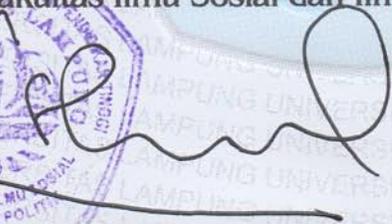
Penguji Utama : **Drs. Budi Harjo, M.IP.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarief Makhya
NIP 19590803 198603 1 003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **7 Juni 2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 7 Juni 2017
Yang Membuat Pernyataan,



Raindi Zikri
NPM. 1316021064

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada Tanggal 29 Agustus 1994. Penulis merupakan anak keempat dari pasangan Bapak Nadjamuddin Bsc dan ibu Bidasari (Alm) penulis memulai pendidikan di SDN 2 palapa tahun 2001 dan melanjutkan pendidikan di SMPN 16 Bandar Lampung 2007 dan penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 10 Bandar Lampung tahun 2013. selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Lampung. Melalui jalur SNMPTN dan terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Ilmu Pemerintahan 2013, di Universitas Lampung. Penulis berkesempatan berorganisasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh AIESEC (*Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales*) Universitas Lampung, menjadi CC (*Confrence comitte logistic of lampung youth confrence 2.0 AIESEC UNILA 2015, LO. Organizazing committee Lampung youth speak forum 2016 , dan Buddy in project youth can do 2.0 tahun 2016 AIESEC UNILA*, serta menjadi staff BD (*Business Development*) AIESEC UNILA. Term 15/16. AIESEC merupakan organisasi kepemudaan internasional yang bergerak dibidang kepemimpinan dengan memberdayakan pemuda untuk menyebarkan dampak positif di masyarakat. Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata pada tahun 2017 di Sidomulyo, Lampung selatan.

MOTTO

“wa man jaahada fa-innamaa yujaahidu linafsihi.”

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6)

Iqra (bacalah) dengan Menyebut Nama Tuhanmu yang menciptakan.

Dia telah Menciptakan Manusia dari Segumpal Darah. Iqra (bacalah), dan Tuhanmu lah yang Paling Pemurah, Sang Mengajar (manusia) dengan Perantaraan Kalam.

Dia Mengajarkan Kepada Manusia Apa yang Tidak Diketahuinya.

(QS. Al Alaq Ayat 1-5)

Hidup Jangan Pernah untuk Menunda-nunda Pekerjaan, dan Terlebih Lagi Bila Pekerjaan Tersebut Baik Maka Segera Kerjakan.

Man jadda wajada.. “Barangsiapa sungguh2, ia akan mendapatkan (yang ia inginkan/cita2kan)

(Raindi Zikri)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Alhamduillahirabbil'alamiin telah Engkau Ridhai Ya Allah langkah hambaMu,
Sehingga Skripsi ini pada akhirnya dapat diselesaikan tepat waktu

Teriring Shalawat Serta Salam Kepada Nabi Muhammad SAW
Semoga Kelak Skripsi ini dapat Memberikan Ilmu yang Bermanfaat

dan

Ku Persembahkan Karya Sederhana Ini Kepada

Ayahanda dan (Alm) Ibunda tercita serta kaka-kakaku yang ku sayangi sebagai
tanda bakti, hormat dan cintaku.
Terima kasih atas doa dan restu yang telah kalian berikan.

Terimakasih untuk saudara-saudara seperjuangan di Jurusan Ilmu Pemerintahan,
semoga amal kebaikan yang telah dilakukan mendapat balasan dari Allah SWT.

Almamater Tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Segala puji hanyalah bagi Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Strategi Pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faizah Amatullah Dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Tahun 2016”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sebagai akibat dari keterbatasan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini antara lain, yaitu:

1. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.I.P. selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung serta
3. Bapak Dr.Suwondo M.A. selaku Pembimbing pertama yang telah sabar membimbing dan memberikan saran demi terciptanya skripsi ini. Terima kasih atas semangat dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Himawan Indrajat S.IP M.Si selaku Pembimbing dua yang telah sabar membimbing dan memberikan saran demi terciptanya skripsi ini. Terima kasih atas semangat dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs.Budi Harjo M.IP. selaku Pembahas dan Penguji yang telah memberikan kritik, saran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Ilmu Pemerintahan FISIP Unila, terima kasih atas ilmu dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama di Jurusan Ilmu Pemerintahan.
7. Angkatan 2012 (Primadya Rosa Ayu, S.I.P. Yoga Swasono, S.I.P., Dedek Renaldo, S.I.P. dan Bagaskoro Adhi Wibowo, S.I.P.) yang telah berkenan membantu penulis dalam melakukan serangkaian kegiatan seminar.
8. Angkatan 2013 teman bagaikan saudara seperjuangan di ilmu pemerintahan (M Ibnu Fadhil, S.I.P., Rizki Aristoni, S.I.P., Agnessia Diknas Pitaloka, S.I.P., Ipnika Nurfasari, S.I.P., Nadia Maudyna, S.I.P., Risky Nitha, S.I.P., Chici Afrianita, S.I.P., Putri Aphrodite, S.I.P., Defa Septia, S.I.P., Oca Pawalin, S.I.P., Rini Setiawati, S.I.P.,, Yogi Noviantama, S.I.P., Maria Christina, S.I.P., Tiara Dhayu, S.I.P., Aziza Aulia Fahmi, S.I.P., Citra Ayu Narulita, S.I.P., Ekasyari Yulianita, S.I.P., Vivi Alvionita, S.I.P., Restiani Damayanti, S.I.P., Fina Ria Tisa, S.I.P., I wayan Irvan S.I.P. Resti S.I.P Vivi A. S.I.P Marina syva S.I.P) terima kasih untuk waktu dan kebersamaan yang pernah mengisi keseharian

penulis, semoga silaturahmi kita akan terus tetap terjalin dalam acara jalinan kasih

9. Serta teman-teman yang selalu memotivasi hingga mencapai gelar sarjana, saya doakan agar segera menyusul, skripsi pasti berlalu hahah (Amanda Sicilia N.S S.IP Yolanda Margaretha S.IP Bobby Kabarasa S.IP Dan Eka Purnama Sari S.IP)
10. Terimakasih dukungan nya untuk Kei, Fendi, probo, andri Dan saudara ku Ghina K. Ade R , Winda A, Nana segera menyusul ya adik.. jangan buru-buru nyari kerja itu susah jadi nikmatilah masa-masa indah perkuliahan haha. Terimakasih juga buat Revita Rhomadhoni S.E dan Christiani Purba makasih masukan nya selama ini sehingga bisa lulus juga kawan nya ini haha
11. Teman-teman yang sudah lama berteman LBM, (Bunga Yani Gupita, Izhar Alfi Saputra , M. Ilham Dafilian, Syafira Riadinandawati , Ratna Kolama putri , Suci Amelia, Ega Welly Agustin) mohon maaf tidak menulis gelar karena sedang menghemat tinta dan kertas.haha
12. Serta teman-teman KKN kecamatan sidomulyo, Lampung selatan yaitu Rizki, dewi, cynthia, ratih, izal, siti, samuel dan gesa.. semoga kalian cepat menyusul ya..
13. Tidak lupa juga penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tua yaitu ayahanda Nadjamuddin Bsc dan Ibunda tercinta Bidasari (Alm) serta kaka-kakaku tersayang , terimakasih atas dukungan serta masukan yang kalian berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, skripsi ini penulis persembahkan buat kalian

Semoga Allah SWT membalas amal baik kita semua dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Bandar Lampung, 7 Juni 2017

Raindi Zikri

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR TABEL	iii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Tentang Strategi	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Manajemen Strategi	18
B. Tinjauan Tentang Strategi <i>Political Marketing</i>	20
1. Marketing politik	20
2. Empat Elemen Marketing Politik.....	22
3. Strategi Marketing Politik.....	23
4. Tim Sukses Pemasaran	25
5. Peran <i>Marketing Politik</i>	27
C. Tinjauan Tentang Organisasi	35
1. Pengertian Organisasi	35
2. Asas-Asas Organisasi.....	36
3. Bentuk-Bentuk Organisasi	37
D. Kerangka Pikir	37
III. METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	42
B. Fokus Penelitian.....	43
C. Lokasi Penelitian	44
D. Informan	44
E. Jenis Data	47
1. Primer.....	47
2. Sekunder	47
F. Teknik Pengumpulan Data	48

a. Wawancara	48
b. Dokumentasi	49
A. Teknik Pengolahan Data	49
1. Editing	49
2. Interpretasi Data	50
B. Teknik Analisis Data	50
1. Reduksi Data	52
2. Pengumpulan Data	52
3. Penyajian Data	53
4. Menarik Kesimpulan	53
C. Teknik pemeriksaan Keabsahan Data	54

IV. GAMBARAN UMUM

A. Badan Eksekutif Mahasiswa	56
1. Sejarah Badan Eksekutif Mahasiswa	56
2. Visi dan Misi Badan Eksekutif Mahasiswa	57
3. Tugas dan Kewajiban Struktural Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung	57
B. Lembaga Organisasi Kemahasiswaan	64
1. Peran Mahasiswa	66
2. Sejarah Perkembangan Terhadap Lembaga Kemahasiswaan ...	67
3. Tantangan Masa Depan	72
C. Gambaran Umum Pemilihan Raya	73
D. Gambaran Umum Pada Saat Pemira Berlangsung	73
1. Tujuan Kegiatan	75
2. Dasar Kegiatan	76
3. Ketentuan Penutup	82

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam pemilihan presiden dan wakil presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Tahun 2016	84
1. Produk (<i>product</i>)	85
2. Tempat (<i>place</i>)	92
3. Harga (<i>price</i>)	98
4. Promosi (<i>promotion</i>)	105

VI. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	110
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data kepemimpinan Pasangan Presiden BEM Unila 2011-2016....	7
2. Dpt Pemilihan pasca calom perfakultas di Unila	9
3. Tingkat partisipasi diUnila	10
4. Hasil Akhir Suara Pemilihan Raya BEM Unila Tahun 2016.....	11
5. Pemetaan Suara Pasangan Ahmad dan Salma Faiza	12
6. Penelitian Terdahulu	14
7. Infoman Penelitian	45
8. Data primer.....	47
9. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan	77
10 Nama Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden BEM Unila..	78
11 DPT pemilihan pasca calon perfakultas di Unila	81
12 Strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Tahun 2016.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. Swing Vote	24
3. Bagan Kerangka Pikir	41
3. Visi Misi pasangan	86
4. Festival Budaya	88
5. Lokasi kampanye pada fakultas Hukum	93
6. Lokasi pencoblosan di fakultas Hukum.	93
7. Pamhlet yang digunakan pada saat berkampanye	94
8. Pemasangan banner pada saat berkampanye	95
9. Visi dan Misi kandidat	95
10. Sosialisasi ke HIMA Fisip.....	96
11. Sosialisasi kepada mahasiswa unila	97
12. Fanpage Kandidat Untuk Menunjukkan Prestasi	102
14 Visi dan Misi Pasangan	106
15 Pemasangan banner	106
16 Pamphlet yang Digunakan Pada Saat Berkampanye	107
17 Pada saat mendatangi Tokoh – Tokoh/ Ketua Hima.....	107
18 Pada saat pencoblosan bersama Hima Hukum.....	107

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Gerakan mahasiswa merupakan bagian dalam gerakan sosial, muncul karena adanya motivasi tertentu. Salah satu bentuk motivasi mahasiswa antara lain adanya keinginan untuk mengadakan perubahan atau koreksi terhadap hal yang menyimpang dalam kehidupan sosial. Sebagai gerakan mahasiswa cenderung bermuara idealisme subjektif mahasiswa akan kondisi sosialnya.

Gerakan mahasiswa muncul dipicu oleh rasa frustrasi dengan diberlakukannya Normalisasi Kehidupan Kampus dan Badan Kehidupan Kampus atau (NKK/BKK) yang melarang mahasiswa berpolitik sehingga memicu mahasiswa melakukan gerakan dengan tujuan menghilangkan rasa frustrasi. Mahasiswa adalah kelompok sosial masyarakat yang mempunyai kapasitas intelektual untuk memahami kondisi dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara hal ini terjadi karena mahasiswa adalah orang-orang yang mempunyai kesempatan lebih mengenyam pendidikan, sehingga kemampuan berpikir kritis banyak dimiliki mahasiswa. (Indriyana,2011:5)

Oleh karena itu didalam gerakan mahasiswa perlu ada nya demokrasi, demokrasi sendiri memiliki nilai-nilai dan norma-norma yang harus menjiwai dan mencerminkan keseluruhan proses kehidupan, dinamika di perguruan

tinggi salah satunya yaitu Universitas Lampung dimana terletak ditangan mahasiswa. Sedangkan dalam Pemira (pemilihan raya) sendiri merupakan salah satu bentuk pemenuhan hak asasi seperti mahasiswa yang dapat mengungkapkan pendapat mereka di bidang politik bahkan dalam pemira. Pemira merupakan sarana demokrasi untuk membentuk sistem kekuasaan di lingkungan kampus, Kekuasaan yang lahir melalui pemira adalah kekuasaan yang lahir menurut kehendak mahasiswa yang ingin menciptakan sebuah perubahan yang menjadi lebih baik lagi.

Di samping itu lebih lanjut, akan lahir suatu mahasiswa yang mempunyai daya kritis yang tinggi, dalam arti memilih yang terbaik menurut keyakinannya. Pelaksanaan kedaulatan dalam pemira tidak dapat dilepaskan dari pemira karena pemira sendiri merupakan konsekuensi logis diadanya prinsip kedaulatan pemira. Prinsip dasar kehidupan yang demokratis adalah setiap pemilih berhak ikut aktif dalam proses pemira ataupun politik.

Hak mahasiswa untuk ikut serta dalam pemira disebut hak pilih. Hak pilih di lingkungan kampus terbagi atas dua yaitu hak pilih aktif (memilih) dan hak pilih pasif (dipilih) Di Indonesia hak memilih diberikan kepada lingkungan kampus (mahasiswa) yang telah memenuhi syarat sesuai dengan ketentuan Undang-Undang pemira (Kansil, 2001:3) Pemira sebagai mekanisme demokrasi dalam memilih pemimpin saat ini sudah menjadi tradisi dalam kehidupan organisasi maupun mahasiswa, termasuk dalam kehidupan organisasi Di Universitas Lampung (Unila), terdapat mekanisme yang lebih dikenal dengan Pemilihan Raya (Pemira) diasumsikan sebagai sistem pemira

mahasiswa. Pemira di Universitas Lampung merupakan pesta pemilihan pemimpin dilingkungan kampus, yang diadakan setiap tahun.

Pemira bertujuan untuk memilih sosok yang akan memimpin mahasiswa di BEM Universitas. Organisasi yang melakukan Pemira adalah Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Mengenai adanya dasar hukum tentang Pemira seperti undang-undang yang mengatur jalannya pemira di Unila merupakan suatu dasar hukum yang sangat penting adanya di pemira.

Dasar Hukum Pemira.

1. Konstitusi KBM Unila 2016
2. UU No 2 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Pemira
3. UU No. 2 Tahun 2013 tentang Penyelenggara Pemira (pengganti)
4. UU No 1 Tahun 2014 tentang Pemira
5. UU No 1 Tahun 2016 tentang Pemira (pengganti)
6. Dasar hukum yang mengatur pemira konstitusi keluarga besar mahasiswa Universitas Lampung tahun 2006 pasal 46
7. SK MenDikBud UU No 155 Tahun 1998 tentang Pedoman Umum Organisasi Kemahasiswaan Perguruan Tinggi

Mengenai dasar hukum yang mengatur pemira di Unila tahun 2016, saat pemira berlangsung menggunakan UU No 1 Tahun 2016. Undang-Undang No 1 tahun 2016 merupakan Undang-Undang yang terbaru dari No 2 Tahun 2013 menggantikan UU No 1 Tahun 2014. Serta mengesahkan surat keputusan dari mendikbud UU No 155 Tahun 1998 tentang pedoman umum organisasi kemahasiswaan perguruan tinggi (<http://dpm.u.kbm.unila.ac.id> diakses pada 13/01/2017 Pukul : 13:00 WIB)

Mahasiswa Universitas Lampung (Unila) merupakan generasi muda bangsa yang bebas mengeluarkan pendapat sesuai dengan norma-norma yang

berlaku. Mahasiswa-pun memiliki status kehormatan terkait dengan perguruan tingginya. Mahasiswa Unila bebas untuk berserikat dan berkumpul mengeluarkan pemikiran dalam bentuk lisan atau tulisan dimana salah satu ciri Mahasiswa yang berisifat kritis dan solutif.

Dengan pemikiran mahasiswa yang kritis dan solutif tersebut maka disini mahasiswa memiliki peran sebagai penilai kondisi masyarakat secara *real* serta dapat pula mengambil peran yang penting dalam pergerakan-pergerakan sosial kemasyarakatan. Dalam setiap aktivitas mahasiswa harus berdasarkan pada prinsip. dengan memberikan peran keleluasaan lebih besar pada mahasiswa sebagai pelaku perubahan dan pengusung tonggak eatafet kepemimpinan. Perubahan paradig dunia kemahasiswaan secara nasional saat ini dimulai sejak era reformasi dan ditindak lajuti oleh SK No. 15/UU/1998 tentang Pedoman Umum Organisasi Kemahasiswaan Perguruan Tinggi

Peraturan Perundang-undang BEM Unila untuk Universitas yang menganut asas legalitas, setiap lembaga kemahasiswaan, Berkewajiban melaksanakan penyelenggara kegiatan kemahasiswaan yang di lakukan secara terencana, terpadu dan berkelanjutan dalam sistem hukum Universitas yang menjamin perlindungan hak dan kewajiban.

Pembentukan peraturan BEM perundang-undangan merupakan salah satu syarat dalam kepastian hukum yang berlaku oleh karena itu lembaga kemahasiswaan yang berwenang membuat peraturan perundang-undangan antara lain :

1. DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa) Universitas
2. DPM FAKULTAS
3. Pasal 7 ayat 2
4. Pasal 8 ayat 1

Sumber: Tim Pemenangan Tahun 2016

Yang berhak yang membuat perundang-undangan BEM adalah DPM sendiri, sedangkan untuk yang menjalankan Undang-Undang Tingkat Universitas sendiri bisa BEM sendiri atau pun keorganisasian lain. Dan dasar hukum dari DPM ini kenapa membuat perundang-undangan sendiri ada di Konstitusi KBM unila 2016 pasal 7 ayat 2 dan pasal 8 ayat 1 . Pasal 7 ayat 2 berisikan tentang perencanaan penyusunan peraturan perundang-undang di lakukan prolegma. Pasal 8 ayat 1 berisikan rancangan Undang-Undang KBM Unila dapat berasal dari DPM U, dan presiden mahasiswa.

Bem Sebagai Organisasi kemahasiswaan merupakan wadah pembelajaran bagi mahasiswa yang ingin menyalurkan aspirasinya. Sebagai kelompok elit pemuda dan merupakan *agent of change* dalam masyarakat, mahasiswa merupakan komunitas yang dinamis dalam mengakomodasi sebuah perubahan, paling peka dalam mengkaji kondisi krisis. Artinya, mahasiswa dapat dikatakan sebagai generasi penerus bangsa (Rudi, jurnal online diakses pada 11/12/2016 pukul 18:00)

Peran BEM dalam masyarakat sangat penting. Selain kumpulan *agent of change*, mahasiswa yang tergabung dalam BEM dikategorikan juga sebagai *social control* dan *iron stock*. Mahasiswa tidak hanya sebagai agen perubahan seperti pahlawan melainkan sebagaimana mahasiswa sepantasnya menjadi agen pemberdayaan setelah perubahan yang berperan dalam pembangunan

fisik maupun non fisik sebuah bangsa yang kemudian ditunjang dengan fungsi mahasiswa selanjutnya yaitu kontrol sosial, kontrol budaya, kontrol masyarakat dan kontrol celah-celah adanya kedzaliman.

Kedudukan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) yang diperhitungkan oleh masyarakat rupanya juga dianggap sangat penting bagi mahasiswa di kampus sehingga diperebutkan. Faktanya, di Universitas Lampung (Unila) terdapat kelompok-kelompok mahasiswa yang berlatar belakang serta dengan pemahaman mereka masing-masing yang berkompetisi untuk memperebutkan kursi untuk menjadi presiden BEM Unila.

Hampir setiap pergantian kepemimpinan presiden BEM di Unila selalu menarik perhatian kalangan mahasiswa. Ternyata keberadaan mahasiswa di kampus diwarnai oleh latar belakang eksternal. Disamping itu juga, adanya kotak-kotak berdasarkan jurusan yang latar belakangnya berbeda-beda tersebut. Masing-masing mahasiswa dengan *background* yang berbeda seperti basis dukungan seperti organisasi yang mereka ikuti baik itu secara Eksternal maupun Internal.

Dan basis dukungan merupakan suatu dukungan yang kuat guna mencapai suatu tujuan khususnya dalam pemira. Oleh karena itu mereka berlomba-lomba memerebutkan kedudukan kursi kekuasaan di untuk menjadi presiden BEM Unila. Dalam memerebutkan kekuasaan ini terjadilah persaingan.

Adanya persaingan ini dapat dilihat melalui data kepemimpinan 5 (lima) tahun belakang yang pernah menjadi ketua atau presiden BEM di Unila Lampung sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Kepemimpinan Pasangan Presiden BEM Unila 2011-2016

No.	Nama	Periode
1.	Eko Primananda Dan Rahmat Nurudin	2011-2012
2.	Arjun Fatahillah Dan Nanda Satriana	2012-2013
3.	Nanda Satriana Dan Tri Wibowo	2013-2014
4.	Ahmad Khairudin Syam Dan Joko Budianto	2014-2015
5.	Bambang Irawan Dan Deni Yuniardi	2015-2016
6	Ahmad Nur Hidayat Dan Salma Faiza Amatullah	2016-2017

Sumber: DPM- Unila, Tahun 2016

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa pada berkompetisi dalam memperebutkan kepemimpinan lembaga kemahasiswaan Dalam konteks ini yang dimaksud adalah BEM Unila. Berdasarkan data yang diperoleh kepemimpinan organisasi BEM Unila periode 2011 hingga 2016 Dinamika ini yang menjadikan organisasi eksternal kampus terus berkompetisi agar tetap dapat mengibarkan sayapnya di BEM Unila. Dan di Unila sendiri krisis akan adanya demokrasi, sebelumnya pemira telah sempat berhenti pada tahun 2013 namun mengapa tahun 2016 ada pemilihan raya dan diadakan kembali pemilihan raya, karena mahasiswa ingin adanya perubahan dalam sistem demokrasi yang ada di Unila sendiri.

Dari berbagai kalangan baik itu wanita maupun pria dalam kandidat atau calon kandidat yang akan menjadi presiden BEM unila, tidak memandang sebelah mata bahkan dalam pemilihan ada juga wanita yang maju untuk menjadi presiden BEM Di Unila. Serta dalam banyak nya calon kandidat bahkan alumni banyaknya berlatar belakang organisasi yang berbeda-beda Sebab, eksistensi organisasi ditentukan oleh masa yang besar dan ini menjadi modal utama agar organisasinya tetap menjadi nomor satu dalam birokrasi kampus. Dengan adanya masa yang besar maka tidak menutup kemungkinan

bahwa dalam kompetisi di kampus organisasi eksternal dapat memenangkan kekuasaan yang diinginkan. (www.wikipedia/organisasi.com diakses pada 11/12/2016 pukul 09:40 WIB)

Pada pemilihan presiden BEM Unila terdapat 2 nama pasangan calon presiden dan wakil, yang pertama, Ahmad Nurhidayat dan Salma Faiza Amatullah, yang kedua Ahmad Naufal dan Baidowi. Sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden, Mereka mempunyai beberapa basis dukungan atau jabatan sebagai berikut.

Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah memiliki basis dukungan, seperti Ahmad sendiri pernah menjabat sebagai ketua Umum fossi di fakultas Hukum , ketua komisariat Unila PPM (Persatuan mahasiswa Mesuji) serta ketua bidang penelitian dan pengembangan Hima HAN (Himpunan Mahasiswa Hukum Administrasi Negara) yang terakhir Ketua DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa).

Sedangkan Salma Faiza Amatullah sebagai wakil dari Ahmad Nur Hidayat sebagai wakil rekam jajak organisasi Salama Faaiza sendiri sudah banyak yang ia ikuti dan disertai basis dukungan baik itu secara internal maupun eksternal, secara internal basis dukungan yang Faiza Miliki adalah. Menjabat sebagai sekretaris kaderisasi Himasakta dan kepala daperteman kaderisasi IKAM (Ikatan Mahasiswa) TUBABA (Tulang Bawang Barat).

(Secara Eksternal sendiri Salma pun memiliki prestasi baik itu di bidang akademik maupun non akademik. Mendapatkan beasiswa PGN (Perusahaan Gas Negara), serta penulisan *essay* tingkat internasional PPI india. Dari semua yang mereka miliki sebagai rekam jejak di organisasi merupakan nilai plus untuk menjabat sebagai presiden maupun wakil.)

Sedangkan mengenal sosok dari nomor urut dua yaitu Ahmad Naufal Caya dan Baidowi. Untuk Naufal sendiri telah berpengalaman di bidang kepemimpinan salah satu nya sebagai Pengurus DPD KNPI (Komite Nasional Pemuda Indonesia) Lampung. Serta wakil nya Baidowi selama berkuliah ia aktif di bidang kepengurusan keanggotaan pramuka. (Pansus pemira – Unila tahun 2016)

Berdasarkan riwayat basis dukungan yang dimiliki pasangan calon presiden dan wakil presiden, telah terbukti mereka mempunyai pengalaman sebagai *leader* (pemimpin) baik itu secara internal maupun eksternal mereka siap memimpin.berikut daftar pemilihan tetap pasca calon per fakultas.

Tabel 2. DPT pemilihan pasca calom perfakultas di Unila

No	Nama fakultas	Jumlah Daftar Pemilih Tetap
1	Fakultas Pertanian	3840 Suara
2	Fakultas Mipa	2914 Suara
3	Fakultas Kedokteran	791 Suara
4	Fakultas Hukum	1808 Suara
5	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	3829 Suara
6	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poitik	3192 Suara
7	Fakultas Teknik	2991 Suara
8	Polim (panglima polim)	344 Suara
9	METRO	387 Suara
10	Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan	5146 Suara
	Jumlah	25242 Suara

Sumber : Pansus Pemira – Unila, Tahun 2016

Berdasarkan hasil pemira Pemilihan raya pada DPT (Daftar Pemilih Tetap) jumlah dpt yang paling besar pada perfakultas di Unila yaitu FKIP (Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan) sekitar 5.146 Suara. Sedangkan dilihat dari tingkat partisipasi pemilih pada perfakultas Di Unila antara lain.

Tabel 3. Tingkat partisipasi di unila

No	Nama Fakultas	Jumlah DPT	Total Surat suara	Surat Suara terpakai	Surat Suara tidak terpakai	DPT Yang terpakai	Jumlah Suara calon 1	Jumlah suara calao 2	Jumlah suara tidak sah
1	Fakultas Kedokteran	791	329	233	96	232	159	37	37
2	Fakultas MIPA	2914	948	824	124	816	684	49	96
3	Fakultas Pertanian	3840	1683	642	1041	630	485	38	119
4	Fakultas Teknik	2991	1500	453	1047	452	331	28	94
5	Fakultas Ekonomi & Bisnis	3829	1500	399	1101	392	236	102	61
6	FISIP	3192	1325	533	792	532	259	151	123
7	Fakultas Hukum	1808	766	569	197	526	374	79	103
8	FKIP	5146	2110	1676	434	1676	1087	259	311
9	Polim (Panglima polim)	344	152	123	30	123	88	14	21
10	Metro	387	188	163	25	163	126	14	23
	Jumlah	25242	10501	5615	4887	5542	3829	711	988

Sumber : Pansus Pemira – Unila, Tahun 2016

Berdasarkan tabel 3 di atas, merupakan hasil dari tingkat partisipasi pemilih dalam jurusan difakultas keguruan dan ilmu pendidikan, total jumlah partisipasi di FKIP adalah paling terbanyak partisipasinya, sekitar 1676 Suara. Sedangkan pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah memperoleh 3829 suara dan pasangan Ahmad Naufal A. Caya

dan Baidowi memperoleh 771 suara, adapun suara Golongan Putih (Golput) dan tidak sah berjumlah 988 suara Pada PEMIRA tahun 2016 ini terjadinya Golput yang mencapai 988 suara terjadi dikarenakan pertama, kurangnya simpatik mahasiswa terhadap pemira yang diadakan oleh BEM Unila kedua kandidat, terbentur dengan adanya perkuliahan saat PEMIRA dan kurangnya strategi pendekatan personal dari kandidat terhadap mahasiswa (Hasil prariset pada tanggal 13/12/2016)

Tabel 4. Hasil Akhir Suara Pemilihan Raya BEM Unila Tahun 2016

NO	Nama	Jumlah	Golput dan Suara Tidak Sah
1	Daftar Pemilih Tetap dan sah	5.588 Suara	988 Suara
2	Pasangan Ahmad nur hidayat dan salma faiza amatullah	3829 Suara	
3	Pasangan Ahmad Naufal A. caya dan baidowi	771 Suara	

Sumber: Dokumen Pemira - BEM Unila, Tahun 2015-2016

Basis dukungan Ahmad Nur Hidayat dan Salam Faiza bersal dari fakultas hukum dan FKIP serta di buktikan dari peroleh suara tertinggi salah satu nya dari FKIP berjumlah 1.087 sedangkan Ahmad Nur Hidayat serta wakilny memiliki suara tertinggi sekitar 3289 suara dan mengalahkan pasangan nomor urut dua yaitu Ahmad Naufal A. Caya dan Baidowi yang hanya memperoleh 771 suara yang sah, jauh dibandingkan dengan pasangan urut nomor satu, maka sudah jelas terlihat bahwa pasangan Ahmad Naufal A.Caya dan Baidowi kalah suara hasil akhir menunjukkan bahwa Ahmad Nur Hidayat dengan wakil nya terpilih sebagai pemenang

Kenyataan yang terjadi dibalik kemenangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah sebagai Presiden dan wakil presiden BEM U Unila periode 2016-2017. Tidak hanya mengandalkan kedua Fakultas masing-masing. Melainkan adanya strategi yang dilakukan oleh pasangan presiden dan wakil presiden BEM U ini.

Strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dengan pemetaan yang dibentuk oleh pasangan Wahyu Andika Bersama Tim pemenangannya. Pemetaan tersebut sebagai berikut.

Tabel 5. Pemetaan Suara Pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah

NO	Nama Fakultas	Jumlah
1	Fakultas Pertanian	485 Suara
2	Fakultas Mipa	684 Suara
3	Fakultas Kedokteran	159 Suara
4	Fakultas Hukum	374 Suara
5	Fakultas ekonomi dan bisnis	236 Suara
6	Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik	259 Suara
7	Fakultas teknik	331 Suara
8	Polim	88 Suara
9	METRO	129 Suara
10	Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan	1.087 Suara
	Total suara	3.629 Suara

Sumber: Tim Pemenangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah

Berdasarkan wawancara dengan saudari Ratih Okta, mahasiswa S1 Hukum dan salah satu Tim Pemenangan pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah pada tanggal 12 Desember 2016 diketahui bahwa hasil akhir suara di fakultas FKIP lah yang paling banyak dari yang lain sehingga Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah, memenangkan suara terbanyak di banding pesaingnya yaitu Ahmad Naufal dan Baidowi.

Strategi yang dilakukan oleh pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza didasarkan pada fakta bahwa kompetisi dan rivalitas (Persaingan) antar calon dalam memenangkan Pemilihan presiden BEM UNILA merupakan sebuah kenyataan yang tidak dapat dihindarkan. Berdasarkan prariset yang terjadi dilapangan menurut Informan menjelaskan:

“kenapa 70% mereka menang dari FKIP ? pertama, adanya wakil presiden dari FKIP dan di FKIP itu 2 dua pemilihan Gubernur dan presma, dan mengapa ramai ? karna di fkip lagi berlangsung nya pemira gubernur mereka maka demikian hasil suara dari pemilihan itu di masukan atau di jadikan satu keseluruhan dan kedua, karena di unila paling banyak mahasiswa nya paling besar dan banyak terdapat di FKIP. Maka demikian hasil suara terbanyak dari FKIP” (prariset tanggal 12/12/2016)

Fakta tersebut yang melatarbelakangi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza membentuk tim pemenangan. Tim pemenangan ini yang melakukan Strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza. Untuk itu penulis tertarik meneliti proses yang dilakukan pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Ahmad Naufal bersama tim sukses dalam Pembentukan strategi serta menggunakan strateginya dalam meraih simpati mahasiswa di semua Fakultas Unila. Mengingat strategi dapat berubah dalam waktu singkat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, strategi yang digunakan oleh pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah menarik untuk diteliti. Penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi yang dijalankan oleh Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah bersama tim pemenangannya serta proses pembentukan strategi dalam rangka melakukan pendekatan secara persuasif untuk mendapat dukungan sehingga Ahmad Nur Hidayat dan

Salma Faiza Amatullah dapat menduduki posisi Presiden dan Wakil Presiden BEM Unila.

Penelitian tentang strategi pemenangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa namun penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu meskipun sama-sama meneliti strategi. Hal ini diuraikan sebagai berikut :

Tabel 6. Penelitian terdahulu

NO	Peneliti	Tahun	Jenis	Judul penelitian
1	Restia Permata Sari	2015	skripsi	Strategi pemenangan pasangan Adrian Soedrajat dan Wildan Rizki dalam pemilihan gubernur badan eksekutif mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik
2	Delsen mandela	2016	Skripsi	Strategi kampanye politik pasangan calon walikota dan wakil walikota Bandar Lampung dalam pilkada serentak tahun 2015
3	Nasira	2016	Skripsi	Pemasaran politik (<i>political marketing</i>) pasangan Herman Hn dan Yusuf Kohar pada pilkada Bandar lampung tahun 2015

Sumber: di olah peneliti (2017)

Perbedaan antara skripsi pertama, dengan penelitian ini adalah dimana penelitian terdahulu ingin melihat dan memfokuskan bagaimana strategi pemenangan pasangan Adrian Soedrajat dan Wildan Rizki dalam pemilihan Gubernur BEM Fisip dengan menggunakan teori marketing politik dengan *segmentasi, targeting, position* serta menggunakan teori Firmanzah sedangkan penelitin kedua ingin melihat perbedaan strategi kampanye politik dalam pemilihan Walikota dan Wali kota Bandar Lampung tahun 2015. Serta menggunakan *incumbent* pada Walikota dan Wakil Walikota.

Perbedaan penelitian yang ketiga adalah penelitian ini hanya ingin melihat pemasaran politik terhadap pasangan Herman Hn dan Yusuf Kohar pada pilkada Bandar Lampung Tahun 2015 serta peneliti ketiga menggunakan teori marketing politik *Push, Pull, Pass* Pada Penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran politik (*marketing politik*) yang di lakukan Herman HN melalui Organisasi kelompok pengajian Majelis Taklim Rachmat Hidayat. Dengan mengadakan kampanye secara langsung pada pertemuan akbar atau pengajian ibu-ibu, Herman HN memanfaatkan organisasi masyarakat untuk menjadikan sebagai sasaran kampanye, objek kampanye dan agen kampanye.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini membahas tentang Strategi Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam pemilihan presiden dan wakil presiden Badan Eksekutif Mahasiswa, dan pada penelitian ini penulis menggunakan teori strategi pemasaran politik (*political marketing*) yang di kembangkan oleh Firmanzah bahwa marketing politik dapat di kembangkan dengan, *product, place, promotion, price*. Peneliti menggunakan 4p sendiri untuk melihat bagaimana product (produk) yaitu program yang ditawarkan saat kampanye perlangsung, place (tempat) lokasi kampanye yang di sediakan oleh tim pemenang, serta price (harga) melihat nilai jual pasangan calon dan *promotion* (promosi) cara promosi pasangan calon. Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melihat strategi Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam pemilihan presiden dan wakil presiden badan eksekutif mahasiswa, melalui tim pemenangan Badan Eksekutif Mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam Pemilihan Presiden dan wakil presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung periode 2016-2017?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Pasangan dalam Pemilihan Presiden dan wakil Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung periode 2016-2017

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis penelitian ini meliputi:

Sebagai referensi bagi pihak yang berkepentingan untuk memperdalam teori-teori serta ilmu pengetahuan mengenai strategi dalam pemilihan Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa.

2. Kegunaan praktis penelitian ini meliputi:

Sebagai sumbangan pemikiran atau informasi bagi tim pemenangan dalam pemilihan umum atau pemilihan presiden Badan Eksekutif Mahasiswa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungannya dalam kondisi saling menguntungkan. Strategi adalah sebuah rencana atau semacam arah rangkaian tindakan tertentu didalam suatu organisasi merupakan pedoman atau kelompok pedoman untuk menghadapi situasi tertentu.

Strategi dibagi menjadi dua yaitu strategi sebagai rencana dan strategi sebagai taktik. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan, sama halnya dengan konsep strategi perencanaan. Sedangkan pengertian strategi sebagai taktik merupakan sebuah maneuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh kompetitor. (Winardi,2003:12)

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan “strategi” sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sasaran khususnya adalah ingin mengetahui strategi yang digunakan pasangan

pemenang dalam memenangkan pemilihan presiden BEM Unila tahun 2016. Strategi politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus menerus oleh partai politik atau kandidat dalam membangun kepercayaan dan *image public*. Membangun kepercayaan dan *image public* ini hanya bisa dilakukan melalui hubungan jangka panjang tidak hanya pada masa kampanye saja. (Firmanzah, 2008:156)

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah rencana dasar yang menggunakan kecakapan dan sumber daya yang efektif untuk mencapai sasaran atau tujuannya untuk dengan langkah yang disusun secara terencana serta taktik yang juga disiapkan untuk mengelabui kompetitor atau lawan. Sedangkan strategi politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus menerus untuk membangun kepercayaan dari rakyat melalui sebuah hubungan jangka panjang.

2. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi memiliki arti yang berbeda-beda, yaitu:

1. Proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. (Hadari Nawawi, 2005:148)

Dilihat dari pengertian di atas dapat dijelaskan secara rinci yaitu:

- Manajemen strategi adalah proses pengambilan keputusan.
 - Keputusan yang diambil merupakan keputusan yang menyeluruh dan mendasar.
 - Pembuatan keputusan dilakukan oleh pucuk pemimpin sebagai penanggung jawab utama dalam keberhasilan dan kegagalan sebuah organisasi.
 - Pengimplementasian keputusan tersebut sebagai strategi organisasi untuk mencapai tujuan yang dilakukan oleh seluruh jajaran organisasi.
 - Keputusan tersebut harus diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi dalam bentuk kegiatan/pelaksanaan pekerjaan yang terarah.
2. Usaha manajerial menumbuh kembangkan kekuatan organisasi
 3. Arus keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan suatu strategi atau strategi-strategi yang bersifat efektif. (Hadari Nawawi, 2005:149)

b. Proses Pelaksanaan Manajemen Strategi

1. Menetapkan visi dan misi
2. Menetapkan tujuan yang terukur
3. Menyusun strategi untuk mencapai tujuan
4. Mengimplementasikan dan mengeksekusi strategi
5. Melakukan evaluasi

c. Manfaat Manajemen strategi

1. Identifikasi peluang yakni memungkinkan ancaman dari lingkungan dapat dihindari seminimal mungkin dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi sehingga organisasi dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan dan memberikan petunjuk untuk mengantisipasi perubahan – perubahan awal dari lingkungan eksternal

2. Semangat korps yakni mampu menciptakan sinergi dan semangat
3. Perubahan-perubahan strategi yakni apabila terjadi perubahan dalam lingkungan organisasi maka dengan manajemen strategi dapat menyesuaikan arah perjalanan organisasi dengan misi dan tujuan yang dicapai. (J.Salusu 2008:495).

B. Tinjauan Tentang Strategi *Political Marketing*

1. Marketing Politik (*Political Marketing*)

Marketing politik adalah salah satu cara partai politik untuk memperkenalkan program mereka kepada orang lain agar orang lain yakin untuk memilih *marketing* telah berkembang pesat dikalangan yang lebih luas, tidak hanya di tataran akademis. Hampir dipastikan bahwa setiap aspek kehidupan tidak terlepas dari aktifitas *marketing*, dari iklan televisi dan majalah serta Koran, sampai hal-hal yang menyangkut komunikasi dan persuasi. Cara dan metode *marketing* telah digunakan dalam semua aspek kehidupan (Firmanzah:2008:26)

Dengan adanya metode dan konsep marketing yang diterapkan dalam dunia politik terasa ada gairah tersendiri dalam pemahaman dan praktik politik saat ini. Politik menjadi dekat dengan masyarakat, sehingga menjadi wacana yang sering didiskusikan, dibincangkan, didebatkan bahkan dihadirkan dengan berbagai pendekatan kemasyarakatan dan lebih disukai oleh kalangan manapun. (Heryanto : 2013 : 26).

Menurut Lock dan Haris (dalam Firmanzah:2008 ; 37) terdapat beberapa karakteristik mendasar yang membedakan *marketing* politik dengan *marketing* dalam dunia bisnis, perbedaan ini berasal dari kenyataan bahwa kondisi pemilihan umum memang berbeda dengan konteks dunia usaha pada umumnya perbedaan – perbedaan tersebut sebagai berikut :

1. Pada setiap pemilihan umum setiap pemilihan memutuskan siapa yang mereka pilih pada hari yang sama. Hampir tidak ada perilaku pembelian produk dan jasa dalam dunia usaha seperti perilaku yang terjadi selama pemilihan umum.
2. Meskipun berpihak beragumen tentang adanya biaya individu dalam jangka panjang atau penyesalan sebagai akibat keputusan yang diambil ketika melaksanakan pencoblosan dalam pemilu, pada kenyataannya tidak ada harga langsung ataupun tidak langsung yang berkaitan dengan pencoblosan. Hal ini yang paling membedakan konsep pembelian (*purchase*) dalam politik bandingan dengan pembelian terdapat dalam dunia bisnis.
3. Meskipun tidak ada harga spesifik yang terkait dengan pencoblosan yang dilakukan, pemilih harus hidup dengan pilihan kolektif, meskipun kandidat atau partai yang memenangkan pemilu bukan pilihan mereka.
4. Produk politik atau kandidat individual adalah produk tidak nyata (*intangible*) yang sangat kompleks, tidak mungkin dianalisis secara keseluruhan. Sebagai konsekuensinya, kebanyakan pemilih menggunakan judgment terhadap keseluruhan konsep dan pesan yang di terima.
5. Meskipun terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengubah arah dan platform partai politik, kemungkinan untuk meluncurkan brand politik yang baru sangat sulit. Dimana brand dan image politik umumnya udah melekat dengan partai tersebut.
6. Pemenang pemilu akan mendominasi dan memonopoli proses pembuatan kebijakan publik. Pemenang pemilu akan mendapatkan hak dan legitimasi untuk melakukan semua hal yang mengatur keteraturan sosial dalam masyarakat. (Heryanto : 2013 : 29)

Marketing politik dimaksudkan adalah penyebaran luasan informasi tentang kandidat, partai dan program yang dilakukan oleh aktor-aktor politik melalui saluran komunikasi tertentu yang ditunjukkan kepada

sasaran tertentu dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap dan perilaku para calon pemilih sesuai dengan keinginan pemberi informasi. Ia terdiri atas kombinasi elemen terbaik dari pendekatan tradisional dan penggunaan teknologi komunikasi serta talenta marketing politik . (Cangara, 2014:225)

2. Empat elemen *marketing politik*

Sebuah proses *marketing politik* harus digerakkan oleh empat elemen utama, yakni:

1. *Product* (produk) Berarti partai, kandidat dan gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas ideology. Baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.
2. *Place* (tempat) dalam pemasaran sangat penting dan strategis dalam menarik perhatian pembeli. Dalam konteks politik, tempat sering diasosiasikan dengan istilah ruang publik atau public sphere misalnya media massa.
3. *Price* (harga) mencakup banyak hal, mulai dari ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra *positif* dan dapat menjadi kebanggaan Negara.

4. *Promotion* (promosi) adalah usaha yang dilakukan untuk menarik perhatian para pembeli melalui teknik-teknik, apakah itu melalui media cetak, elektronik maupun tradisional. (Firmanzah 2008)

Pemasaran politik yang sering disebut juga dengan marketing politik, serangkaian aktifitas terencana, strategis tetapi juga teknis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada pemilih. Dalam dunia politik, marketing politik ini digunakan untuk menyampaikan berbagai pesan politiknya yang berupa ide, *platform* partai dan ideology kepada masyarakat selama pemilihan umum (Morison,2009:23).

3. **Strategi Marketing Politik**

Strategi *marketing politik* digunakan oleh penulis sebagai alat analisis untuk membahas Strategi Pasangan Ahmad Nur hhidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam Pemilihan Pemilihan Presiden dan wakil Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung periode 2016-2017 kerangka teorinya adalah:

a. **Segmentasi**

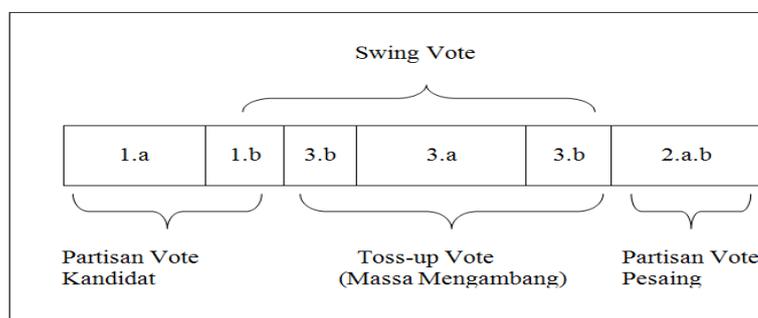
Segmentasi adalah pemilihan sekelompok orang dengan cara serupa memberikan tanggapan kepada seperangkat rangsangan pemasaran tertentu. Dengan mengesampingkan kelompok golongan putih (golput) segmentasi dibagi dalam tiga segmen besar yakni:

1. Segmen para pendukung kontestan yang dipasarkan, yang dibedakan menjadi dua yakni:

- a) Pendukung inti atau lazim disebut sebagai basis massa (*base-partisan*), adalah pendukung fanatik yang sulit berubah pikirannya.
 - b) Pendukung lapis kedua yang lazim disebut *soft-partisan*, massa pendukung yang masih bisa berubah pilihannya oleh faktor atau tawaran-tawaran tertentu.
2. Segmen para pendukung kontestan pesaing yang juga terdiri dari pendukung inti dan pendukung lapisan kedua.
 3. Segmen massa mengambang, yaitu segmen yang belum memutuskan kepada pihak mana suara akan diberikan. Secara umum segmen ini juga dapat dipilih menjadi dua yaitu:
 - a) Segmen nonpartisan dimana dari pemilihan ke pemilihan keputusan pilihan tidak menetap pada satu kandidat tertentu tapi bisa berubah-ubah tergantung faktor situasional.
 - b) Segmen yang pernah menjadi pendukung pihak tertentu tapi akan mengubah pilihannya karena merasa aspirasinya tidak terpenuhi.

b. *Targeting*

Targeting atau menetapkan sasaran adalah memilih salah satu atau beberapa segmen yang akan dibidik untuk mencapai sasaran obyektif. Setelah dilakukan segmentasi, maka yang akan menjadi targetan yang harus dilakukan segmen-segmen yang masuk ke dalam *swing vote*. Berikut penulis gambarkan segmen-segmen yang masuk kedalam *swing vote*:



Gambar 2. Swing Vote
Sumber : Firmanzah, 2008

c. *Positioning*

Positioning (penentuan posisi) yaitu, tindakan merancang pemasaran dan citra kandidat dalam menempati posisi kompetitif. *Positioning* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) *Positioning* berdasarkan isu dan kebijakan politik, yakni merepresentasikan kebijakan atau program yang diperjuangkan dan dijanjikan oleh kandidat jika menang dalam pemilihan.
- 2) *Positioning* berdasarkan benefit, yakni kandidat akan memberi manfaat tertentu kepada pemilih.
- 3) *Positioning* berdasarkan citra kandidat, *positioning* yang mengacu pada sifat-sifat pribadi yang dianggap penting sebagai karakter kandidat.
- 4) *Positioning* berdasarkan peristiwa personal, yakni mengacu pada kehidupan pribadi yang pernah dialami secara pribadi oleh kandidat.

Positioning berdasarkan citra sosial, yakni *positioning* yang menunjukkan *stereotip* kandidat untuk menarik pemilih dengan menciptakan asosiasi antara kandidat dengan segmen-segmen tertentu dalam masyarakat. (Nursal, 2004:147-157)

4. **Tim Sukses Marketing Politik**

Sebuah kegiatan marketing politik sedapat mungkin diawali dengan kegiatan pembentukan tim kerja yang disebut “Tim Sukses”. Tim Sukses direkrut dari tenaga-tenaga potensial sesuai tugas dan fungsinya. Sebuah tim sukses biasanya terdiri dari :

- a. Penasihat
Penasihat berfungsi memberi masukan dalam hal strategi dan langkah- langkah yang perlu diambil oleh organisasi atau kandidat dalam mencapai tujuan, seperti memenangkan pemilu dan merangkul pihak-pihak yang menentukan dalam pemberian suara. Para penasihat ditunjuk pada umumnya punya kematangan dan pengalaman sebagai politisi, dan mengikuti perkembangan dengan melihat dimensi-dimensi strategik yang tidak dilihat oleh orang lain.
- b. Tim Ahli
Tim ahli ialah kelompok ahli yang diangkat menurut bidangnya. Tugas tim ahli adalah menyusun program yang akan dibawa oleh kandidat dan *memback-up* kandidat jika ada pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut bidang keahliannya.
- c. Tim Riset
Tim riset ialah kelompok para peneliti yang bertugas untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan organisasi, partai atau kandidat. Misalnya pendapat masyarakat tentang kapabilitas kandidat.
- d. Tim Kampanye
Tim kampanye ialah mereka yang merencanakan dan menggerakkan kampanye untuk memasarkan calon yang diajukan organisasi atau partai. Untuk menggerakkan kampanye seharusnya ditunjuk seorang manajer kampanye yang memiliki keahlian di bidang perencanaan dan strategi komunikasi, atau yang memiliki pengetahuan dalam bidang politik, tetapi memiliki pengalaman dan hubungan yang baik dengan sosial.
- e. Tim Penggalang Massa
Tim penggalang massa adalah orang-orang yang direkrut untuk menggalang massa, baik untuk kepentingan pengumpulan suara maupun *show force* untuk menunjukkan kekuatan kandidat kepada masyarakat atau calon pemilih. Penggalangan massa biasanya dilakukan untuk kampanye publik di lapangan terbuka, pawai, atau konser musik. Penggalangan massa juga dilakukan untuk mengingatkan para pemilih untuk datang ramai- ramai ke tempat pemungutan suara (TPS) pada hari pencoblosan.
- f. Tim Pengamat
Kelompok ini dibentuk untuk mengamati dan mengawasi tindak tanduk lawan politik yang membahayakan citra kandidat. Tim pengamat menyampaikan informasi ke pimpinan kandidat atau organisasi untuk segera diambil tindakan dalam mengatasi hal tersebut.
- g. Tim Pengumpul Suara (*Vote Getter*)
Mereka terdiri dari orang-orang yang direkrut karena pengaruh yang besar dalam masyarakat. Mereka biasanya memiliki pengaruh dan kedudukan sosial. (Cangara, 2014:226-229)

5. Peran *Marketing politik*

Marketing politik memiliki peran yang ikut menentukan dalam proses demokratisasi. Di negara-negara maju, partai-partai politik mengerahkan kemampuan marketing mereka untuk merebut sebanyak mungkin konstituen. Berbagai teknik yang sebelumnya hanya dipakai dalam dunia bisnis, sekarang ini telah dicangkokkan ke dalam kehidupan politik. Semakin canggih teknik marketing yang diterapkan dalam kehidupan politik.

Para anggota tim sukses berusaha 'menjual' jago mereka dengan berbagai cara yang seringkali kita rasakan tak ada bedanya dengan mengiklankan produk di media, mempromosikan outdoor maupun indoor. Segala taktik dipakai agar rating jago mereka tinggi dan rakyat memilihnya di bilik-bilik suara. Selain itu, marketing politik dapat memperbaiki kualitas hubungan antara kontestan dengan pemilih. Pemilih adalah pihak yang harus dimengerti, dipahami dan dicarikan jalan pemecahan dari setiap permasalahan yang dihadapi. Firmanzah (2008: 319)

Marketing politik meletakkan bahwa pemilih adalah subjek, bukan objek manipulasi dan eksploitasi. Marketing politik tidak hanya bisa diterapkan di negara-negara maju, di negara-negara berkembang pun hukum-hukum marketing perlu diterapkan dalam dunia politik untuk menarik sebanyak mungkin pemberi suara. Persaingan merupakan fenomena yang tidak dapat dihindarkan dalam iklim demokrasi. Untuk dapat memegang kekuasaan, partai politik atau seorang kandidat harus

memenangkan pemilihan umum dengan perolehan suara terbanyak di antara kontestan-kontestan lainnya.

Kondisi persaingan politik, masing-masing kontestan membutuhkan cara dan metode yang tepat untuk bisa memenangkan persaingan. mengukur kemenangan dalam dunia politik dilakukan dengan melihat siapa yang keluar sebagai pemenang dalam pemilihan umum. Namun, kemenangan ini juga harus dikaji dan dianalisis dengan hati-hati mengingat perimbangan kekuasaan yang ada di antara partai-partai politik. Firmanzah (2008: 147) Peran dan fungsi marketing politik dalam usaha menciptakan masyarakat yang kritis dalam dunia politik meliputi:

1. Distribusi Informasi Politik

Marketing politik membantu sebagai media distribusi dan penyebaran sejumlah hal ke masyarakat luas (Hal ini sangat bertolak belakang dengan keadaan yang berlaku dalam sistem politik tertutup, di mana distribusi dan penyebaran informasi serta pengetahuan politiknya terbatas pada suatu (kelompok tertentu). Dengan demikian, marketing politik sekaligus merupakan media partisipasi.

Hal pertama yang disebarkan dan diseminasi oleh marketing politik ke masyarakat adalah informasi dan pengetahuan (knowledge) tentang politik. Melalui aktivitas marketing seperti Man dan promosi, informasi serta pengetahuan akan dapat dengan mudah disebarluaskan oleh partai politik dan kontestan. Tidak hanya informasi tentang partai politik dan kontestan yang tersedia dalam

pasar, melainkan informasi tentang kondisi dan harapan-harapan konstituen pun akan terbuka.

Informasi dan pengetahuan tidak hanya satu arah dari konstituen ke partai politik, namun juga informasi tentang partai politik yang diterima konstituen. Kedua belah pihak saling membutuhkan informasi dan pengetahuan satu sama lain. Marketing politik merupakan aktivitas yang dilakukan oleh partai politik dan kontestan individu dalam merancang isu-isu yang akan dilempar ke masyarakat, mengkomunikasikan solusi yang hendak diterapkan ketika berkuasa, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap partai/individu yang berkuasa.

Para anggota tim sukses berusaha melakukan nilai jual dengan berbagai cara yang seringkali kita rasakan rak ada bedanya dengan mengiklankan produk di media, mempromosikan outdoor maupun indoor. Segala taktik di pakai agar rakyat memilihnya, di bilik-bilik suara. Selain itu, marketing politik dapat memperbaiki kualitas hubungan antara kontestan dengan pemilih. Pemilih adalah pihak yang harus dimengerti, dipahami dan dicairkan jalan pemecahan dari setiap permasalahan yang di hadapi.

Persaingan merupakan fenomena yang tidak dapat dihindarkan dalam iklim demokrasi. Untuk dapat memegang kekuasaan, partai politik atau seseorang kandidat harus memenangkan pemilihan

umum dengan perolehan suara terbanyak diantara kontestan-kontestan lainnya.

Mengukur kemenangan dalam dunia politik dilakukan dengan melihat siapa yang keluar sebagai pemenang dalam pemilihan umum. Namun, kemenangan ini juga harus dikaji dan dianalisis dengan hati-hati mengingat perimbangan kekuasaan yang ada di antara kekuasaan, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap partai/individu yang berkuasa.

Marketing politik dilakukan dengan melibatkan media TV, radio, koran dan pamflet yang mencoba melontarkan semua hal yang perlu disampaikan kepada publik. Persaingan antarpartai politik, masing-masing kontestan mencoba bersaing untuk memengaruhi opini publik.

Marketing politik dalam peran ini membuat masyarakat tidak buta informasi. Mereka tidak lagi memilih asal memilih, melainkan lebih mempertimbangkan banyak hal ketika memutuskan akan memilih jago mereka. Melalui media promosi, iklan, konferensi pers, talk show dan debat publik, partai politik atau kandidat perseorangan dapat meningkatkan ketersediaan informasi yang nantinya sangat dibutuhkan oleh pemilih dalam menentukan kandidat mana yang akan dipilih.

Marketing politik juga semakin meningkatkan ketersediaan informasi politik yang dapat diakses masyarakat. Melalui marketing

politik, informasi yang tadinya tertutup dan hanya dikonsumsi sejumlah elit politik tertentu sekarang menjadi semakin terbuka untuk menjadi konsumsi publik. Masyarakat pun menjadi semakin mudah mengakses informasi yang dulunya sulit sekali didapatkan. Melalui pemberitaan, aktivitas promosi dan iklan partai, jumlah informasi yang tersedia di masyarakat akan semakin meningkat.

2. Edukasi Politik

Masih berkaitan dengan peran informatif, marketing politik berguna untuk proses pembelajaran terbuka bagi setiap elemen yang terdapat dalam suatu negara. Dari informasi memadai yang mereka dapatkan, masyarakat niscaya mendapatkan pelajaran-pelajaran yang berfaedah bagi mereka, terutama dalam memilih calon yang tepat.

Pembelajaran ini dapat terwujud karena sesungguhnya masing-masing pihak akan memetik hasil dari interaksi yang tercipta selama berlangsungnya proses marketing politik. Proses pertukaran informasi membuat masing-masing aktor politik dapat lebih mudah memahami hal-hal yang diinginkan pihak lain. Partai politik dapat belajar untuk memahami konstituen dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan pemahaman berpolitik.

Marketing politik merupakan aktivitas yang dapat melibatkan banyak pihak sekaligus. Karena apa pun yang dilakukan aktor politik akan dapat dilihat, dianalisis, dievaluasi dan dikontrol oleh pihak lain, sejumlah aktor social dapat menggunakan marketing politik

sebagai media pembelajaran. Bahkan kalangan LSM dapat memanfaatkan teori-teori marketing politik untuk mendidik masyarakat dalam politik.

Dengan begitu, LSM bisa menyelenggarakan fungsinya sebagai penyedia informasi politik yang berguna bagi masyarakat. masyarakat secara luas juga perlu mendapatkan pembelajaran politik. Proses pembelajaran yang paling bermanfaat bagi kalangan luas adalah pembelajaran seluruh masyarakat itu sendiri. Dengan marketing politik, masyarakat diajak berkenalan dengan proses demokrasi yang sesungguhnya. masyarakat dapat melakukan proses pembelajaran dari aktivitas- aktivitas yang tercipta dalam marketing politik. masyarakat bisa mengetahui hak dan kewajiban dalam politik, perilaku para aktor politik, output atau realisasi janji-janji partai politik atau kandidat individu, dan semua peraturan yang terkait dalam kehidupan berpolitik.

3. Kesadaran politik

Melalui proses edukasi politik, masyarakat akan sadar akan hak dan kewajiban politik mereka. Pemberian dan penyediaan informasi politik membuat masyarakat perlahan dan pasti. penyadaran akan hak dan kewajiban, diharapkan akan muncul transformasi sosial politik dalam masyarakat.

Transformasi yang paling diharapkan dengan adanya marketing politik adalah perubahan paradigma. Perubahan ini dapat terjadi di sisi kontestan (partai politik dan kandidat individu) maupun di sisi

masyarakat luas. Dari sisi kontestan: adanya marketing politik dan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat luas terhadap hak dan kewajiban politik mereka, membuat partai politik dan kontestan individual menjadi lebih berhati-hati dan menempatkan konstituen sebagai tuan, bukannya sebagai objek yang akan dieksploitasi.

Dengan adanya marketing politik, semua anggota masyarakat akan lebih mampu memahami bentuk politik yang sebenarnya. Segala yang berlangsung dalam politik adalah 'rahasia umum' dalam batas-batas tertentu. peran elit politik yang kuat. Mereka mempunyai kekuasaan lebih besar dalam menentukan gerak jalannya negara dan bangsa. secara umum marketing politik telah membuka keran-keran informasi bagi masyarakat.

4. Partisipasi dan Keterlibatan Politik

Seiring dengan semakin teredukasinya masyarakat dan semakin tingginya kesadaran politik masyarakat, semakin meningkat juga keterlibatan dan partisipasi politik masyarakat. Marketing politik juga dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan semua pihak dalam kehidupan politik.

Marketing politik tidak hanya melibatkan partai-partai politik dan kontestan individu, melainkan semua lapisan masyarakat termasuk media dan pers pun terlibat selama periode kampanye maupun periode non kampanye. Masing-masing pihak berhak ikut serta dalam kehidupan. berpolitik. Bahkan regulator pun membutuhkan

marketing politik untuk menangkap aspirasi semua pihak dan menerjemahkannya dalam peraturan formal yang mengikat para peserta pemilihan umum.

Marketing politik memungkinkan adanya interaksi semua pihak serta dihindarinya dominasi satu kelompok tertentu. Hal ini membuat Partisipasi dan keterlibatan semua pihak meningkat. Salah satu penyebab meningkatnya partisipasi dan keterlibatan politik adalah meningkatnya rasa kepemilikan politik. Dengan semakin terbukanya sistem politik, dan semakin meningkatnya hak-hak berpolitik.

Masyarakat luas memiliki kesempatan untuk berperan serta mewarnai kehidupan politik melalui kebebasan bergabung dan mendirikan suatu partai tertentu. Hal ini memungkinkan semakin besarnya masyarakat yang tergabung dan berperan aktif dalam suatu partai politik, keterlibatan dan intensitas dalam kehidupan politik secara langsung pun semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya keterlibatan semua pihak dalam kehidupan politik, diharapkan semakin meningkat pula ikatan dan rasa memiliki pada diri semua elemen di dalam kehidupan politik.

Marketing politik diyakini dapat meningkatkan ikatan rasional maupun emosional kontestan dengan para pendukungnya. Serangkaian aktivitas marketing politik membuat hubungan antara kontestan dengan konstituen menjadi lebih intens. Masyarakat kritis

adalah masyarakat yang mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan, juga mengetahui mengekspresikannya.

Masyarakat yang kritis akan melakukan kontrol sosial terhadap setiap kebijakan dan aktivitas politik yang dilakukan pemerintah maupun kontestan. Masing-masing pihak akan dapat melakukan kontrol terhadap pihak lain. Masyarakat yang kritis menuntut adanya praktik politik yang lebih transparan dan terbuka. Masyarakat tidak hanya memerhatikan hal-hal yang bersifat nyata dan tampak di permukaan, namun juga perlu mengetahui proses disusunnya suatu keputusan politik.

C. Tinjauan Tentang Organisasi

1. Pengertian Organisasi

Organisasi adalah suatu sistem tentang aktivitas-aktivitas kerjasama dari dua orang atau lebih sesuatu yang tak berwujud dan tak bersifat pribadi, sebagian besar mengenai hal-hal/hubungan-hubungan. Organisasi adalah sekelompok orang yang bersatu padu, bekerja untuk satu tujuan bersama di bawah kepemimpinan bersama dan dengan alat-alat yang tepat. (john) Organisasi adalah menghimpun secara teratur bagian-bagian yang saling bergantung untuk mewujudkan suatu keseluruhan yang bersatu padu di mana wewenang, koordinasi, dan kontrol dapat dilaksanakan untuk mencapai maksud tertentu. (Sutarto, 1978:21-28)

Berdasarkan definisi di atas, maka penulis merumuskan bahwa yang dimaksud dengan organisasi dalam penelitian ini adalah kumpulan dua orang atau lebih yang berhimpun dalam suatu sistem tentang aktivitas-aktivitas kerjasama yang tidak berwujud yang berada di bawah kepemimpinan yang sama untuk mewujudkan suatu keseluruhan yang bersatupadu dengan wewenang, koordinasi dan kontrol sehingga tercapainya tujuan tertentu.

2. Asas-Asas Organisasi

Setiap organisasi baik organisasi pemerintah maupun organisasi swasta tentu menghadapi masalah bagaimana organisasinya dapat berjalan dengan baik. Salah satu sarana agar organisasinya dapat berjalan dengan baik dan struktur organisasi yang bersangkutan sehat dan efisien haruslah melaksanakan asas- asas organisasi. (Sutarto, 1978:40). Asas-asas organisasi ialah semacam pedoman dalam berorganisasi.

Asas-asas organisasi menurut Franklin G. Moore:

- a. Jenis yang seharusnya dari organisasi tergantung dari apa yang dikerjakannya. Jika hal itu tidak tersusun sesuai dengan apa yang dikerjakannya, itu akan berbuat keliru.
- b. Organisasi harus memiliki satuan-satuan organisasi dan penyusun struktur yang memerlukan aturan dengan cara yang logis.
- c. Tiap organisasi membutuhkan untuk memiliki seorang kepala panggung jawab tunggal.
- d. Atasan harus memeriksa apa yang dikerjakan bawahan. (Sutarto, 1978:46)

Asas organisasi yang dikemukakan oleh Franklin G. Moore asas yang diterapkan pada organisasi laba. Hal ini terlihat pada pointer ke delapan mengenai manajer. Pointer ini tidak dapat dipakai oleh organisasi kepemudaan. Karena, manajer merupakan bahasa yang dipakai oleh

perusahaan. Namun asas yang dikemukakan oleh Franklin G. Moore dapat digunakan dalam penelitian Strategi Pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah

3. Bentuk-Bentuk Organisasi

Menurut Sutarto, bentuk organisasi dibagi menjadi beberapa yaitu:

- a. Bentuk organisasi tunggal
Bentuk organisasi tunggal adalah organisasi yang pucuk pemimpinnya ada ditangan seorang. Sebutan jabatan untuk tunggal antara lain Presiden, Direkur, Ketua, Menteri, Gubernur dan lain sebagainya.
- b. Bentuk organisasi jamak
Bentuk organisasi jamak adalah organisasi yang pucuk pemimpinnya ada ditangan beberapa orang sebagai satu kesatuan. sebutan jabatan yang digunakan antara lain Presidium, Direksi, Dewan dan Majelis.
- c. Bentuk organisasi jalur
Bentuk organisasi jalur adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi di bawahnya dalam semua bidang pekerjaan, baik pekerjaan pokok maupun pekerjaan bantuan
- d. Bentuk organisasi fungsional
Bentuk organisasi fungsional adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi di bawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu. (Sutarto, 1978: 179-181)

D. Kerangka Pikir

Pemilihan Raya presiden BEM Unila merupakan sarana untuk menyelenggarakan pergantian kekuasaan ditingkat Universitas sebagai syarat untuk meneruskan kepemimpinan. Pemilihan Raya dilakukan sama halnya dengan Pemilihan Umum (Pemilu) dimana dalam Pemilu mengandung nilai-nilai demokrasi. Implementasi nilai-nilai demokrasi dalam pemilu yaitu mencerminkan nilai kebebasan, nilai kejujuran, nilai keadilan dan nilai keterwakilan.

Pada pemilihan raya juga terdapat nilai-nilai demokrasi dimana pemilih diberi kebebasan penuh untuk memilih dan mendukung calon yang diinginkan sesuai dengan hati nuraninya, diberikan hak yang adil untuk mengikuti proses pemilu dan hasil akhir dari pemilu adalah terwujudnya keterwakilan dari orang-orang yang pro mahasiswa. Dengan menggunakan model pemilihan secara langsung, mahasiswa dapat terbuka dalam memilih tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Sehingga ukuran demokratis lebih terlihat.

Pemilihan Raya memberikan mahasiswa beberapa pilihan calon pemimpin yang diinginkannya dalam suatu pemilihan langsung. Dengan demikian sebuah kompetisi diantara masing-masing calon pemimpin akan sangat kuat terjadi dari menjelang pemilihan hingga berakhirnya pemilihan. Menang atau kalahnya pasangan kandidat yang berkompetisi menjadi suatu yang abstrak bagi masing-masing pasangan. Untuk itu strategi menjadi hal yang signifikan dalam penentuan pasangan kandidat yang bertarung dalam arena politik kampus.

Kompetisi ini menjadi gambaran fakta bahwa kandidat tidak dapat melakukan strategi sendiri. Pasangan kandidat dan sekelompok orang atau organisasi membentuk tim pemenangan. Tim pemenangan ini yang akan melaksanakan strategi yang telah disusun. Bukan hanya tim pemenangan yang dapat menjalankan strategi tersebut tapi pasangan kandidat juga mempunyai pengaruh dalam menentukan simpati dari masyarakat kampus dalam rangka mendapat dukungan.

Pemikiran yang terkonsep dan cemerlang dalam menghasilkan strategi yang ampuh diperlukan untuk meraih dukungan dalam rangka memperoleh suara terbanyak. Strategi dalam pemilihan ini dibangun dengan menggunakan tahapan strategi *political marketing* yang akan lebih dispesifikasikan lagi dengan kampanye politik.

Pada kasus Pemilihan Raya Presiden BEM Unila tahun 2016 pasangan Ahmad Nur Hidayat Dan Salma Faiza Amatullah Himpunan Mahasiswa Fakultas Hukum dan Himpunan Mahasiswa Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang terpilih sebagai pasangan kandidat dan membuktikan bahwa kemenangan dapat terjadi dari berbagai macam faktor.

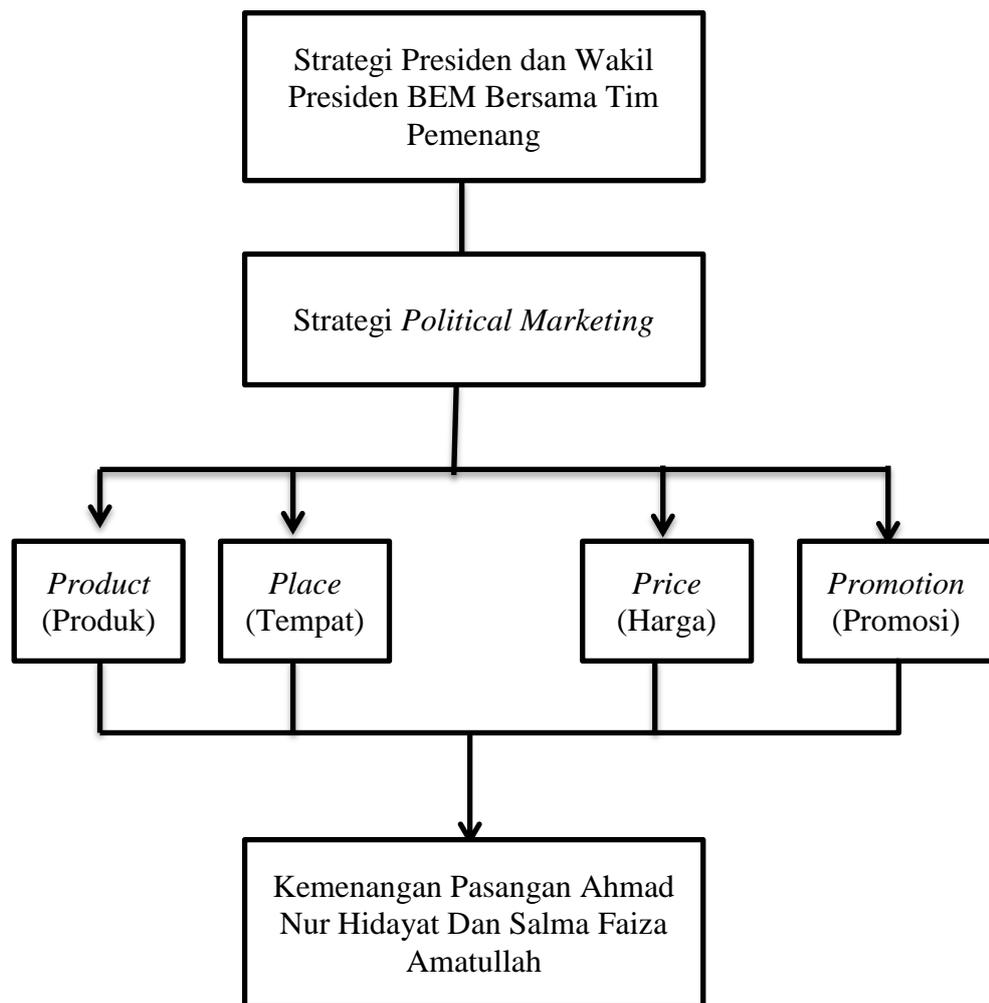
Apa yang menyebabkan kemenangan pasangan kandidat tersebut Untuk memudahkan dalam menganalisis data yang menunjukkan faktor kemenangan tersebut, penulis menggunakan teori strategi pemasaran politik (*Political Marketing*) di yang di kembangkan oleh Firmanzah (2008: bahwa *marketing politik* Dapat di kembangkan dengan *product* ,*price* ,*place*, dan *promotion* :

1. *Product* (produk) atau kemasan adalah barang yang diproduksi oleh suatu unit usaha yang ingin dipasarkan guna memenuhi kebutuhan pembeli. Jika konsep ini dikaitkan dengan politik maka produk yang mau dipasarkan bisa diterima oleh masyarakat adalah organisasi atau partai politik itu sendiri sebagai salah satu bentuk produk sosial.
2. *Place* (tempat) dalam pemasaran sangat penting dan strategis dalam menarik perhatian pembeli. Dalam konteks politik, tempat sering

diasosiasikan dengan istilah ruang publik atau *public sphere* misalnya media massa.

3. *price* (Harga) sedangkan harga citra berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan warga.
4. *Promotion* (promosi) adalah usaha yang dilakukan untuk menarik perhatian para pembeli melalui teknik-teknik, apakah itu melalui media cetak, elektronik maupun tradisional. (Firmanzah 2008)

Melalui proses deskripsi ilmiah tinjauan teoritik, maka penulis dapat menggambarkan skema alur pikir penelitian kedalam kerangka penelitian secara gamblang, sekaligus memaparkan indikator yang akan dipergunakan. Berikut bagan kerangka pikir.



Gambar 3. Bagan Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan Pendekatan ini dipilih karena dianggap mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan rinci berkaitan dengan suatu peristiwa atau gejala sosial yang dalam hal ini mengenai strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah.

Metode kualitatif disebut sebagai sebuah metodologi yang memberi petunjuk cara pengumpulan data dan analisis data. yang digunakan dalam penelitian ini adalah urutan analisis metode kualitatif tujuannya untuk mengidentifikasi komponen konsp melalui analisis data kualitatif kemudian mengumpulkan data kualitatif guna memperkuat informasi yang diteliti. (Sugiyono, 2012: 3)

Pendekatan ini juga digunakan untuk mengetahui kondisi tentang permasalahan penelitian yang didasarkan pada pemahaman serta pembentukan pemahaman yang diikat oleh teori terkait dan penafsiran peneliti. Pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data deskriptif yang berupa

kata-kata lisan atau tulisan dari manusia atau tentang perilaku manusia yang dapat diamati (Sitorus,1998:6).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, dan dokumentasi yaitu melakukan wawancara secara mendalam dengan narasumber atau responden. Wawancara mendalam ini dimaksudkan untuk lebih memfokuskan persoalan pokok dari minat penelitian. dimaksudkan untuk lebih memperkuat jawaban atas hasil wawancara. Terakhir yaitu dokumentasi. Dokumentasi dimaksudkan untuk membantu penulis melengkapi hasil penelitian. Sebagai suatu metode ilmiah, secara umum dan secara khusus, lazim digunakan untuk melacak berbagai gejala tertentu dari perspektif orang-orang yang terlibat di dalamnya (Pawito, 2007:133).

Kasus khusus yang dibahas dalam penelitian ini adalah perencanaan strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung Tahun 2016.

B. Fokus penelitian

fokus penelitian merupakan pedoman untuk mengambil data apa saja yang relevan dengan permasalahan penelitian. Fokus penelitian harus konsisten dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang diterapkan terlebih dahulu, fokus penelitian dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu untuk menjawab bagaimana Strategi Pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah pada Pemilihan presiden dan wakil

presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung. Moloeng (2006: 92)

Pada penelitian ini penulis menggunakan strategi pemasaran politik (*political marketing stratategy*) yang terdiri dari :

1. *Product* (produk) : Program yang ditawarkan saat kampanye
2. *Place* (tempat) : Lokasi Kampanye
3. *Price* (Harga) : Nilai Jual Pasangan Calon
4. *Promotion* (Promosi) : Cara Promosi Pasangan Calon

C. Lokasi Penelitian

Lokasi proses pengambilan data. Dalam hal ini penulis menetapkan studi penelitian pada Lingkungan Kampus Universitas Lampung dan waktu penelitian yang dipilih dalam penelitian ini dipilih dengan pertimbangan bahwa lokasi, biaya, tenaga dan waktu yang diambil akan membantu peneliti untuk memahami masalah utama.

D. Informan

1. Informan

Informan adalah orang yang di mintai keterangan informasi tentang suatu situasi dan kondisi latar penelitian. Seorang informan adalah sumber data yang dibutuhkan oleh penulis dalam sebuah penelitian (Moleong, 2002:132).

Informan dipilih untuk mendapatkan informasi sesuai dengan permasalahan penelitian. Sampel pada penelitian ini dipilih dengan

menggunakan teknik (*Purposive Sampling*). Teknik Purposif Sampling adalah teknik yang menentukan *sampling* dengan peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria pada calon informan. Teknik purposive sampling harus memiliki syarat: informan yang digunakan sebagai sampel harus mengetahui tentang penelitian yang sedang dilaksanakan, mengutamakan kedalaman data dari pada untuk tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan.

Peneliti memfokuskan informan pada Presiden yang terpilih, wakil yang terpilih, serta ketua Tim Pemenangan, beserta anggota Tim Pemenangan, dan ketua Tim Strategi Pemenangan, Basis Massa . dimana pembentukan tim tersebut guna untuk memenangkan pemira ini hal hasil dapat memperoleh suara tertinggi, guna mengalahkan pasangan urut nomor 2.

Alasan peneliti mengapa memfokuskan kepada presiden dan wakil presiden yang terpilih, karena Presiden dan Wapres selaku paslon pada saat pemira berlangsung serta mereka yang berhasil memenangkan pemira pada saat itu. Selanjutnya ketua tim pemenangan dan strategi pemenangan serta basis massa, mereka merupakan suatu kelompok sasaran yang dibentuk untuk melakukan suatu strategi Ahmad Nur Hidayat dan wakilnya Salma Faiza Amatullah. Berikut adalah informan penelitian yang telah dilakukan proses wawancara:

Tabel 7 Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Ahmad Nur Hidayat	Presiden BEM Terpilih
2	Salma Faiza Amatullah	Wakil Presiden Terpilih
3	Nur Rohim	Ketua Tim Pemenangan

4	Ratih Okta	Anggota tim pemenangan
5	Khoirul Anwar	Strategi Pemenangan
6	Abdussalam Ahmad	Basis Massa

Sumber Diolah Peneliti (2017)

Penggunaan teknik purposive sampling dalam penelitian ini untuk memperkuat keabsahan data penelitian melalui kompetensi informan penelitian yang mengedepankan kredibilitas informan penelitian. Mengacu pada teknik purposive sampling, maka peneliti menentukan kriteria informan berdasarkan kredibilitas, pengetahuan dan pemahaman mereka tentang masalah yang diteliti. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengarahkan subjek penelitian terdiri dari Informan Pokok dan Informan Kunci.

a. Informan pokok

Informan pokok adalah orang yang terlibat langsung dalam kegiatan yang diteliti. Informan pokok dalam penelitian ini adalah tim pemenangan pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam Pemilihan presiden Badan Eksekutif Universitas Lampung Tahun 2016.

b. Informan kunci

Informan Kunci (*Key Informan*) adalah orang yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam Pemilihan presiden Badan Eksekutif Universitas Lampung Tahun 2016.

E. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari informan secara langsung yang dikumpulkan melalui wawancara di lapangan. Adapun pengertian menurut (Marzuki, 2002:55) “Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya”. Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara yang telah disiapkan oleh peneliti untuk mewawancarai Tim pemenang dan Ahmad Nur Hidayat serta wakilnya Salma Faiza Amatullah. Data primer pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 8 Data primer

No	Nama	Jabatan
1	Ahmad Nur Hidayat	Presiden BEM Terpilih
2	Salma Faiza Amatullah	Wakil Presiden Terpilih
3	Nur Rohim	Ketua Tim Pemenangan
4	Ratih Okta	Anggota tim pemenangan
5	Khoirul Anwar	Strategi Pemenangan
6	Abdussalam Ahmad	Basis Massa

Sumber Diolah Peneliti (2017)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik dari buku literatur, arsip-arsip dan dokumen-dokumen yang dimiliki oleh informan penelitian yang bersangkutan atau media lain mengenai pemilihan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam

Pemilihan presiden Badan Eksekutif Universitas Lampung Tahun 2016. Data skunder dalam penelitian ini adalah Profil Kandidat dan Pemetaan suara sebelum dan sesudah Pemilihan Presiden BEM Unila.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang dapat digunakan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan salah satu dari atau gabungan dari beberapa metode yang ada tergantung masalah yang dihadapi (Kriyantono, 2009: 93).

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini, antara lain:

a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini yakni wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi secara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data secara lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2009:95). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan tim ahli dan pemenang pemilihan Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung Tahun 2016 Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah beserta Tim Pemenangannya. Wawancara ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dan data yang mendalam

dari informan di lapangan. Berikut ini adalah wawancara bersama informan :

1. Ahmad Nur Hidayat, Sebagai Presiden BEM terpilih (21 Februari 2017 Pukul 13:22 WIB)
2. Salma Faiza Amatullah, Sebagai Wakil Presiden terpilih (3 Maret 2017 Pukul 08:31 WIB)
3. Nur Rohim, Sebagai Ketua Tim Pemenangan (7 Maret 2017 Pukul 18:21 WIB)
4. Ratih Okta, Sebagai Anggota Tim Pemenangan (23 Februari 2017 pukul 12:46 WIB)
5. Khoirul Anwar, Sebagai Strategi Pemenangan (23 Februari 2017 Pakul 15:40 WIB)
6. Abdussalam Ahmad, Sebagai Basis Massa (17 Maret 2017 Pukul 09:46 WIB)

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan informasi berupa data dari dokumen tertulis atau catatan. (Kriyantono, 2009: 134). Sumber data dalam peneliti ini yaitu berupa dokumen publik pada saat pemira dan dokumen pribadi seperti foto-foto informan presiden dan wakil presiden serta tim pemenangan dan Arsip Profil Kandidat.

G. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari lapangan, selanjutnya di olah melalui beberapa tahapan:

1. *Editing*

Editing data merupakan sebuah proses yang bertujuan agar data yang dikumpulkan dapat memberikan kejelasan, mudah dibaca, konsisten dan lengkap. Dalam tahap ini, data yang dianggap tidak bernilai ataupun tidak relevan harus disingkirkan. hasil wawancara kepada pansus di

Unila, Tim Pemenangan kandidat yang bersangkutan yaitu Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah Wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 6 (enam) narasumber penelitian yang tidak relevan dengan data yang diinginkan peneliti harus dibuang.

Peneliti melakukan kegiatan memilih hasil wawancara yang relevan, data yang relevan dengan fokus penelitian akan dilakukan pengolahan kata dalam bentuk bahasa yang lebih baik sesuai dengan EYD. Data yang telah diolah menjadi rangkaian bahasa kemudian dikorelasikan dengan data yang lain sehingga memiliki keterkaitan informasi. Proses selanjutnya adalah peneliti memeriksa kembali semua data untuk meminimalisir data yang tidak sesuai.

2. Interpretasi Data

Interpretasi Data yaitu memberikan penafsiran atau penjabaran atas hasil wawancara dengan pihak terkait dalam proses strategi pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam Pemilihan presiden Badan Eksekutif Universitas Lampung Tahun 2016. Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan narasumber wawancara kemudian di beri penafsiran oleh peneliti sebagaimana yang tertulis pada BAB Hasil dan Pembahasan

H. Teknik Analisis Data

Merujuk kepada Moleong (dalam Kriyantono, 2009:165) mendefinisikan analisis data sebagai proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam

pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Dari penjelasan ini dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa dalam proses menganalisis data peneliti perlu proses pengorganisasian, mengurutkan data ke dalam pola, mengkategorikan dan satuan uraian dasar sehingga dapat menemukan tema dalam rumusan hipotesis kerja.

Tahap analisis data sangat berperan penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas riset. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dimana analisis data yang digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun melalui studi dokumentasi data kualitatif, data yang diperoleh dari lapangan diambil kesimpulan yang berifat khusus kepada yang bersifat umum kemudian disajikan dalam bentuk narasi (Kriyantono, 2009:194).

Sesuai dengan jenis penelitian deskriptif, maka analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang diarahkan untuk menjelaskan dan memahami hasil penemuan penelitian di lapangan mengenai Analisis Strategi Pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam pemilihan presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung Tahun 2016. Teknik analisis data dengan cara mengorganisasikan data yang berhubungan dengan penelitian kualitatif data-data ini di peroleh dengan beberapa cara yang kemudian diolah secara

mensistemasi data tersebut sesuai dengan kategori- kategori yang digunakan. Menurut Miles & Huberman (1992) tahapan analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Secara sederhana, reduksi data berarti memilah, yang dimaksud memilah di sini adalah memilah data-data yang ada. Pada kenyataanya, data-data yang terkumpul dalam penelitian tidak melulu dibutuhkan. Beberapa data tidak sesuai dengan apa yang akan diteliti. peneliti mengumpulkan data mengenai strategi Ahmad Nur Hidayat dan wakilnya Salma Faiza Amatullah

Peneliti mewawancari informan yaitu. Presiden yang terpilih, wakil yang terpilih, serta ketua Tim Pemenangan, beserta anggota Tim Pemenangan, dan ketua Tim Strategi Pemenangan, Basis Massa dan Ahmad Nur Hidayat seta wakilny Faiza Amatullah. Dengan menggunakan pertanyaan yang beda tiap kriteria informan untuk mencari jawaban yang sesuai dengan apa yang di teliti. Peneliti membuang jawaban yang tidak sesuai dengan fokus penelitian. guna mengorganisir data sedemikian rupa, diharapkan dapat dengan mudah pula peneliti dalam menarik kesimpulan penelitian.

2. Pengumpulan Data

Penelitian mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai hasil wawancara. Disini penulis memasukan data penelitian sesuai dengan situasi dan kondisi yang di lapangan. Hasil pengumpulan data wawancara peneliti pada informan yaitu Presiden yang terpilih, wakil

yang terpilih, serta ketua Tim Pemenangan, beserta anggota Tim Pemenangan, dan ketua Tim Strategi Pemenangan, Basis Massa Sehingga dalam pengumpulan data peneliti bisa memilih mana yang relevan dan mana yang tidak relevan.

3. Penyajian Data

Penyajian data (*data display*) adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Display data atau penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu.

Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindak lanjuti untuk mencapai tujuan penelitian. Display data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal.

4. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hasil tinjauan terhadap catatan yang telah dilakukan di lapangan. Sedangkan penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Penarikan kesimpulan sebenarnya hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Menurut Miles (1992:20) kesimpulan adalah

tinjauan ulang pada catatan di lapangan atau kesimpulan dapat ditinjau sebagai makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya, yaitu merupakan validitasnya.

Peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dalam pemilihan presiden dan wakil presiden BEM Unila, untuk segera dievaluasikan karena kriteria-kriteria 4P yaitu *price*, *promotion*, *product*, dan *place*. Merupakan belum sepenuhnya terpenuhi Proses pengolahan data dimulai dengan pencatatan data lapangan yaitu data mentah, kemudian ditulis kembali dalam bentuk dan kategori data, setelah data mengalami proses reduksi dan disesuaikan dengan fokus masalah penelitian. Data dianalisis dan diperiksa keabsahannya untuk disimpulkan

I. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data dengan mengukur derajat kepercayaan/*credibility*. Hal ini berfungsi untuk melaksanakan penyelidikan sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai. Beberapa cara yang perlu diupayakan agar kebenaran hasil penelitian dapat dipercaya, antara lain dengan menggunakan Triangulasi.

Triangulasi bertujuan untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, penelitian kualitatif dapat menggunakan beberapa potongan informasi untuk sampai

pada penarikan kesimpulan (Barakso, 2014:105). Pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan.

Ada empat pola triangulasi yaitu perbandingan terhadap data, sumber data, metode dan teori. Prosedur triangulasi ini sangat memakan waktu, akan tetapi disamping mempertinggi validitas, juga memberikan kedalaman hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah teknik menguji data dan informasi dengan cara mencari data yang sama dengan informan satu dan lainnya. Data dari informan telah dikompilasikan dengan hasil dokumentasi yang diperkuat oleh observasi yang memiliki kesamaan informasi.

IV. GAMBARAN UMUM

A. Badan Eksekutif Mahasiswa

1. Sejarah Badan Eksekutif Mahasiswa

Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung (BEM U) sebelumnya bernama Senat Mahasiswa Perguruan Tinggi (SMPT), Senat Mahasiswa Perguruan Tinggi (SMPT) didirikan berdasarkan pasal 108 Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan Tinggi dan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 0457/U/1990 tentang Pedoman Umum Organisasi Kemahasiswaan di Perguruan Tinggi. Berikut nama-nama ketua senat Universitas Lampung

1. Prof. Dr. Ir. Hi. Sitanala Arsyad (1973 - 1981)
2. Prof. Dr. R. Margono Slamet (1981 - 1990)
3. Hi. Alhusniduki Hamim, S.E., M.Sc. (1990 - 1998)
4. Prof. Dr. Ir. Muhajir Utomo, M.Sc. (1998 - 2007)
5. Prof. Dr. Ir. Sugeng P. Harianto, M.S. (2007 - 2015)
6. Prof. Dr. Ir. Hasriadi Mat Akin, M.P. (2015 - sekarang)

di jabarkan dalam keputusan Rektor Universitas Lampung Nomor 120/KPTS/1990 tentang Pembentukan Petunjuk Pelaksana dan Petunjuk Teknis Senat Mahasiswa dan Organisasi Kemahasiswaan di lingkungan Universitas Lampung. Melalui Sidang Umum Mahasiswa (SUM) Universitas Lampung pada bulan Mei 1991 lahirlah Senat Mahasiswa

Universitas Lampung, yang Sekarang bernama Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung (BEM U).

2. Visi dan Misi Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung

Visi :Terwujudnya Unila yang Bersih, Cerdas dan Bermoral menuju *Top Ten University*.

Misi :

1. Menghidupkan kultur mahasiswa (membaca, berdiskusi, dan menulis) dalam menggalang isu-isu kampus maupun pemerintahan.
2. Menjadikan BEM U KBM Unila sebagai lembaga yang melayani aspirasi mahasiswa.
3. Memberikan tawaran solusi atas permasalahan mahasiswa dan kebijakan kampus.
4. Membangun sinergisitas dengan stake holder dan lembaga kemahasiswaan Unila dan lembaga eksternal kampus.
5. Memberikan kerja nyata kepada masyarakat kampus sebagai bentuk pelayanan dan pengabdian masyarakat dalam menopang perubahan kampus menjadi lebih baik.

3. Tugas dan Kewajiban Struktural Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung

a. Presiden

1. Bertanggung jawab terhadap keberlangsungan dan jalannya organisasi BEM U KBM Unila
2. Memimpin Rapat Umum Kabinet dan Rapat Kabinet Terbatas
3. Mengeluarkan Keputusan Presiden tentang pengangkatan Gubernur dan Wakil Gubernur BEM Fakultas

4. Mengirimkan delegasi yang akan menghadiri undangan kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga kemahasiswaan baik di tingkat lokal maupun nasional
5. Mengeluarkan pernyataan yang mengatasnamakan mahasiswa Unila
6. Menghadiri undangan kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi internal maupun eksternal Unila, kecuali bila berhalangan hadir
7. Bersama Wakil Presiden membuat dan mengeluarkan Keputusan Strategis

b. Wakil Presiden

1. Membantu sepenuhnya tugas-tugas Presiden dalam menjalankan roda organisasi dan urusan internal KBM Unila.
2. Berkordinasi dengan Menteri Sekretaris Kabinet dalam rangka mengatur tertib administrasi dan kelangsungan BEM U KBM Unila
3. Bersama Presiden mengambil keputusan strategis yang bersifat penting dan mendesak
4. Menggantikan Presiden jika berhalangan dalam menghadiri kegiatan yang diselenggarakan pihak internal maupun eksternal Unila
5. Memimpin Rapat Kerja Kabinet

c. Kementerian Sekretaris Kabinet

1. Bertanggungjawab atas administrasi dan kesekretariatan BEM U KBM Unila
2. Memiliki wewenang dan kewajiban dalam mengelola dan mengatur kesolidan tim BEM U KBM Unila
3. Memberikan saran dan pertimbangan kepada Presiden dan Wakil Presiden

4. Membuat Sistem Pengendalian Internal Administrasi (SPIA) dengan persetujuan Presiden dan Wakil Presiden
5. Mengelola dan memelihara fasilitas dan inventaris kesekretariatan
6. Mengatur dan mememanajemen agenda internal BEM U KBM Unila
7. Mengkoordinasikan seluruh Asisten Menteri dan sekretaris panitia kegiatan dalam hal administrasi kesekretariatan
8. Berkoordinasi dengan LK lingkup Unila dalam hal administrasi dan kesekretariatan
9. Mengkoordinasikan seluruh kegiatan BEM U kepada DPM U KBM Unila

d. Kementerian Keuangan

1. Bertanggung jawab atas pengelolaan dan perkembangan dana keuangan BEM U KBM Unila
2. Mengatur dan mengontrol setiap alur proposal kegiatan yang dilakukan oleh BEM U KBM Unila
3. Mengontrol dan mengaudit laporan keuangan tiap kegiatan di masing-masing Departemen
4. Memberikan saran dan pertimbangan kepada Presiden dan Wakil Presiden
5. Membuat Sistem Pengendalian Internal (SPI) Keuangan BEM U dengan persetujuan Presiden dan Wakil Presiden
6. Mengusahakan dan mengelola keuangan BEM U dalam upaya menghasilkan sumber dana yang halal dan mandiri
7. Berkoordinasi dengan LK lingkup Unila dalam hal administrasi keuangan

e. Kementerian Dalam Negeri

1. Membangun net working dan kerjasama dengan seluruh elemen internal kampus
2. Mengkoordinasikan dan mensinergikan kinerja lembaga kemahasiswaan dalam lingkup student government Unila
3. Mengoordinasikan fungsi desentralisasi BEM F
4. Meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam lingkup Organisasi Internal Unila
5. Bekerjasama dengan departemen lainya dalam wilayah-wilayah tertentu
6. Mengkaji permasalahan dan memberikan formula solusi atas permasalahan-permasalahan internal kampus

f. Kementerian Luar Negeri

1. Membangun dan memperluas net working dengan elemen gerakan mahasiswa eksternal kampus, BEM, LSM, tokoh-tokoh, instansi pemerintah serta swasta di tingkat daerah dan nasional
2. Mengoptimalkan peran dan fungsi BEM-U di lingkungan ekstra kampus
3. Meningkatkan sinergi dan memperkuat eksistensi BEM dalam lingkup daerah dan nasional dalam rangka mensinergikan serta mengkoordinasikan kegiatan dan kebijakan BEM U
4. Membantu membuka jaringan sebagai bagian dari akses finansial BEM U

g. Kementerian Sosial Politik

1. Melakukan analisis konstruktif terhadap kondisi sosial dan politik kampus, daerah dan nasional
2. Merumuskan formula gerakan dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan kampus, daerah, dan nasional
3. Mengarsipkan hasil-hasil kajian internal dan eksternal kampus dalam bentuk legal drafting Buku Putih Pergerakan BEM U KBM Unila
4. Melakukan analisis terhadap Undang-Undang serta peraturan-peraturan lainnya secara daerah maupun nasional

h. Kementerian Aksi dan Propaganda

1. Meningkatkan sensitivitas sosial dan politik mahasiswa dan masyarakat
2. Meningkatkan peran mahasiswa dalam upaya mengkritisi kebijakan pemerintah daerah dan pusat
3. Memformat bentuk aksi dan propaganda sesuai dengan isu kekinian
4. Bersama Kementerian Kebijakan Publik dan/atau Departemen Dalam Negeri dan/atau Luar Negeri menindaklanjuti kajian-kajian isu yang tercetus di kalangan mahasiswa Unila
5. Memotori gerakan aksi ABK dan ABL dalam menyikapi isu kampus, daerah dan nasional

i. Kementerian Kesejahteraan Masyarakat

1. Melakukan pelayanan dengan program riil yang langsung menyentuh kebutuhan mahasiswa dan masyarakat
2. Menyelenggarakan kegiatan tertentu untuk kesejahteraan mahasiswa dan masyarakat
3. Melakukan kerja sosial kepada mahasiswa dan masyarakat
4. Menjalankan fungsi advokasi permasalahan mahasiswa

j. Kementerian Komunikasi dan Informasi

1. Bertanggung jawab terhadap pengelolaan media informasi dan komunikasi BEM U ke dalam dan ke luar Unila
2. Mempublikasikan segala kegiatan, agenda dan kebijakan BEM U baik ke dalam maupun ke luar Unila
3. Melakukan kerjasama dengan media cetak maupun elektronik dalam lingkup departemen kom-infotek
4. Mengumpulkan, mengolah data dan informasi untuk kepentingan dan perkembangan BEM-U
5. Melakukan kerjasama dengan instansi yang berhubungan dengan komunikasi, informasi dan teknologi.
6. Menyelenggarakan kegiatan tertentu guna meningkatkan penemuan-penemuan di bidang teknologi.

k. Kementerian Pendidikan dan Kepemudaan

1. Melakukan rekrutmen, pembinaan dan pemberdayaan terhadap mahasiswa
2. Meningkatkan partisipasi dan kontribusi mahasiswa dalam upaya
3. membangun Unila. Melakukan education kepada para mahasiswa atau pemuda
4. Bekerjasama dengan lembaga-lembaga baik lembaga pemerintah maupun non-pemerintah yang menaungi masalah kepemudaan guna meningkatkan kapasitas mahasiswa
5. Mengkaji masalah-masalah pendidikan di daerah dan nasional
6. Membangun sinergisitas dengan Lembaga Kemahasiswaan yang berkaitan erat di bidang pendidikan, LSM, dan instansi-instansi terkait di bidang pendidikan.

l. Menteri

1. Memimpin dan mengkoordinasikan departemen yang dipimpin
2. Bertanggungjawab atas keberlangsungan, perkembangan dan kemajuan kinerja Kementerian kepada Presiden dan Wakil Presiden
3. Mengontrol dan mengevaluasi kinerja Asisten dan Staf Kementerian

m. Asisten Menteri

1. Membantu kinerja Menteri
2. Bertanggung jawab atas administrasi kesekretariatan kerja dan kegiatan Kementerian
3. Mewakili Menteri jika berhalangan
4. Bertanggung jawab kepada Menteri

n. Staf ahli Kementerian

1. Bertanggung jawab atas segala kegiatan yang diamanahkan
2. Membantu kinerja Menteri dan bekerjasama dengan Staf lainnya
3. Bertanggung jawab kepada Menteri

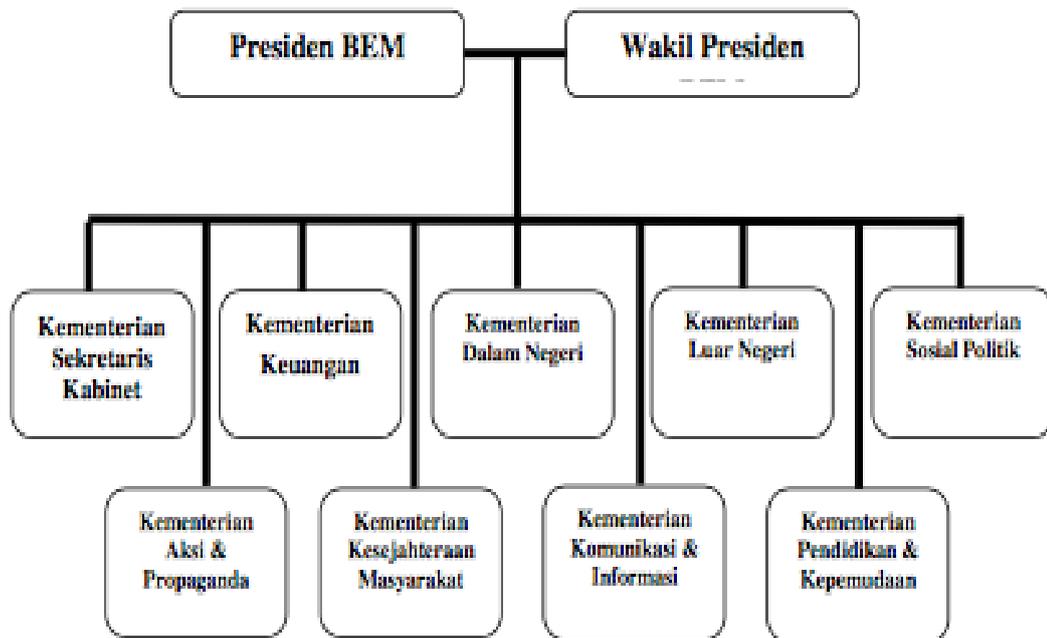
4. Struktur Organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas

Lampung

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Lampung dibantu oleh seorang Wakil Presiden dan 9 Kementerian yaitu :

1. Kementerian Sekretaris Kabinet
2. Kementerian Keuangan
3. Kementerian Dalam Negeri
4. Kementerian Luar Negeri
5. Kementerian Sosial Politik
6. Kementerian Aksi dan Propaganda
7. Kementerian Kesejahteraan Masyarakat
8. Kementerian Komunikasi dan Informasi
9. Kementerian Pendidikan dan Kepemudaan

Untuk lebih jelasnya akan digambarkan dalam bentuk skema sebagai berikut:



Gambar 3 : Bagan Susunan Organisasi Badan Eksekutif mahasiswa Universitas Lampung

B. Gambaran Umum Tentang Lembaga Organisasi Kemahasiswaan

Dunia kampus memiliki kondisi yang berbeda dengan jenjang pendidikan yang ada di bawahnya. Mahasiswa tidak hanya dijejali dengan berbagai teori tapi juga harus mengembangkan kemampuannya untuk mempraktekkan teori yang diperolehnya di masyarakat. Hal ini diwujudkan dalam Tridharma Perguruan Tinggi.

Tridharma Perguruan Tinggi, kampus sebagai tempat seorang mahasiswa menuntut ilmu merupakan kawah candradimuka yang akan ‘menggodog’nya menjadi individu yang lebih memahami dunia di sekitarnya secara nyata. Pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat merupakan pedoman dalam menjalankan keseluruhan aktivitasnya. Pedoman tersebut menuntut

setiap mahasiswa untuk mengembangkan dirinya tidak hanya pada sisi teori tetapi praksis juga menjadi tekanan yang tidak bisa diabaikan.

Tridharma Perguruan Tinggi membekali mahasiswa dengan teori yang berguna sehingga kelak akan menjadi ilmuwan yang tangguh. Namun keharusan untuk melakukan pengabdian pada masyarakat memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan praktik pada diri mereka sehingga menjadi dekat dengan masyarakatnya. Kedekatan dengan masyarakat yang menciptakan mahasiswa yang cepat tanggap dalam merespon permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan dilandasi oleh kemampuan teori di kampus, mahasiswa diharapkan mampu membantu masyarakat memecahkan permasalahan tersebut. Di samping berkuliah di bangku kuliah, mahasiswa diberi kesempatan yang terbuka untuk mengasah kemampuannya dalam bersosialisasi. Sosialisasi sesama mahasiswa dapat dilakukan dengan terlibat dalam kegiatan yang diadakan oleh organisasi kemahasiswaan (Ormawa). Ormawa bisa menjadi tempat yang sangat baik bagi mahasiswa untuk mengembangkan sisi lain dirinya yang tidak diperoleh secara maksimal dari bangku kuliah. Dengan ormawa, mahasiswa dapat mulai melatih kemampuannya dalam berkomunikasi, bekerjasama dan saling menghargai dengan mahasiswa lain.

Apabila sudah terlibat penuh dalam ormawa, mahasiswa secara lebih jauh dapat mengembangkan kemampuan kepemimpinan dan pengambilan keputusan. Kemampuan-kemampuan tersebut sangat penting bagi mahasiswa

untuk melakukan pengembangan diri dan bisa mengantarkannya mencapai posisi yang bisa jadi prestisius di lingkungan ormawa di kampus

Posisi menjadi ketua Senat atau Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) bisa menjadi bukti bahwa yang bersangkutan memang memiliki kemampuan yang lebih dibanding yang lain. Dalam posisi ini, biasanya mahasiswa tersebut sering dipanggil ‘aktivis’ ormawa di kampusnya. Pada universitas-universitas besar di Indonesia, mahasiswa yang menjadi mantan ketua senat maupun

BEM-nya memiliki posisi tawar yang baik dan pengaruh yang besar di dunia kerja maupun jabatan politis di masyarakat.

1. Peran Mahasiswa

a. Agen Pembaharuan

Mahasiswa adalah masyarakat intelek yang mengalami pencerahan dan memahami dengan baik ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek). Sebagai kelompok yang tercerahkan mahasiswa bisa menilai mana yang baik dan mana yang buruk untuk masyarakatnya. Kebaikan yang terjadi di masyarakat harus didukung tapi apabila masyarakat dirugikan maka mahasiswa siap untuk membantu masyarakat.

b. Pilar Demokrasi

Demokrasi adalah wujud dari kerjasama berbagai pilar yang ada dalam masyarakat. Ketidakadilan di masyarakat terjadi ketika ada pihak yang dirugikan. Ketidakadilan menimbulkan kepincangan dalam proses demokratisasi. Mahasiswa merupakan aktor yang

berperan penting dalam tegaknya demokrasi sehingga selalu melawan ketidakadilan yang terjadi di masyarakatnya.

c. Penerus bangsa

Sebagai kelompok muda yang berpendidikan, mahasiswa pada masanya akan memegang tanggung jawab untuk memimpin bangsanya. Ketika generasi tua masanya selesai maka generasi muda akan menjadi penerus bagi bangsanya.

2. Sejarah Perkembangan Terhadap Lembaga Kemahasiswaan

a. Sebelum Kemerdekaan

Dunia kemahasiswaan di Universitas berkembang pesat setelah adanya politik etis yang dilakukan oleh pemerintah pendudukan di Hindia Belanda pada awal abad 20. Salah satu dari politik etis tersebut adalah membuka kesempatan yang lebih banyak pada pemuda pribumi untuk menuntut ilmu pada jenjang pendidikan tinggi. Pemuda pribumi dari kalangan pedagang kaya dan priyayi diperbolehkan untuk menuntut pendidikan tinggi di Stovia maupun sekolah tinggi

Bahkan beberapa pemuda pribumi dikirim ke Belanda untuk menuntut ilmu, walaupun itu merupakan upaya untuk membuang pemuda pribumi mengikuti kegiatan pergerakan di Universitas. Puncak masa ini adalah peristiwa Kongres pemuda diberbagai universitas-universitas yang menghasilkan Sumpah Pemuda.

Sumpah pemuda merupakan kebulatan tekad pemuda untuk mengupayakan kemerdekaan Indonesia dari penjajahan.

b. Masa Kemerdekaan

Setelah kemerdekaan, terjadi pengalihan kekuasaan dari perguruan tinggi peninggalan belanda untuk dikelola oleh pemerintah baru. Hal tersebut diikuti dengan berdirinya universitas-universitas besar yang ada di Indonesia Pada masa ini keterlibatan mahasiswa banyak terfokus untuk menyuarkan proklamasi kemerdekaan melalui media pers baik dalam dan luar negeri.

Pertentangan partai politik dan perubahan kepemimpinan di pemerintahan yang berlarut-larut setelah kemerdekaan mengakibatkan munculnya ketidakpercayaan mahasiswa kepada Presiden sebagai kepala Negara. Kekuasaan presiden yang tanpa batas dan kondisi ekonomi yang semakin buruk memicu munculnya unjuk rasa dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa dengan pemuda bahu-membahu untuk mengajukan tuntutan pada pemerintah yang kemudian di kenal sebagai Tiga Tuntutan Rakyat (Tritura). Unjuk rasa yang dimotori oleh mahasiswa dengan dukungan dari seluruh lapisan masyarakat berhasil melengserkan presiden pada saat itu.

c. Masa Orde Baru

Munculnya pemerintahan baru setelah orde lama tidak menyurutkan langkah mahasiswa untuk selalu menyuarkan ketidakadilan yang

terjadi di masyarakat. Dewan Mahasiswa (DEMA) di setiap universitas memiliki peranan penting dalam melakukan kontrol terhadap kebijakan pemerintah karena memiliki kekuatan yang besar apabila disuarakan melalui presidium nasional DEMA.

Presidium nasional DEMA merupakan lembaga yang mewadahi DEMA universitas di seluruh Indonesia sehingga pengaruhnya sangat besar terhadap pemerintah. Pimpinan perguruan tinggi tidak bisa campur tangan terhadap kebijakan DEMA di tiap universitas lampung Bahkan di internal universitas, seluruh ormawa yang ada tergabung dalam DEMA sehingga kekuatannya di tingkat universitas pun cukup besar. Dampaknya, setiap presidium nasional DEMA, memprotes kebijakan pemerintah maka seluruh mahasiswa di Indonesia juga bersuara sama.

Bentrokan mahasiswa dengan pemerintah yang didukung militer terjadi pada Peristiwa Malari. Kebijakan pembangunan pemerintah untuk mendatangkan produk luar negeri tidak sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dan mengakibatkan ketergantungan terhadap negara lain, diantaranya produk Negara Jepang. DEMA mengadakan unjuk rasa untuk menolak produk-produk Jepang dan bertepatan dengan kunjungan perdana menteri Jepang ke Indonesia. Setiap ada kebijakan yang menimbulkan ketidakadilan bagi rakyat, DEMA selalu mengadakan unjuk rasa

Besarnya kekuatan DEMA bagi pemerintah dianggap bisa mengganggu stabilitas dan menghambat pembangunan sehingga perlu ada aturan yang bisa mengebiri kekuatan DEMA. Pada tahun 1978, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan membekukan DEMA (SK No. 037/U/1979) dan mengeluarkan peraturan tentang Normalisasi Kehidupan Kampus dan Badan Koordinasi Kampus (SK No. 0156/U/1978). Tujuan utama peraturan ini adalah untuk mengebiri kekuatan DEMA yang tadinya bersifat nasional menjadi bersifat lokal universitas

Pada tahun 1982, Pemerintah mengeluarkan peraturan tentang senat mahasiswa diperguruan tinggi dan diperkuat dengan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 0457/0/1990 tentang Pola Pembinaan dan Pengembangan Kemahasiswaan di Perguruan Tinggi yang semakin mengubah profil organisasi kemahasiswaan di tingkat universitas

Organisasi Kemahasiswaan pada tingkat Perguruan Tinggi bernama SMPT (senat mahasiswa perguruan tinggi) dan koordinasinya berada di bawah rektor. Dengan peraturan ini, ormawa semakin dikebiri karena dipecah-pecah menjadi kecil. Bahkan untuk tingkat fakultas berada dibawah Pembantu Dekan III (PD III). Tujuannya adalah untuk mengurangi kegiatan mahasiswa dalam berpolitik dan mengembalikan mahasiswa ke kampus untuk belajar.

d. Masa Reformasi

Keberhasilan Orde Baru untuk mengebiri ormawa tidak diikuti dengan keberhasilan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mahasiswa meskipun semakin sulit tidak pernah berputus asa untuk berunjuk rasa menyuarkan ketidakadilan. Dimulai dengan isu suksesi kepemimpinan orde baru, wacana tentang pergantian penguasa mulai deras mengalir dan di kampus-kampus wacana ini terus didengungkan. Kekuasaan Orde baru dibawah kepemimpinan presiden Suharto telah berjalan terlalu lama. Meskipun demikian, kuatnya pemerintah yang didukung militer tidak membuat pemerintah bergeming terhadap isu tersebut.

Keberhasilan mahasiswa dan masyarakat untuk mencabut peraturan tentang SDSB melalui demonstrasi besar-besaran memberikan secercah harapan tentang kemungkinan aksi turun ke jalan. SDSB menjadi momentum bagi gerakan mahasiswa untuk kembali turun ke jalan. Pemerintah pun membuat aturan ketat untuk memfasilitasi adanya unjuk rasa.

Korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) menyeruak disela-sela kondisi ekonomi yang semakin memburuk. Kondisi tersebut diakibatkan oleh terlalu lamanya Orde baru berkuasa. Di samping itu, krisis yang bersifat multidimensional menjadi permasalahan utama orde baru akibat nilai tukar mata uang yang melemah terhadap dollar. Kepercayaan masyarakat semakin rendah kepada orde baru.

Mahasiswa semakin berani untuk berunjuk rasa meminta suksesi. Puncaknya pada tahun 1998, mahasiswa melakukan serentetan unjuk rasa besar yang meminta suksesi segera di laksanakan. Mahasiswa menganggap kredibilitas orde baru sudah jatuh dan tidak becus mengurus Negara sehingga Negara terpuruk pada krisis multidimensi. Kasus penembakan di Trisakti, Semanggi dan Salemba yang memakan korban mahasiswa menunjukkan bahwa gelombang aksi yang dilakukan mahasiswa tidak bisa dihentikan dengan kekuatan senjata. Sampai akhirnya orde baru pun berhasil diturunkan

Turunnya orde baru merupakan langkah awal untuk melakukan reformasi. Mahasiswa menjadi aktor penting yang melahirkan reformasi sekaligus sebagai pegawai reformasi. Mahasiswa juga tidak akan tinggal diam apabila terjadi penyimpangan dalam era reformasi.

3. Tantangan Masa Depan

Setiap generasi menghadapi tantangan masa depan yang berbeda-beda. Tantangan tersebut merupakan peluang bagi setiap manusia untuk menghadapinya. Sama halnya dengan mahasiswa, setiap generasi menghadapi tantangan yang berbeda-beda pula. Sejak sebelum kemerdekaan hingga reformasi tantangannya sangat bervariasi. Namun satu hal khusus yang ada pada setiap generasi mahasiswa adalah konsistensi untuk selalu memiliki sikap-sikap sebagai berikut:

a. Idealis

Mahasiswa adalah kelompok intelek yang mengetahui salah dan benar sehingga selalu berusaha untuk memperjuangkan kebenaran bagi masyarakatnya

b. Kritis

Mahasiswa adalah kelompok intelek yang selalu resah untuk mempertanyakan ketidakadilan yang terjadi di masyarakatnya

c. Visioner

Mahasiswa adalah kelompok intelek yang bergerak berdasarkan pemikiran yang matang dan menjangkau masa depan yang jauh ke depan

d. Peduli Rakyat Kecil

Mahasiswa adalah kelompok intelek yang hatinya selalu bersama rakyat. Ketidakadilan pada rakyat akan menggerakkan mahasiswa untuk meluruskan ketidakadilan tersebut

([http://dwh74.blog.com/2009/12/10/organisasi-kemahasiswaan-](http://dwh74.blog.com/2009/12/10/organisasi-kemahasiswaan-dulu-kini-dan-tantangan-masa-depan/)

[dulu-kini-dan tantangan-masa-depan/](http://dwh74.blog.com/2009/12/10/organisasi-kemahasiswaan-dulu-kini-dan-tantangan-masa-depan/) diakses tanggal 20 juni 2017 pukul 20:00 WIB)

C. Gambaran Umum Pemilihan Raya (PEMIRA)

Pemilihan Raya Presiden dan Wakil Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa

Organisasi mahasiswa intrakampus adalah organisasi mahasiswa yang memiliki kedudukan resmi di lingkungan perguruan tinggi yang diatur dalam surat keputusan Menteri Pendidikan Nasional dan Kebudayaan

No.155/U/1998 Tentang Pedoman Umum Organisasi Kemahasiswaan. Pada dasarnya organisasi digunakan sebagai tempat atau wadah untuk berkumpul, bekerjasama untuk mencapai tujuan.

Begitu pula dengan organisasi kemahasiswaan merupakan wahana dan sarana bagi mahasiswa untuk belajar, berkumpul, dan mengembangkan potensi kepemimpinannya. Salah satu organisasi kemahasiswaan intra kampus adalah Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) kemahasiswaan yang menjalankan organisasi layaknya sebuah pemerintahan. BEM yang mengurus tentang internal dari universitas maupun fakultas dimana BEM tersebut bernaung, biasa dikategorikan sebagai bagian dalam negeri. Bidang ini juga berfungsi sebagai jembatan untuk mengontrol seluruh kegiatan civitas akademika, mulai dari organisasi mahasiswa, dosen, karyawan, dan juga mahasiswa itu sendiri.

Bidang eksternal atau disebut bagian luar negeri berfungsi sebagai kontrol sosial ke masyarakat, seperti mengadakan kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan untuk memperjuangkan kepentingan-kepentingan rakyat, bidang ini juga berperan untuk menjalin hubungan dengan organisasi lain diluar BEM. Badan Eksekutif Mahasiswa di Universitas Lampung dibagi menjadi dua yaitu.

Badan Eksekutif Mahasiswa tingkat Universitas Mahasiswa tingkat Fakultas Mahasiswa diketuai oleh Presiden dan untuk tingkat Fakultas diketahui oleh Gubernur yang dipilih setahun sekali melalui pemilihan oleh Mahasiswa. Sebagai organisasi eksekutif yang menjalankan pemerintahan tentunya BEM

membutuhkan seorang pemimpin yang dapat mengatur dan mengarahkan anggotanya untuk mencapai tujuan bersama, dan dari gaya kepemimpinan seorang pemimpin itu juga dinamika organisasi terbentuk. Dengan demikian keberadaan pemimpin dan gaya kepemimpinannya dalam suatu organisasi memiliki arti yang strategis.

Artinya, mahasiswa memerlukan sosok pemimpin yang amanah dan bertanggung jawab dalam memimpin mereka. keberadaan pemimpin tersebut tidak serta merta dilakukan secara insani melainkan adanya proses-proses ini yang akan menghasilkan pemimpin mahasiswa. Seperti halnya sebuah kenegaraan yang berdaulat, Keluarga Besar Mahasiswa Universitas Lampung (Unila) pun butuh sarana untuk merealisasikan kedaulatan mahasiswa. Melalui pemilihan raya (PEMIRA) Mahasiswa Unila secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil diharapkan menghasilkan pemerintahan mahasiswa yang demokratis. (sumber: LPJ Pemira 2016)

D. Gambaran Umum Pada Saat Pemira Berlangsung

1. Tujuan kegiatan

Tujuan kegiatan ini bertujuan sebagai wadah pembelajaran demokrasi bagi mahasiswa Universitas Lampung serta titik tolak ukur demokrasi yang ada di universitas Lampung sehingga ke depannya diharapkan dapat mewujudkan pemerintahan mahasiswa yang lebih baik. Kegiatan ini bernama “ Pemilihan Raya (PEMIRA) Universitas Lampung Tahun 2016, adapun peserta kegiatan ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas

Lampung. Pada saat pemira berlangsung adapun nama-nama yang ikut serta dalam kelancaran pemira yaitu :

1. Rektor Universitas Lampung : Prof.Dr.If. Hasriadi Mat Akin
2. Pembantu Rektor III Unila : Prof. Dr. Karomani,M.Si
3. Penanggung jawab : Ahmad Nur Hidayat

Pada saat pemira berlangsung, adapun waktu dan tempat yang terorganisir yaitu pada tanggal 28 januari sampai dengan 31 maret 2016 sedangkan tempat berlangsung nya pemira pada tahun 2016 yaitu Universitas Lampung.

2. Dasar kegiatan

Dasar kegiatan merupakan proses berjalan nya sebuah kegiatan yang dapat berjalan dengan lancar sampai berakhirnya suatu kegiatan berikut adalah dasar kegiatan yang didasari oleh Beberapa Undang-Undang.

Yaitu :

1. Pancasila dan UUD 1945
2. Gbhn 1998 Bab IV tentang pendidikan tinggi
3. UU No 2 Tahun 1998 tentang pendidikan Tinggi dan Tujuan Pendidikan Tinggi
4. Keputusan Mendikbud No. 155 tentang lembaga Kemahasiswaan
5. PP No. 30 Tahun 1990 Tentang Pendidikan dan Tujuan Pendidikan Tinggi
6. Konstitusi KBM Universitas Lampung
7. Program Kerja DPM U Universitas Lampung

Tabel 9. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
1	3 Maret 2016	Sosialisasi Pemira
2	15-18 Maret 2016	Pendaftaran bakal Capres-Cawapres BEM U Calon Anggota DPM U dan Calon Anggota DMPF KBM Unila b
3	17-18 Maret 2016	Pengembalian Berkas Perlengkapan dan verifikasi awal bertempat di DPM U KBM Unila pukul 08.00-17.00 WIB Berkas Bakal Calon Capres-Cawapres BEM U Calon Anggota DPM U dan Calon Anggota DMPF KBM Unila
4	21-22 Maret 2016	Perpanjangan perlengkapan berkas dan verifikasi akhir berkas kandidat serta Penetapan kandidat berserta Tim Sukses Capres-Cawapres, Calon Anggota DPM U, Dan Calon Anggota DMPF
5	23 Maret 2016	Penetapan TPS dan pengambilan Nomor urut Kandidat Capres-Cawapres , Calon Anggota DPM U, Dan Calon Anggota DMPF serta Deklarasi Damai
6	24-25 Maret 2016	Kampanye Bebas
7	26 Maret 2016	Kampanye Terbatas
8	28 Maret 2016	Debat Kandidat
9	29 Maret 2016	Masa Reses
10	30 Maret 2016	Pemilihan Raya (Pemira)
11	31 Maret 2016	Penetapan Hasil Pemira

Sumber LPJ pemira 2016

Tabel di atas merupakan jadwal pelaksanaan kegiatan pemira pada tahun 2016 yang merupakan berlangsung nya pemilihan Presiden dan Wakil presiden Badan Eksekutif Mahasiswa pada Tahun 2016. Pada jadwal kegiatan pemira tersebut terdapat kegiatan pemira salah satu nya Kampanye Bebas terdiri dari kampanye calon Kandidat Presiden Dan Wakil Presiden.

Pada pemilihan presiden BEM Unila ada pun nama pasangan calon presiden dan wakil presiden BEM Unila nomor urut 1 (satu) yaitu Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah dan nomor urut 2 (dua) Ahmad Naufal dan Baidowi serta basis dukungan atau jabatan sebagai berikut

Tabel 10. Nama pasangan calon Presiden dan Wakil presiden BEM Unila

No	Nama	Fkultas, Jurusan, Angkatan dan Asal	Basis Jabatan
1	Ahmad Nur Hidayat	Universitas Lampung -	Sekretaris Umum Fossi FH
	Jurusan	Hukum (administrasi niaga)	Ketua Bidang Penelitian dan Pengembangan Hima HAN (Himpunan Mahasiswa Hukum Administrasi Negara)
	Angkatan	2012	Ketua Umum Fossi FH
	Asal	Mesuji	Ketua Komisariat Unila PMM (Persatuan Mahasiswa Mesuji)
	-	-	Ketua DPM Unila (Dewan Perwakilan Mahasiswa)
2	Salma Faizah Amatullah	Universitas Lampung	Sekretaris Kaderisasi Himasakta
	Jurusan	FMIPA/FISIKA/FKIP	Kepala Dapertemen Kaderisasi Ikam Tubaba
	Angkatan	2013	PRESTASI (salma faiza amatullah)
	Asal	Tulang Bawang Barat	BEASISWA PGN (Perusahaan Gas Negara)
	-	-	Juara 2 menghafal Al-Quran kategori 5 juz
	-	-	Lolos PKM bidang Pengabdian Masyarakat dan Karya Cipta 4
	-	-	Mengikuti Gebyar Kepenulisan Essay Internasional PPI INDIA
Nomor Urut Pasangan 2			
3	Ahmad Naufal caya	Universitas Lampung	Pengurus DPD KNPI (komite nasional pemuda indonesia) lampung
	Jurusan	Ilmu Komunikasi	Ketua Osis SMP Negeri 8 B.Lampung
	Angkatan	2014	Jurnalis surat kabar harian diradar lampung 2014-15
	Asal	Bandar Lampung	Pemimimpin redaksi majalah diSMA al-azhar 3
	-	-	Ketua Osis SMA al-azhar B.Lampung
4	Baidowi	Universitas Lampung	Pengurus keanggotaan Pramuka
	Jurusan	FKIP/pendidikan kewarganegaraan	-
	Angkatan	2012	-
	Asal	Bandar Lampung	-

Sumber : Pansus Pemira – Unila tahun 2016

Mengenal sosok Ahmad Nur Hidayat yang lahir pada 1994, dengan asal daerah mesuji melihat dari usia yang sekarang dan asal daerah Ahmad Nur Hidayat sudah mempunyai banyak pengalaman dan sudah layak untuk memimpin BEM Unila. Melihat riwayat pengalaman yang sudah banyak dimiliki oleh Ahmad, Ahmad sendiri merupakan seseorang yang bekerja keras dan pandai dalam berdiplomasi, sekarang Ahmad menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Unila Jurusan Hukum Administrasi Negara.

Secara keorganisasian Ahmad selalu menduduki Posisi Penting dalam setiap keorganisasian hal ini dimulai Sekum (Sekertasi Umum) Fossi Hukum, Ketua Umum Fossi Fakultas Hukum, Ketua Komisariat Unila PPM (Persatuan Mahasiswa Mesuji Ketua Bidang Penelitian Dan Pengembangan Hima Han , dan terakhir Ketua DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa) periode 2015/2016. sebelum mengundurkan diri untuk maju sebagai presiden. (pansus pemira – unila 2016)

Sedangkan untuk wakilnya sendiri Salma Faiza Amatullah, lahir 17 maret 1995, dengan asal daerah yaitu kabupaten tulang bawang barat, serta salma pernah menempuh pendidikan di SDN 01 dayumurni, Mts dan MAS husnul khotimah, kuningan jawa barat. Dan sekarang salma menempuh pendidikan S1 di Fakultas keguruan dan pendidikan dengan jurusan yang ia ambil pendidikan Fisika di Universitas Lampung.

Untuk pengalaman berorganisasi sendiri sudah banyak yang ia ikuti salah satunya sekarang ia menjabat sebagai sekertaris kaderisasi Himasakta dan Kepala daperteman kaderisasi ikam (ikatan mahasiswa) tubaba

(tulang bawang barat) selain itu salma mempunyai prestasi di bidang akademik maupun non akademik yaitu beasiswa PGN (Perusahaan Gas Negara), Juara 2 menghafal alquran kategori 5 juz, serta lolos dalam hal kepenulisan bidan pengabdian masyarakat dan karya cipta , penulisan essay tingkat internasional PPI india. (pansus - pemira Unila 2016)

Mengenal sosok dari nomor urut 2 (dua) yaitu Ahmad Naufal Caya, Ahmad Naufal caya lahir pada tahun 1997 di Bandar Lampung, Naufal sendiri selama masa pendidikan di sekolah ahmad banyak mengikuti kegiatan organisasi di sekolah pada saat menduduki bangku SMP dan SMA salah satu dari organisasi yang di ikuti Naufal adalah Osis Di SMP dan SMA Ahmad menjabat sebagai Ketua osis di sekolah.

Tak henti dari sekolah ahmad pada saat memasuki jenjang yang lebih tinggi di Universitas dan ia mengambil jurusan ilmu komunikasi angkatan 2014.pada saat kuliah Naufal mencoba untuk menjadi presiden BEM Unila periode 2016/2017. Akan tetapi ahmad kalah dalam pemungutan suara dengan pasangan nomor urut 1(satu).(pansus – pemira Unila 2016).

Sedangkan untuk wakilnya sendiri, yang bernama Baidowi yang lahir pada tahun 1993 dan berkuliah di Universitas Lampung dengan fakultas FKIP (fakultas keguruan dan ilmu pendidikan) jurusan pendidikan kewarganegaraan, angkatan 2012 pada saat kuliah di Unila ia aktif dalam berbagai organisasi salah satunya dalam kepengurusan

keanggotaan pramuka sehingga ia yakin untuk menjadi wakil presiden BEM unila. (pansus pemira- Unila tahun 2016).

Berdasarkan riwayat pendidikan .dimana nomor urut 1(satu) dan nomor urut 2 (dua) telah terbukti berpengalaman di bidang kepemimpinana dan sudah banyak organisasi yang mereka ikuti, baik itu dari eksternal maupun internal. Berikut daftar pemilihan tetap pasca calon per fakultas.

Tabel 11. DPT pemilihan pasca calom perfakultas di Unila

No	Nama fakultas	Jumlah Daftar Pemilih Tetap
1	Fakultas Pertanian	3840 Suara
2	Fakultas Mipa	2914 Suara
3	Fakultas Kedokteran	791 Suara
4	Fakultas Hukum	1808 Suara
5	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	3829 Suara
6	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poitik	3192 Suara
7	Fakultas Teknik	2991 Suara
8	Polim (panglima polim)	344 Suara
9	METRO	387 Suara
10	Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan	5146 Suara
	Jumlah	25242 Suara

Sumber : Pansus Pemira – Unila, Tahun 2016

Berdasarkan hasil pemira Pemilihan raya pada DPT (Daftar Pemilih Tetap) jumlah dpt yang paling besar pada perfakultas di Unila yaitu FKIP (Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan) sekitar 5.146 Suara dan urutan kedua yaitu berasal dari fakultas pertanian, sekitar 3840 suara. Sehingga pasangan urut nomor 1 ini pun terpilih sebagai presiden dan wakil presiden BEM Unila tahun 2016-2017.

3. Ketentuan Penutup

1. Apabila ada peraturan yang belum diatur dalam ketetapan ini, maka PANSUS PEMIRA 2016 berhak mengajukan Usulan Peraturan
2. Peraturan tidak dapat diganggu gugat dan berlaku sejak tanggal ditetapkannya.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik simpulan berikut dari beberapa indikator yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion*, *place*

1. Produk (*Product*). Didalam prinsip produk yang merupakan salah satu teknik strategi *political marketing*, yang dikemukakan oleh, Firmanzah dimana dalam produk ciri khas yang mereka miliki adalah Visi dan Misi, serta program-program dan strategi spionase, atau yang biasa disebut penyambung lidah, itulah ciri khas mereka dalam memenangkan pemira pemira ini.
2. Pada tahapan tempat (*place*). Strategi *Political Marketing* yang di gunakan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah ini adalah mereka menempatkan basis massa di fakultas-fakultas yang ada di Unila. Selain menempatkan basis massa di fakultas, dalam berkampanye yang diikuti sertakan. dan TIM pemenangan pun melakukan roadshow keberbagai fakultas serta Ukm-Ukm yang terlibat. contohnya HIMA-HIMA di setiap fakultas. dalam pemetaan suara lokasi. FKIP, dan fakultas HUKUM serta fakultas TEKNIK lah yang memperoleh suara

terbanyak dibandingkan dengan fakultas-fakultas lain yang ada di unila Sehingga mereka dapat memenangkan pemira ini.

3. Pada tahapan harga (*price*). peneliti menyimpulkan bahwa dalam tahapan ini yang mendasari strategi *Political Marketing* pada Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah terdapat beberapa indikator dari price, yaitu psikologis, harga nasional, ekonomi. Baik itu dilihat latar belakang atau etnis kandidat, prestasi kandidat dan biaya yang dikeluarkan selama pemira. dari semua itu adapun nilai jual yang dimiliki pasangan ini yaitu visi misi dan basis massa, serta media sosial, dan program-program yang dibawakan pada saat berkampanye, selain itu terdapat juga nilai jual pada pasangan ini yaitu pada wakilnya sebagai wapres yang pertama kali adalah perempuan,
4. Pada tahapan terakhir yaitu promosi (*promotion*), dalam media promosi yang digunakan dalam strategi *Political Marketing* pasangan nomor urut satu ini antara lain mereka menggunakan visi dan misi dan program-program. serta membagikan pamphlet, dan brosur ke fakultas-fakultas, dalam promosi yang digunakan juga dalam strategi mereka yaitu media sosial, media sosial merupakan suatu media yang sangat berpengaruh dalam perolehan suara baik itu secara internal maupun eksternal kampus. Adapun *direct selling* atau yang disebut dengan berkampanye secara langsung pada para calon pemilih. mengajak untuk mengikuti pemira,

5. Berdasarkan teori *political marketing* yang digagas oleh Firmanzah yang terdiri dari (*product,place,price,promotion*), strategi *product* merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan strategi *Political Marketing*, pada pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah. dalam pemilihan Presiden dan Wakil presiden Badan Eksekutif Mahasiswa periode 2016-2017.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam tahapan produk (*product*), sebaiknya dalam tahapan ini mereka seharusnya lebih menekankan pada ciri khas yang mereka miliki seperti Visi Misi, dan strategi yang di bawakan. Kemudian memperkenalkan program-program yang dibawakan kepada mahasiswa, agar mahasiswa bisa melihat siapa yang lebih baik program nya untuk Unila kedepannya.
2. Dalam tahapan tempat (*place*), sebaiknya pasangan Ahmad Nur Hidayat dan Salma Faiza Amatullah ini lebih difokuskan lagi, masih banyak tempat-tempat yang belum mereka datangkan oleh pasangan ini, sebaiknya mereka survei kembali agar bisa maksimal dalam perolehan suara, sehingga kedepannya dapat lebih baik lagi mengenai tempat.
3. Dalam tahapan harga (*price*), sebaiknya tim pemenangan Ahmad Nur Hidayat dan wakilnya mengoptimalkan lagi dalam nilai jual. Dari beberapa indikator dari price, baik itu secara psikologis, harga nasional,

ekonomi. Baik itu dilihat latar belakang atau etnis kandidat, prestasi kandidat dan biaya yang dikeluarkan selama pemira.

4. Dalam tahapan promosi (*promotion*). Sebaiknya dalam pemilihan raya (pemira), dalam pemilihan politik itu dari segi pemilihan umum atau pun raya, adakala para pemilih sebagiannya diberi sosialisasi tentang pemiliu ataupun apa itu pemira dan seberapa pentingnya pemira. agar para pemilih pemula bisa pertimbangan yang rasional dalam hak pilihannya, agar tidak terjadinya golput pada saat pemilihan berlangsung.
5. Untuk pemira selanjutnya penulis menyarankan menggunakan strategi-strategi lain agar dapat meningkatkan daya tarik basis massa yang non-partisipan menjadi base-partisipan sehingga dapat mengoktimalkan perolehan suara .

DAFTAR PUSTAKA

- Andik, Matulesy 2005, Mahasiswa & Gerakan sosial . Surabaya srikandi
- Cangara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik: Konsep Teori & Strategi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Dahlan Tahib, 1993. *Implementasi sistem ketatanegaraan*. Liberty. Yogyakarta.
- Efriza. 2012. *Political Explore Sebuah Kajian Ilmu Politik*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik antara Pemahaman dan Realita*. Yayasan Obor. Jakarta.
- Ginancar. 2005. *Komunikasi Politik*. PT.Gramedia. Jakarta.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Hermawan, Dedy. 2005. *Buku Ajar Manajemen Strategi*. Unila. Bandar Lampung.
- Imran, Ma'ruf. 2012. *Indonesia dan Sejarah Kebangsaan*. Liberty. Yogyakarta.
- Indrayana, 2011, Gerakan mahasiswa , Grafindo Persada Jakarta
- J. Moelong Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Kansil. 2001. *Memilih dan Dipilih: Inti Pengetahuan Pemilihan Umum*. PT. Pradnya Paramita Jakarta. Jakarta.
- Miles, Matthew. 1992. *Analisa Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. UI Press. Jakarta
- Morrison. 2009. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Prakarsa. Jakarta.

- Nawawi Hadari. 2005. *Manajemen Strategi Organisasi*. Gajah Mada Perss. Yogyakarta.
- Nursal Adman. 2004. *Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta, Kencana
- Pawito. 2007. *Penelitian komunikasi Politik Kualitatif*. Lkis. Yogyakarta.
- _____. 1996. *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. PT. Gramedia Widiasarana. Jakarta.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Stratejik*. Erlangga. Jakarta.
- Sitorus. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Liberty. Yogyakarta.
- Sutarto. 1978. *Dasar-Dasar Organisasi*. Gajah Mada Press. Yogyakarta. Sutopo. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. UNS Press. Surakarta. Uchjana, Onong. 2008. *Dinamika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Venus, A. 2000. *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Winardi. 2003. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Prenada Media. Jakarta.
- Heryanto shulhanrumaru, 2013. *Komunikasi politik , pengertian kampanye bogor Indonesia*

Sumber Lain :

- (Artikelbelajar Wikipedia.com akses 11/012/2016 Pukul 19:27 WIB)
- (<http://dpm.u.kbm.unila.ac.id> pukul 13:00 WIB)
- (<http://dwih74.blog.com/2009/12/10/organisasi-kemahasiswaan-dulu-kini-dan-tantangan-masa-depan/> diakses tanggal 20 juni 2017 pukul 20:00 WIB)
- (rudi.jurnal online diakses 11/12/2016 pukul18:00WIB)
- Undang-Undang dasar Hukum Pemira
- Undang-Undang dasar Hukum BEM
- (www.wikipedia.com 11/12/2016 Pukul 19:00WIB)
- (www.wikipedia/organisasi.com diakses pada 11/12/2016 pukul 09:40 WIB)
- (Zinevodka.blogspot.com. akses 11/12/2016 pukul 09:40 WIB)

Penelitian Terdahulu :

Delsen Mandela, 2016, *Strategi kampanye Politik Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Bandar Lampung Dalam Pilkada Serentak Tahun 2015*, Skripsi

Nasira, 2016, *Pemasaran Politik (Political Marketing) Pasangan Herman Hn dan Yusuf Kohar Pada Pilkada Bandar Lampung Tahun 2015*

Restia Permata Sari, 2015, *Strategi kemenangan pasangan Adrian Soedrajat dan Wilanda Rizki Dalam Pemilihan Gubernur Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Skripsi