

Konsistensi Janji Politik Pasangan Mulkan-Syhabudin Pasca Terpilih Menjadi Bupati Kabupaten Bangka Tahun 2018

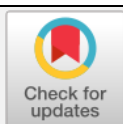
Friska Dwi Romianti

Universitas Bangka Belitung, Merawang Bangka, Prov Kep. Bangka Belitung Indonesia

*Korespondensi: friskadedek8@gmail.com

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:
Research Article



Dikirim: 5 Juli 2023;
Diterima: 10 Agustus 2023;
Dipublikasi: 13 September 2023;



Copyright © 2023. Owned by
Author(s), published by JSC

This is an open-access article.
License: Attribution-
NonCommercial-ShareAlike (CC
BY-NC-SA)

How to cite:

Friska Dwi Romianti 2023.
Konsistensi Janji Politik Pasangan
Mulkan-Syhabudin Pasca Terpilih
Menjadi Bupati Kabupaten Bangka
Tahun 2018. *Journal of Social*
Contemplativa. 1(2); 82-99

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul "Konsistensi Janji Politik Pasangan Mulkan-Syhabudin Pasca Terpilih Menjadi Bupati Kabupaten Bangka Tahun 2018" ini berfokus kepada beberapa hal yakni strategi pemasaran apa yang digunakan pasangan mulkan-syhabudin dan implementasi janji politik yang telah diucapkan pasangan mulkan-syhabudin pada saat kampanye politik. Metode penelitian dalam penulisan ini yakni penelitian kualitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian bahwa Melalui sepuluh rumusan pemasaran politik tersebut, terdapat enam rumusan utama yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini, yaitu *Polling*, *Profiling*, *Positioning*, *Product*, *Pull Pemasaran*, dan *Push Pemasaran*. Kelima rumusan tersebut merupakan rumusan pemasaran politik yang paling ditonjolkan oleh Mulkan-Syhabudin pada keberhasilannya dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Bangka dan terkait dengan janji politik yang dikemukakan pasangan mulkan-syhabudin telah di realisasikan dengan baik walaupun masih ada yang harus dilakukan serta diperbaharui.

Abstract The research entitled "Consistency of the Political Promises of the Mulkan-Syhabudin Couple After Being Elected to Become the Regent of Bangka Regency in 2018" focuses on a number of things, namely what marketing strategies the Mulkan-Syhabudin pair used and the implementation of the political promises that the Mulkan-Syhabudin pair made during political campaigns. The research method in this writing is descriptive qualitative research. The results of the study show that through the ten formulations of political marketing, there are six main formulations used to analyze this research, namely *Polling*, *Profiling*, *Positioning*, *Product*, *Marketing Pull*, and *Marketing Push*. The five formulations are political marketing formulations that are most highlighted by Mulkan-Syhabudin in their success in winning regional head elections in Bangka and related to the political promises put forward by the Mulkan-Syhabudin pair that have been well realized although there is still something to be done and renewed.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Impelementasi, Janji Politik

1. Pendahuluan

Pemilihan Umum atau biasa disingkat Pemilu sangatlah beragam, dari mulai pemilihan presiden, Walikota, Gubernur, Bupati, dan anggota DPR baik pusat ataupun daerah. Pemilihan Kepala Daerah berlangsung setelah Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 diterbitkan. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada Pemilihan Umum Kepala Daerah

(Pemilukada) yang terkhusus di Kabupaten Bangka, Provinsi Kep.Bangka Belitung. Pemilukada merupakan proses perekrutan pejabat politik di daerah yang berkedudukan sebagai pemimpin daerah yang bersangkutan yang dipilih langsung oleh rakyat secara demokratis tanpa melalui lembaga legislatif atau dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

Pada tahun 2018 lalu, tepat pada tanggal 27 juni 2018, telah dilakukan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati untuk wilayah Kabupaten Bangka. Dalam Pemilihan tersebut ditetapkan 3 pasangan calon yakni Pasangan calon nomor urut 1 merupakan Bupati petahana yaitu Tarmizi Sa'at dengan didampingi oleh Amri Cahyadi yang juga merupakan wakil ketua DPRD Kep. Bangka Belitung dan selanjutnya di nomor urut 2 yaitu pasangan Mulkan dan Syahbudin, dan nomor urut 3 yaitu pasangan KMS Daniel dan Fadilla Sabri. Adapun hasil rekapitulasi jumlah suara pada pemilihan Bupati Bangka tahun 2018, sebagai berikut;

Tabel (Hasil Rekapitulasi Suara Pemilihan Bupati Bangka Tahun 2018)

No	Kandidat	Jumlah	Persentase
1	Tarmizi Saat - Amri Cahyadi	34.706	28,47%
2	Mulkan - Syahbudin	59.334	48,67%
3	KMS Daniel - Fadillah Sabri	27.864	22,86%
			100%

(Sumber: KPU Provinsi Bangka Belitung, Juni 2018)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, Pasangan nomor urut 2 yaitu pasangan Mulkan dan Syahbudin merupakan pasangan yang memperoleh kemenangan pada pemilihan bupati bangka tersebut dengan perolehan suara 48,67% dari 96,75% jumlah suara sah. Pasangan tersebut berhasil mengalahkan dua paslon lainnya. Tiga pasangan calon yang menjadi peserta dalam Pemilukada tersebut seluruhnya berasal dari jalur partai politik. Pasangan Mulkan dan Syahbudin di bentengi oleh dua partai yaitu PDIP dan PKIP. Pasangan Mulkan dan Syahbudin ini bukan merupakan wajah baru didunia perpolitikan di Bangka Belitung khususnya di Kabupaten Bangka. Mulkan pertama kali terjun di dunia politik pada tahun 2001, sedangkan wakilnya Syahbudin sudah berkecimpung didunia politik sejak 1995. Mulkan dikenal sebagai sosok yang memiliki kemampuan mengayomi masyarakat dan Syahbudin merupakan sosok

yang disukai masyarakat. Namun, jika dibandingkan dengan pasangan calon nomor urut 1 yang diusung oleh 5 partai politik besar, serta pengalaman yang dimiliki Tarmizi yang telah menjabat sebagai Bupati pada periode sebelumnya, seharusnya paslon nomor urut 1 tersebut lebih memiliki peluang besar untuk memperoleh kemenangan, dibandingkan dengan paslon nomor urut 2 yang hanya diusung oleh 2 partai politik saja. Akan tetapi perolehan suara yang mereka hasilkan dalam pemilihan mampu menghantarkan mereka meraih kemenangan dalam Pemilihan tersebut.

Kemenangan yang mereka peroleh tidak lepas dari strategi pemasaran yang mereka lakukan dan terapkan pada saat masa kampanye. strategi pemasaran merupakan suatu bentuk sosialisasi yang dilakukan kandidat untuk memperkenalkan diri dan mempromosikan diri kepada para calon pemilih. strategi pemasaran dianggap sangat penting bagi setiap kandidat agar mampu bersaing antar kandidat lainnya dalam merebut suara pemilih. Oleh karena itu setiap pasangan calon harus memiliki strategi yang optimal untuk memperoleh suara sebanyak-banyaknya demi meraih kemenangan dalam pilkada. strategi pemasaran yang digunakan pasangan Mulkan dan Syahbudin dalam pencapaian kemenangan sangat menarik untuk dianalisis, sejauh mana mereka mampu menerapkan dan membangun hubungan dengan pemilih sehingga dapat membangun kepercayaan dari calon pemilih tersebut, serta bentuk-bentuk dan teknik apa saja yang digunakan dalam strategi pemasaran tersebut.

Strategi pemasaran dianggap sangat penting digunakan oleh setiap kandidat dalam mengikuti kompetisi pada saat pemilu, apalagi pada saat masa kampanye, karena dengan strategi pemasaran tersebutlah mampu membentuk dan membangun ciri khas dari masing-masing kandidat yang tentunya dapat diterima dan dikenal oleh masyarakat atau calon pemilih. Dari pemasaran yang digunakan setiap kandidat juga dapat membantu masyarakat untuk bisa melihat kualitas dan kuantitas dari kandidat itu sendiri. Oleh karenanya tidak heran jika pada saat menjelang pemilu atau pada saat masa kampanye, setiap paslon memiliki Visi dan Misi yang ditawarkan, serta melakukan dan membuat berbagai macam kegiatan yang bertujuan untuk menarik perhatian para calon pemilih. Banyak janji-janji politik yang bermunculan. Kegiatan-kegiatan tersebut juga sangat beragam, ada yang terjun langsung untuk memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, ada juga yang mengandalkan dan meminta bantuan para timses dalam menyampaikan visi dan misinya, bahkan ada yang memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp dan lain sebagainya.

Terlepas dari hal diatas, belajar dari pengalaman sebelumnya, sering kali pasca pemilihan tidak sedikit para pemenang melupakan apa yang sudah seharusnya menjadi kewajiban bagi mereka. kebanyakan pasangan yang telah memperoleh kemenangan justru mengabaikan visi dan misi yang telah menjadi ciri khasnya pada saat kampanye, dan melupakan janji-janji politik yang mereka suarakan pada saat masa kampanye tersebut, padahal hal tersebut bukanlah hanya sekedar janji janji belaka. Namun harus direalisasikan dan diaplikasikan pada saat mereka sudah terpilih menjadi pemenang dalam pemilihan tersebut. Sebagian besar kandidat lebih memfokuskan pada strategi pemasaran atau teknik apa saja yang akan mereka gunakan pada saat masa kampanye, namun mereka sering melupakan ketika mereka telah terpilih. Padahal pasca terpilihnya mereka menjadi pemenang, berarti mereka merupakan wakil rakyat yang dipilih dan dipercaya oleh rakyat untuk menyuarakan aspirasi mereka. Rakyat pemilih menentukan pilihannya berdasarkan program-program pembangunan yang ditawarkan para calon kepala daerah pada saat masa kampanye yang biasanya ditawarkan melalui Visi dan Misi calon kepala daerah tersebut. Dengan terpilihnya mereka sebagai seorang pemenang dalam suatu pemilihan bukanlah akhir dari perjuangan, melainkan awal dari perjuangan itu sendiri. Perjuangan tersebut tidak lain ialah perjuangan dalam mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat yang ada didaerah yang mereka pimpin. Oleh karena itu, dari awal pemilihan dilaksanakan, strategi pemasaran yang digunakan pada saat kampanye dan keberlangsungan strategi pemasaran setelah dilantiknya sebagai pemenang dalam pemilihan tersebut, bagi peneliti sangat menarik untuk diteliti, tentunya untuk melihat sejauh mana tingkat konsistensi dari pasangan tersebut apabila telah terpilih menjadi pemenang dalam suatu pemilihan.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sukmadinata dalam Rahman dan Ibrahim (2009 : 44) penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individu maupun kelompok.

Lokasi penelitian merupakan alur yang paling utama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari obyek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penentuan lokasi ditentukan peneliti dengan sengaja.

Penentuan lokasi cara yang baik ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan menjajaki lapangan untuk mencari kesesuaian, sebagai pertimbangan dalam menentukan lokasi penelitian (Moleong, 2001 : 86). Oleh karena itu, berdasarkan tema permasalahan yang akan diteliti, peneliti memilih lokasi yaitu di Kabupaten Bangka, tepatnya di kota Sungailiat. Alasan peneliti untuk mengambil lokasi tersebut karena fokus permasalahan yang akan diteliti berada di lokasi tersebut.

Peneliti akan menentukan informan sesuai dengan kebutuhan dan kemandirian peneliti dalam mendapatkan data. Informan yang menjadi sumber dalam penelitian ini ialah pasangan Mulkan dan Syahbudin yang merupakan aktor utama dari permasalahan yang akan diteliti, dan aktor-aktor pendukung lainnya seperti para konsultan-konsultan politik dan para tim sukses yang ikut terlibat dalam menjalankan marketing politik pasangan Mulkan dan Syahbudin dalam mencapai kemenangan pada pemilihan Bupati bangka tahun 2018, serta masyarakat-masyarakat yang bersangkutan.

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti yang memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu serta untuk mempermudah memperoleh informasi dan data. Dalam penelitian ini yang menjadi kriteria atau pertimbangan penelitian dalam menentukan informan adalah sebagai berikut:

1. Pasangan Mulkan dan syahbudin sebagai aktor utama dalam permasalahan yang diangkat oleh peneliti.
2. Konsultan-konsultan politik atau Tim sukses pasangan Mulkan-syahbudin yang merupakan aktor tambahan terkait *political marketing* yang akan dijalankan dan dipakai oleh pasangan tersebut dalam mencapai kemenangan.
3. Pemda dan BAPPEDA yang merupakan aktor pelaksanaan dan pengawasan dalam menjalankan kebijakan tersebut serta masyarakat-masyarakat yang bersangkutan sebagai aktor yang mengamati konsistensi janji pasangan Mulkan-Syahbudin setelah mereka dilantik sebagai pemenang dalam pemilihan tersebut.

Adapun sumber data darimenelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Yang dalam rangka memperoleh data dan informasi yang memadai maka peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menjadikan dokumen-dokumen sebagai sumber data, misalnya dokumen peraturan, grafik, arsip, peta lokasi, foto-foto dan sebagainya (Rahman dan Ibrahim, 2009 : 43). Menurut Sugiyono, (2009: 173) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi juga merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh peneliti dalam mendapatkan data visual dari foto-foto yang diambil pada saat observasi maupun wawancara. Adapun kemudian penelitian ini akan memuat referensi dari beberapa buku dan sumber lainnya yang bersangkutan dengan topik yang diangkat oleh peneliti.

2. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan untuk mengetahui secara langsung data dari responden. Menurut Nawawi dalam Rahman dan Ibrahim (2009: 43) wawancara adalah usaha untuk mengajukan pertanyaan secara lisan dan dijawab secara lisan pula. Wawancara menjadi hal terpenting dalam mengumpulkan data, karena hasil dari wawancara ini kemudian akan menampilkan data sesuai fakta yang dinyatakan dan didapat dari informan, dengan kata lain dapat diartikan secara singkat bahwa wawancara adalah pertemuan antara peneliti dan responden, dimana jawaban responden akan menjadi data mentah. Adapun wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur dan dilakukan secara langsung dengan informan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model data Miles dan Huberman. Yang mana menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2016:246) aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas sehingga data yang diperoleh sudah jenuh.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan dengan cara mereduksi data yang berarti merangkum data yang diperoleh di lapangan, memilih data yang pokok serta memfokuskan dengan hal yang berkaitan dan dianggap penting.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah selesai pada tahap mereduksi data, kemudian berlanjut pada langkah penyajian data. Pada penelitian kualitatif, tahap ini dapat dilakukan berupa bentuk

uraian singkat, hubungan antar kategori, bagan dan sejenisnya. Tujuan dengan mendisplaykan data ini bisa memudahkan dan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja berdasarkan apa yang telah dimengerti.

3. Penarik Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti melakukan tahap pengambilan keputusan pada pertanyaan penelitian. Data yang disusun bisa dikaitkan dengan pola, model, hubungan sebab akibat dan sebagainya.

3. PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran yang dilakukan pasangan Mulkan-Syahbudin dalam mencapai kemenangan pada Pemilihan Bupati Bangka pada tahun 2018

Pemasaran politik adalah serangkaian aktivitas terencana, strategis dan juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih (Nursal, 2004). Berdasarkan aktivitas politik, pemasaran politik digunakan untuk menyebarkan informasi positif tentang kandidat, partai, dan program yang dilakukan oleh para aktor politik melalui berbagai saluran informasi tertentu yang ditujukan kepada kelompok masyarakat sasarannya. Tujuan dari aktivitas tersebut dilakukan untuk mengubah pengetahuan, wawasan, sikap, hingga perilaku para calon pemilih sesuai keinginan pemberi informasi.

Berdasarkan konsep pemasaran politik yang dikemukakan oleh Denny Januar Ali yaitu berupa 10P konsep pemasaran politik, terdapat lima konsep pemasaran politik yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana teknik pemasaran yang digunakan oleh Algafry dan tim koalisinya yaitu *Polling*, *Profilling*, *Positoning*, *Pull Pemasaran*, dan *Push Pemasaran*. Produk (*product*) terdapat tiga kategori yaitu platform partai, masa lalu kandidat, dan karakteristik pribadi kandidat. Produk utama dari partai politik tentunya adalah platform atau paradigma partai yang berisi konsep, identitas, ideologi dan program kerja dari partai politik itu sendiri. produk dari sebuah partai politik salah satunya adalah pasangan calon yang memiliki ciri pribadi dan *track record* yang baik.

1. *Polling*

Dalam konsep pemasaran politik, *polling* adalah jajak pendapat, yang dilakukan sepanjang proses politik untuk memberikan kandidat informasi yang diperlukan untuk

mengembangkan kampanye, suatu upaya memahami keinginan dari pemilih. Dengan kata lain, aneka strategi yang ditentukan harus berdasarkan pada data karena publik lah yang menentukan siapa pemenang pemilu atau pilkada. Berkenaan dengan hal tersebut, dalam proses kampanye tim koalisi Mulkan-Syahbudin juga melakukan survei terlebih dahulu sebelum menentukan rancangan langkah politik yang akan mereka ambil

2. *Profiling*

Strategi politik *Profiling* yang dikemukakan oleh Deny J.A. adalah berupa suatu kegiatan memilah pemilih berdasarkan segmentasi. Dengan kata lain, seorang kandidat harus cermat dalam mengidentifikasi segmen-segmen pemilih berdasarkan latar belakang pembentuk perilaku mereka, yakni berupa agama, pendidikan, gender, status ekonomi, asal daerah, intensitas membaca berita politik, dan aneka preferensi lain.

Melalui hasil wawancara yang sudah dijelaskan pada awal pembahasan, diketahui bahwa dari awal ditunjuknya Mulkan-Syahbudin sebagai calon bupati pada waktu itu karena memang disesuaikan dengan segmentasi pasar yang sebelumnya telah ditentukan, yaitu dengan menargetkan pemilih berdasarkan latar belakang agama Islam.

3. *Positioning*

Dalam konsep pemasaran politik, *Positioning* merupakan sebuah upaya kandidat dalam membedakan dirinya dengan kandidat lain, dan memberikan gambaran kuat (ciri khas) dalam benak pemilih. *Positioning* sendiri bisa dibuat dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kandidat dan kompetitor.

Selaras dengan definisi tersebut, Mulkan-Syahbudin beserta tim koalisinya juga menggunakan konsep *Positioning* dalam penentuan arah politiknya. Melalui hasil survei yang sudah dilakukan sebelumnya, mereka kemudian mengidentifikasi hal-ha apa saja yang menjadi kelemahan dan kelebihanannya beserta sang pesaing. Melalui kutipan wawancara tersebut, narasumber mengatakan bahwa segmentasi pemilih di Bangka sudah terbagi menjadi dua bagian, yaitu nasionalis dan nasionalis religius. Dikarenakan pihak pesaing sudah mencondongkan dirinya ke arah nasionalis, maka pihak Mulkan-Syahbudin mencoba untuk mengambil langkah yang berbeda dengan mengusung konsep nasionalis yang lebih ke arah religius. Konsep religius juga

dianggap sangat cocok dengan figur Mulkan dan akan lebih mudah diterima oleh kalangan masyarakat muslim

4. *Pull Pemasaran*

Konep *Pull Pemasaran* pada pemasaran politik, merujuk pada satu jenis pemasaran untuk meningkatkan "*demand*", dari pemilih. Lebih jelasnya, yaitu menciptakan kebutuhan kepada pemilih akan kandidat atau partai yang hendak bertarung dalam pemilihan. Dalam pelaksanaannya, kandidat atau partai atau gagasan oleh relawan diperkenalkan kepada pemilih dengan bertatap muka. Untuk pemasaran politik, terdapat dua instrumen *pull pemasaran* yang lazim, yaitu *cancassing* (kampanye dari rumah ke rumah) dan *Get Out The Vote* (kegiatan membujuk/mempersuasi pemilih agar datang ke tempat pemungutan suara). Dari hasil wawancara tersebut, narasumber mengatakan bahwa Pasangan Calon Mulkan dan Syahbudin mengambil strategi dengan memberikan kartu yang dapat digunakan masyarakat Bangka yang nantinya bisa digunakan jika mereka terpilih menjadi Bupati.

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, dijelaskan bahwa Mulkan-Syahbudin dan tim bahkan memiliki tim IT tersendiri untuk menangani persoalan citra melalui media social dan media massa untuk menarik perhatian masyarakat Bangka

5. *Push Pemasaran*

Pada konsep pemasaran politik, *Push Marketing* berupa membawa kandidat atau partai (*suply*) agar menyentuh hati dan pikiran pemilih (masyarakat). Instrumen penting dari *Push Pemasaran* ini berupa iklan media, debat di media, dan berita di media, baik media sosial ataupun media luar ruang (spanduk, baliho, *flyer*, pamflet).

Jika dilihat dari definisi tersebut, tentu *Push Pemasaran* adalah konsep pemasaran politik yang paling lazim digunakan oleh setiap tokoh politik, tak terkecuali Mulkan-Syahbudin

Berdasarkan LKJP Kabupaten Bangka bahwa terdapat beberapa janji-janji atau politik marketing yang diungkapkan Mulkan-Syahbudin pada saat kampanye sebagai berikut :

1. Meningkatkan akuntabilitas kinerja birokrasi
2. Meningkatkan kualitas pelayanan publik kepada semua lapisan masyarakat
3. Memberikan program Bangka pintar, program serbu dan 5 kartu mulya yang akan diberikan kepada masyarakat Bangka

4. Meningkatkan transparansi dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat, baik prosedur dan persyaratan pelayanan agar memudahkan masyarakat mengakses layanan publik.
5. Meningkatnya kualitas pendidikan masyarakat
6. Meningkatnya kualitas kesehatan masyarakat
7. Meningkatnya kesetaraan gender
8. Meningkatnya perlindungan pemenuhan hak-hak anak melalui upaya:
9. Meningkatnya infrastruktur ekonomi yang
10. Meningkatnya infrastruktur sosial yang berkualitas

Implementasi janji dari pasangan Mulkan-Syahbudin pasca pelantikan Bupati Bangka pada tahun 2018 lalu

Penilaian janji politik pada penelitian ini menggunakan teori strategi pemasaran yakni *Post Election* seperti politik sudah terpilih yang mana politik tetap berjalan walaupun sudah meraih kemenangan. Karena jika Bupati telah melaksanakan janji politik sesuai visi misi saat disampaikan pada masa kampanye yang nanti nya akan menjadi nilai lebih bagi Mulkan dan Syahbudin untuk mencalonkan diri lagi untuk maaa yang akan datang. artinya penulis ingin mengetahui apakah janji politik yang dijanjikan *Post Election*, yaitu berupa politik setelah terpilih. Dalam hasil ini tujuan seorang pemimpin bukan hanya untuk berkuasa dan terpilih, tapi tentang bagaimana ia menggunakan kekuasaan itu untuk mewujudkan visinya (kampanye permanen). Secara teoretis, *incumbent* atau pejabat yang tengah memerintah lebih mempunyai kemungkinan untuk terpilih kembali jika mereka bisa memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menarik dukungan pemilih

Dapat dikatakan bahwa Janji Politik Bupati Terpilih Mulkan-Syahbudin dapat diketahui ada beberapa visi yang diutarakan yakni mewujudkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas, Tata Kelola Pemerintah berbasis Teknologi, mewujudkan pemerataan pembangunan infrastruktur, mewujudkan gerbang kita pariwisata, mewujudkan perekonomian di wilayah Bangka dengan memberikan program kerja yaitu Sapa Bupati, Bangka Terang, Bangka Pintar, Serbu Berkah. Sejak 5 tahun masa kepemimpinan dapat diketahui bahwa ada yang sudah direalisasikan dan ada yang masih diusahakan untuk dapat dilaksanakan, dengan rincian sebagai berikut :

Program tata kelola pemerintahan yang berbasis Teknologi yang termasuk dalam janji Mulkan-Syahbudin dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan public kepada semua lapisan masyarakat, dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa Bupati Mulkan-Syahbudin benar telah merealisasikan program dan kegiatan tersebut namun belum direalisasikan sepenuhnya. Seperti hal nya hasil wawancara diatas dapat dikatakan gerakan ini terjadi karena untuk saat ini terdapat kesenjangan yang sangat tinggi antara kecepatan teknologi dan aspirasi masyarakat. Kemajuan teknologi berkembang dengan cepat disertai dengan perubahan masyarakat sebab ketidakseimbangan akan memunculkan resiko ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah bahkan memudahkan eksistensi pemerintah di tengah masyarakat. Dalam hal ini Bupati Bangka membuat suatu aplikasi yang dinamakan Sapa Bupati, di aplikasi tersebut masyarakat dapat memberikan aspirasi dan juga pendapat nya serta Bupati dapat menampung aspirasi masyarakat Bangka dan merealisasikan aspirasi tersebut.

a. Program mewujudkan pemerataan infrastruktur di Kabupaten Bangka

Di tahun 2023 Bupati Bangka meluncurkan Program yakni Bangka Terang berupa pemasangan lampu jalan di delapan kecamatan se-kabupaten Bangka dengan jumlah 1682 titik. Dengan menggunakan daya sebesar 60 watt, di Kecamatan Belinyu 437 titik, Sungailiat 434 titik, 235 di Merawang, 229 titik di Pemali, 183 titik di Mendo barat, 85 titik di Bakam, 59 titik di Puding Besar, 20 titik di riau silip. Untuk infastruktur di bidang darat yakni jalan, Kabupaten Bangka adalah sepanjang 734,501 Km yang terdiri dari 547,839 Km diaspal, 31,797 Km di aspal Lapen, 4,681 Km beton dan tanah sepanjang 15,184 Km. Kondisi jalan di Kabupaten Bangka sebanyak 300,606 Km baik, 158,360 Km sedang, 35,234 sedang rusak, 33,595 Km rusak berat

b. Program 5 kartu Mulya

Ada beberapa program yang akan diberikan Mulkan-Syahbudin pada saat pencalonan yakni salah satunya program lima kartu mulya Hasil penelitian menunjukan bahwa Mulkan-Syahbudin telah merealisasikan program pemberian 5 kartu mulya yang menjadi janji politik pada saat pencalonan, adapun rincian nya sebagai berikut : Pertama kartu mulya pintar yang diperuntukkan bagi pelajar yang kurang mampu dan berprestasi, dimana dalam hal ini program mulya pintar ini telah tepat sasaran sesuai dengan data-data di

tiap kelurahan Kabupaten Bangka. Kedua, kartu beriman yang diperuntukkan bagi para imam, khatib, marbot masjid dengan bantuan insentif hal ini pun sudah direalisasikan dengan adanya insentif perbulan yang diberikan oleh Bupati kepada imam, khatib dan marbot masjid di tiap-tiap masjid yang berada di Kabupaten Bangka. Ketiga, mulya sehat dengan bantuan pengurusan dan badan penyelenggaraan jaminan social (BPJS) di setiap kelurahan di tiap Desa Kabupaten Bangka serta penerima kartu tersebut bisa berobat gratis dengan kartu tersebut tanpa membayar bulanan. Keempat, Mulya sejahtera yakni kartu multi fungsi untuk para penggiat usaha mikro kecil menengah (UMKM), pariwisata dan nelayan yang akan diberikan subsidi. Kelima, mulya yang memuliakan orang tua, program yang diperuntukkan bagi warga lanjut usia 57 tahun keatas.

Dari kelima kartu yang merupakan program dari Mulkan-syahbudi telah direalisasikan sepenuhnya di tiap-tiap Desa di Kabupaten Bangka.

- c. Program Bangka Pintar Ada banyak program Mulkan-Syahbudin pada saat pencalonan yakni salah satunya adalah Program Bangka Pintar

Hasil penelitian menunjukan bahwa Mulkan-Syahbudin telah merealisasikan program Bangka Pintar ini namun belum direalisasikan sepenuhnya, adapun rincian nya sebagai berikut :

Dalam masa jabatan nya Mulkan-Syahbudin melakukan pembentukan perpustakaan berbasis inklusi social, dimana hal tersebut dilakukan guna menjamin terselenggaranya perpustakaan umum berbasis inklusi social, taman pojok baca dan rumah pintar dalam rangka meningkatkan gear baca masyarakat Kabupaten Bangka, menjamin tersedianya layanan informasi bagi masyarakat dan memenuhi hak masyarakat Kabupaten Bangka, dan suatu pendekatan pelayanan perpustakaan yang berkomitmen meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat pengguna perpustakaan.

- d. Program Serbu

Ada banyak program-program Mulkan-Syahbudin yang harus dilaksanakan yakni salah satunya adalah Program Serbu Hasil penelitian menunjukan bahwa Mulkan-Syahbudin telah merealisasikan Program Serbu, rincian sebagai berikut :

Dengan program ini Mulkan-Syahbudin terus mengajak pegawai untuk menyisihkan sebagian rezekinya, yang nantinya akan disalurkan kepada masyarakat yang kurang mampu atau masyarakat yang membutuhkan uluran tangan. Salah satu realisasi yang dilakukan oleh Mulkan-Syahbudin dimana mereka mengunjungi kediaman salah satu masyarakat di Karya Makmur Pemali Kabupaten Bangka yang didiagnosa mengidap Tumor Ellium dan Endometrium ASRM Grade. Bupati juga memberikan santunan berupa uang tunai dan kursi roda kepada masyarakat tersebut.

e. Program Akuntabilitas Kinerja Birokrasi.

Akuntabilitas merupakan perwujudan dari kewajiban Pemerintah untuk mempertanggungjawabkan pengelolaan sumber daya dan pelaksanaan kebijakan yang dipercayakan kepadanya dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan melalui laporan yang disusun secara periodic. Indikator kinerja dan capaian kinerja atas sasaran tersebut pada tahun 2019 diketahui bahwa rata-rata capaian kinerja atas indikator sasaran meningkatnya akuntabilitas kinerja birokrasi mencapai 108,56 persen atau melebihi target (MT) yang telah ditetapkan.

f. Meningkatnya Kualitas Pelayanan Publik kepada Semua Lapisan Masyarakat

Sejalan dengan visi Bangka Setara, Pemerintah Kabupaten Bangka terus berupaya membangun tata pemerintahan yang baik, dengan memberikan aksentuasi kuat pada penguatan kinerja pembangunan dan penataan pelayanan publik. Hal ini dirasa sangat mendesak karena kedua faktor ini bukan hanya berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan masyarakat, tetapi juga dapat berdampak pada daya saing investasi. Berbagai studi di banyak negara menunjukkan daerah – daerah yang memiliki kinerja, prosedur, mekanisme dan pelayanan publik yang baik selalu menjadi daya tarik investor untuk masuk, karena dinilai memiliki “resiko investasi rendah”. Indikator keberhasilan pencapaian sasaran berikut target dan capaiannya adalah memberikan informasi bahwa terjadi perubahan kinerja yang sangat signifikan dalam pencapaian sasaran. Justifikasinya terlihat dari peningkatan indikator sasaran “Indeks

Kepuasan Masyarakat” ditargetkan sebesar 69,73 persen di tahun 2019, namun ternyata terealisasi hingga mencapai 74,07 persen dengan persentase capaian sebesar 106,22 persen.

g. Meningkatkan Kualitas Pendidikan Masyarakat

Sasaran meningkatnya taraf pendidikan masyarakat diukur melalui indikator – indikator sasaran angka rata-rata lama sekolah dan angka harapan lama sekolah disetiap jenjang pendidikan yang seluruhnya menggambarkan tingkat keberhasilan program pembangunan pendidikan yang diselenggarakan dalam rangka memperluas kesempatan bagi penduduk untuk mengenyam pendidikan.

h. Meningkatkan Kualitas Kesehatan Masyarakat

Pembangunan kesehatan pada hakekatnya adalah upaya yang dilaksanakan oleh semua komponen, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya, sebagai investasi bagi pembangunan sumber daya manusia yang produktif baik 0.00 20.00 40.00 60.00 80.00 100.00 120.00 Tingkat Efektivitas (%) Tingkat Efisiensi %) 107.60 7.09 2019 Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah Kabupaten Bangka Tahun 2019 III-30 secara social dan ekonomi. Meningkatnya kualitas kesehatan masyarakat merupakan salah satu indikator penting keberhasilan pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan penduduk, kualitas kesehatan masyarakat adalah tingkat kondisi kesehatan yang tinggi dan mungkin dicapai pada suatu saat sesuai dengan kondisi dan situasi serta kemampuan yang nyata dari setiap orang atau masyarakat serta harus selalu diusahakan peningkatannya secara terus menerus. Untuk angka usia harapan hidup tahun 2019 mencapai usia 70,99 tahun. Angka ini telah mencapai target yang dibuat yaitu 70,79 tahun, dengan capaian sasaran sebesar 100,28 persen.

4. SIMPULAN

Dari program-program yang diajukan Mulkan-Syahbudin telah direalisasikan. Sesuai dengan adanya keselarasan antara pernyataan yang diucapkan atau yang dijanjikan pada saat kampanye dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan setelah menjadi Bupati terpilih. Janji

Pasangan Calon Mulkan dan Syahrudin dinilai benar terealisasi jika kenyataan dilapangan sudah direalisasikan secara benar nyata, tidak abstrak dan hasil dari janji politik itu dimanfaatkan, dirasakan oleh masyarakat Bangka. Adapun program kerja yang telah direalisasikan Mulkan-Syahrudin yakni :

- a. Program tata kelola pemerintahan yang berbasis teknologi, dimana Mulkan-Syahrudin memberikan gerakan 1001 inovasi dan aplikasi sapa bupati yang merupakan tempat untuk masyarakat menyampaikan aspirasi terhadap pemerintah Bangka.
- b. Program mewujudkan pemerataan infrastruktur di Kabupaten Bangka, selaras dengan program tersebut Mulkan-Syahrudin telah melakukan hal itu salah satunya meluncurkan program Bangka Terang berupa pemasangan lampu di delapan kecamatan se kabupaten Bangka
- c. Program 5 kartu mulya yakni mulya pintar, mulya beriman, mulya sehat, mulya sejahtera dan mulya memuliakan orang tua, dimana kelima kartu tersebut telah diberikan sesuai sasaran di kabupaten Bangka
- d. Program Bangka Pintar, dimana pemerintah memberikan perpustakaan berbasis inklusi agar masyarakat Bangka bisa menerima informasi untuk meningkatkan kualitas hidup
- e. Program serbu, salah satu conto terealisasi nya program ini adalah Mulkan-Syahrudin memberikan santutan kepada salah satu masyarakat Bangka yang mengidap penyakit tumor
- f. Program akuntabilitas kinerja birokrasi, hal ini telah dilakukan dapat dilihat dari akuntabilitas kinerja birokrasi melampaui target
- g. Program meningkatkan kualitas pelayanan public kepada semua lapisan masyarakat, sejalan dengan visi Bangka setara pemda Bangka terus berupaya membangun tata pemerintahan yang baik, dengan memberikan eksentulasi kuat pada penguatan kinerja pembangunan dan pelayanan publik
- h. Meingkatkan kualitas pendidikan masyarakat, keberhasilan program ini diselenggarakan dalam rangka memperluas kesempatan bagi penduduk untuk mengenyam pendidikan
- i. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, dimana Mulkan-Syahrudin terus mengupayakan program ini agar seluruh masyarakat Bangka dapat meningkatkan kualitas kesehatan mereka
- j. Meningkatkan ekonomi yang berkualitas, dimana Kabupaten Bangka terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi sejak 2018

Artinya jika merujuk kepada Teori *Post Election* yaitu berupa politik setelah terpilih. Dalam hasil ini tujuan seseorang pemimpin bukan hanya untuk berkuasa dan terpilih tapi tentang bagaimana ia menggunakan kekuasaan itu untuk mewujudkan visinya (kampanye permanen). Karena ada kemungkinan akan terpilih kembali jika mereka bisa memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menarik dukungan pemilih.

Artinya jika dikaitkan dengan janji politik, maka dapat dikatakan janji politik itu benar jika janji politik itu terealisasi dengan nyata, dan janji politik tersebut dapat dimanfaatkan, dirasakan oleh masyarakat, adanya keselerasan antara pernyataan yang diucapkan atau yang dijanjikan saat kampanye dengan sebenarnya yang terjadi di lapangan setelah pasangan calon terpilih.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, adapun saran penulis terkait dengan penelitian politik marketing Mulkan-Syahbudin dalam menghadapi pemilihan kepala daerah di Kabupaten Bangka Periode 2018-2023, adalah seharusnya Mulkan-Syahbudin tidak hanya memanfaatkan pemilih dari kalangan masyarakat Agamis serta masyarakat keturunan tionghoa dan masyarakat petani saja sebagai mesin politik untuk menambah jumlah suara, tetapi harus bisa bersikap adil dengan kelompok masyarakat lain Meskipun Islam adalah agama mayoritas dan keturunan tionghoa mayoritas paling banyak di bandingkan wilayah Bangka lainnya sebagai calon kepala daerah yang baik, ia juga tidak boleh mengesampingkan kalangan masyarakat dari agama lainnya. Karena, tidak dapat dipungkiri bahwa Bangka adalah daerah plural dan seorang kepala daerah harus bisa mengepalai wilayahnya seadil mungkin.

Penulis akui, pada penelitian ini masih terdapat kekurangan, dimana penelitian ini tidak dapat menjelaskan lebih rinci terkait pemasaran politik Mulkan-Syahbduin yang sudah terjadi jauh sebelum penelitian ini dilakukan. Sehingga, penulis tidak bisa menampilkan hasil observasi secara langsung di lapangan pada saat pemilihan ini terjadi.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu proses penelitian ini.

6. Pernyataan Conflicting Interests

Peneliti menyatakan tidak adanya potensi konflik kepentingan yang berkaitan dengan penelitian, kepengarangan, dan publikasi artikel ini.

References

- Akib, Haedar, 2010. *"Implementasi Kebijakan: apa, mengapa, dan bagaimana"*. Universitas Negeri Makassar.
- Cangara, Hafied, 2011. *Komunikasi Politik: konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Damayanti, Sulastris, 2014. *"Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah dalam Pemilihan Anggota DPR RI Periode 2014-2019"*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Firmanzah, 2018. *"Marketing Politik-Antara Pemahaman dan Realitas"*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gufron, Achmad, 2016. *"Strategi Pemasaran Politik (Political Marketing) DPC Partai Gerindra Kota Semarang dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014"*. Departemen Politik dan Pemerintahan.
- Harrison, Lisa, 2007. *Metodologi Penelitian Politik*. Jakarta: Kencana
- Heryanto, Gun Gun (Ed). 2018. *Media Komunikasi Politik: relasi kuasa media di panggung politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Ibrahim, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Icshan, Muchammad Dkk, 2014. *"Marketing Politik Pasangan Kepala Daerah dalam Pemilukada (Studi Kasus Tim Sukses Pemenangan Pasangan Abah Anton dan Sutiaji dalam Pemilukada Kota Malang 2013)"*. Universitas Brawijaya Malang.
- Mukhtar, 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*, PT. Rineka Citra, Jakarta.
- Nasira, 2016. *Pemasaran Politik Pasangan Herman HN dan Yusuf Kohar Pada Pilkada Bandar Lampung Tahun 2015*. Universitas Lampung.
- Pito, Toni Andrianus. Efriza., dan Kemal F. 2006. *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung: Penerbit Nuansa
- Puspitasari, Nofia, 2012. *Strategi Marketing Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kabupaten Sragen Untuk Meningkatkan Citra Partai tahun 2012*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Rahman, Bustami dan Ibrahim, 2009. *Menyusun Proposal Penelitian*, UBB Presss, Pangkalpinang
- Sugiarto, Bowo Dkk, 2013. *"Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Kepala Daerah Head of Regency election Winning Strategi"*. Jurusan Ilmu Politik, FISIP, Universitas Jendral Soedirman, Purwokerto.
- Sugiyono, 2016. *"Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D"*. Alfabeta, Bandung.

- Sutarso, Joko, 2011. *“Pendekatan Pemasaran Politik (Political Marketing) dalam Pemilihan umum”*. Vol.3 No.1
- Sutisna, Agus, 2016. *“Perspektif Marketing Politik : Kegagalan PDIP dan Partai Demokrat dalam Mempertahankan Posisi Sebagai Partai Pemenang Pemilu 1999 dan Pemilu 2009”*. Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Sutrisno Dkk, 2018. *“Komparasi Teori Marketing Politik 4P Menurut Niffnegger dan 3P Menurut Adam Nursal”*. Universitas Padjajaran.

Tentang Penulis

Friska Dwi Romianti, Saat ini Saat ini penulis sebagai Mahasiswa di Universitas Bangka Belitung.