
KEKALAHAN MUZAKIR MANAF-TA KHALID DALAM PILKADA
SERENTAK 2017:ANALISIS EFEKTIVITAS PARTAI ACEH DALAM
MENDULANG SUARA DI PILKADA

Khairul Imam, Radhi Darmansyah
(kacamataimam@gmail.com, e.rxdhi@gmail.com)

Program Studi Ilmu Politik, FISIP, Universitas Syiah Kuala

ABSTRAK

Partai Aceh dapat dikategorikan sebagai partai politik terbesar di Aceh. Hal ini dikarenakan keberhasilan mereka memenangi pemilu dua kali berturut-turut. Karena MoU Helsinki, perjuangan politik GAM berubah menjadi Partai Aceh. Pada pilkada gubernur Aceh tahun 2017, Partai Aceh beserta koalisi beberapa partai politik lainnya mengukung pasangan Muzakir Manaf-TA Khalid sebagai calon gubernur-wakil gubernur. Ironisnya, koalisi besar partai politik tersebut dikalahkan oleh pasangan dengan koalisi yang lebih kecil: Irwandi Yusuf-Nova Iriansyah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa efektifitas Partai Aceh dalam mendulang suara pada pilkada gubernur Aceh 2017. Termasuk analisis tentang faktor kekuatan dan kelemahan Partai Aceh. Penelitian ini menggunakan dua teori sebagai basis dari kerangka teori, yaitu teori *marketing politic* dan teori elit. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mencari informasi berdasarkan literatur, observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Partai Aceh memiliki peran sekaligus kelemahan dalam mendulang suara di Pilkada gubernur Aceh tahun 2017. Tiga peran tersebut adalah infrastruktur politik, sejarah dan koalisi partai politik. Sementara tiga kelemahannya adalah faktor internal, eksternal, dan kinerja partai pada periode sebelumnya. Penelitian ini juga menyarankan agar ada perubahan yang komprehensif dan menyeluruh bagi PA demi kejayaan di masa depan.

Kata kunci: Pilkada, Partai Aceh, Peran, Kelemahan.

ABSTRACT

Partai Aceh (Aceh Party) can be categorized as the largest political party in Aceh. It is because their success in achieving two consecutive winner in election. Because of the MoU of Helsinki, political struggle of GAM shifted into Partai Aceh. In the 2017 Aceh governor Election, Partai

Aceh as well as its coalition that consist of several political parties nominated the pair of Muzakir Manaf-TA Khalid as their governor-vice governor candidates. Ironically, the huge coalition of political parties was defeated by a pair candidates with a smaller coalition: Irwandi Yusuf-Nova Iriansyah. This study aims to determine and analyze the effectiveness of Partai Aceh in getting votes in the Aceh Governor Election in 2017. It is including the analysis about the strengths factor and weaknesses of Partai Aceh. This research utilizes two theories as the basis of its theoretical framework, namely the theory of political marketing and the elite theory. This research is a qualitative research that seeks information based on literature, observation and interview. The finding of this research shows that the Aceh Party had role as well as weakness in getting votes in the election of Governor of Aceh in 2017. The three roles are political infrastructure, history and the coalition of political parties. While they are three weaknesses, namely the internal factors, external, and party's performance in the previous period. This research also suggests that it is compulsory for PA to do a comprehensive and holistic change to achieve glory in the future.

Keywords: Local Election, Partai Aceh, Role, Weakness.

PENDAHULUAN

Provinsi Aceh adalah salah satu propinsi yang mengelat pemilihan kepala daerah (selanjutnya disebut pilkada) serentak di Indonesia pada tahun 2017. Terdapat enam pasangan calon yang berkompetisi pada pilkada tersebut. Meskipun begitu, empat calon gubernur berasal dari entitas yang sama: sama-sama pernah menjadi pentolan Gerakan Aceh Merdeka (GAM) ketika Aceh masih berkonflik dengan Republik Indonesia. Pada akhirnya tercatat bahwa hanya dua calon gubernur eks-GAM yang mendapat dukungan dari gabungan partai politik: Muzakir Manaf dan Irwandi Yusuf. Muzakir Manaf yang berpasangan dengan TA Khalid setidaknya didukung oleh Partai Aceh, Partai Gerindra, Partai Keadilan Sejahtera, Partai Persatuan Pembangunan (kubu Djan Farid), dan Partai Bulan Bintang. Sedangkan Irwandi Yusuf yang berpasangan dengan Nova Iriansyah didukung oleh Partai Nasional Aceh, Partai Demokrat, Partai Damai Aceh, Partai Kebangkitan Bangsa dan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Sementara itu, terdapat satu pasangan calon gubernur yang bukan dari kalangan GAM yang juga mendapat dukungan dari partai

politik. Tarmizi Karim yang berpasangan dengan Machsalmina Ali mendapat dukungan dari Partai Golkar, Nasdem, Partai Amanat Nasional, PPP (kubu Romi) dan PKPI.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh salah satu media online (Acehharini.com), kita bisa melihat komposisi parpol pendukung masing-masing cagub yang saat ini duduk di DPRA; Irwandi Yusuf diusung oleh parlok dan parnas dengan jumlah 13 kursi (16%), Muzakir Manaf diusung oleh parlok dan parnas dengan jumlah 37 kursi (46%), dan Tarmizi Karim yang diusung oleh parnas dengan jumlah 24 kursi (30%). Artinya, pasangan Muzakir-TA adalah pasangan yang mendapatkan dukungan terbesar dari partai politik. Jika pemilihan gubernur dipilih oleh anggota DPRA, dapat dipastikan Muzakir-TA akan menjadi gubernur terpilih. Sedangkan pasangan Irwandi-Nova akan menduduki posisi buncit dalam pemilihan gubernur tersebut. Akan tetapi, banyaknya dukungan partai politik yang menguasai kursi di DPRA tidak berbanding lurus dengan hasil pilkada. Seperti yang kita tahu, gubernur Aceh terpilih di pilkada serentak 2017 adalah Irwandi Yusuf. Seakan-akan, partai politik kehilangan urgensi dan fungsinya pada pilkada serentak yang lalu.

Menurut Miriam Budiarjo, partai politik adalah suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik. Biasanya dengan cara konstitusional untuk melaksanakan programnya. (Budiarjo, 2008: 403). Sedangkan menurut Firmanzah, partai politik bisa didefinisikan dengan melihat empat karakteristik yang melekat pada partai politik tersebut. Pertama, partai politik adalah organisasi jangka panjang. Partai harus tetap ada meskipun pendirinya sudah tiada. Partai politik bukan sekadar gabungan dari para pendukung yang setia dengan pemimpin yang kharismatik. Akan tetapi harus mampu bertahan dan berlangsung dalam waktu yang lama. Kedua, partai politik memiliki struktur organisasi. Struktur ini harus dapat menjamin aliran informasi dari bawah ke atas maupun dari atas ke bawah. Sehingga nantinya akan meningkatkan efisiensi serta efektifitas fungsi control dan koordinasi partai. Ketiga, partai politik haruslah memiliki tujuan berkuasa. Sebuah organisasi tidak bisa disebut partai politik jika ia tidak memiliki niat atau tujuan untuk berkuasa. Tujuan inilah yang membedakan partai politik dengan organisasi atau serikat biasa. Keempat, partai politik haruslah mendapat dukungan yang luas dari masyarakat. Tanpa dukungan yang luas, partai

politik tidak akan mendapatkan legitimasi untuk berkuasa. (Firmanzah, 2011: 69).

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk mengungkap permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teori sebagai acuan dasar, yaitu:

1. Teori Marketing Politik

Berdasarkan literatur-literatur ilmu politik, setidaknya ada lima definisi yang bisa diketengahkan untuk dapat memahami apa itu teori marketing politik. Pertama, definisi yang dijabarkan oleh Shama (1976). Menurut Shama, marketing politik adalah sebuah proses dimana kandidat-kandidat politik beserta ide-ide mereka disesuaikan dengan keinginan pemilik suara (rakyat) untuk mendapat dukungan dari rakyat. (Shama 1976: 766). Kedua, Lock dan Harris (1996) beranggapan kalau marketing politik adalah sebagai sebuah disiplin dan sekaligus sebagai sebuah aktifitas. Sebagai sebuah disiplin, marketing politik diartikan sebagai sebuah proses pertukaran antara komunitas politik dengan lingkungan politiknya. Proses pertukaran tersebut dilakukan dengan komunikasi yang intens antara pelaku politik dengan lingkungan dimana ia berpolitik. Sebagai sebuah aktifitas, marketing politik berarti konsentrasi pada strategi dan komunikasi. Ia mencakupi pemilihan metode apa yang efektif agar strategi tersebut berjalan dengan maksimal. Aktifitas tersebut melingkupi upaya mencari informasi tentang kebiasaan, tingkah laku, kepedulian dan respon masyarakat terhadap sesuatu hal. (Lock and Harris, 1996: 21-22).

Ketiga, menurut Hennebrg (2002), marketing politik berarti pencarian suatu formula untuk mendirikan, menjaga, merawat dan mengekalkan hubungan politik antara pelaku politik dengan rakyat dalam waktu yang panjang. Sehingga kepentingan antara kandidat politik dengan rakyat dapat dipertemukan. Hal ini dapat dilakukan dengan pemenuhan janji-janji politik. Akibatnya, proses pertukaran kepentingan antara politikus dengan rakyat dapat berjalan dengan baik. (Henneberg, 2002: 103). Keempat, The American Marketing Association (AMA) berteori bahwa marketing politik adalah upaya pemasaran yang dirancang dan ditujukan untuk mempengaruhi audien yang sudah ditarget sebelumnya agar memberi dukungan suara untuk seseorang, partai atau jabatan tertentu. (AMA, 2007). Kelima, marketing politik berarti suatu usaha yang focus pada pertukaran nilai antara kandidat

politik dengan lingkungannya. (Winther-Nielsen, 2011: 29). Definisi dari Winther-Nielsen (2011) serupa dengan definisi yang diutarakan oleh Lock dan Harris (1996) yang bertumpu pada pentingnya pertukaran nilai antara komunitas politik dan lingkungannya. Sedangkan Henneberg (2002) lebih fokus pada bangunan hubungan politik yang mampu bertahan lama. Hubungan yang mampu bertahan lama adalah keinginan dari setiap pelaku politik, dimanapun ia berada.

Adman Nursal (2004), mendefinisikan pemasaran politik sebagai serangkaian aktivitas terencana, strategis tetapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih. Kemudian Newman dan Perloff (2004) mendefinisikan sebagai: penerapan prinsip dan cara kerja marketing di dalam kampanye politik oleh berbagai individu dan organisasi. Cara kerja itu sendiri meliputi analisis, perkembangan, pengekseskusan dan perencanaan strategi kampanye yang dilakukan oleh para kandidat, partai-partai politik, pemerintah, para pelobi dan kelompok kepentingan yang mencoba mengendalikan opini publik, mengembangkan ideologi mereka, memenangkan pemilihan dan melewati pemungutan suara umum sebagai jawaban untuk keinginan dan keperluan dari kelompok dan orang-orang tertentu dalam masyarakat.

Pengertian marketing politik dengan essensi yang sama juga diungkapkan oleh Firmanzah (2007) yakni, penggunaan metode marketing dalam bidang politik. Dari definisi-definisi di atas jelas menerangkan bahwa dalam pemasaran politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing untuk membantu politikus atau para aktor politik agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen atau masyarakat. Konstituen atau masyarakat inilah yang pada akhirnya nanti akan menentukan kemenangan suatu partai politik dalam pemilihan umum. Semakin serunya persaingan antar partai politik yang satu dengan yang lain maka membuat semakin kreatif pula cara para partai politik ini untuk mendapatkan perhatian masyarakat dan penerapan metode-metode marketing dalam politik saat ini adalah salah satu jawabannya.

2. Teori Elit

Untuk lebih memudahkan penelitian ini, peneliti memandang perlu memasukkan teori elit sebagai salah satu kerangka teori. Banyak teoritis-teoritis politik yang berbicara tentang teori elit. Akan tetapi, dalam

penelitian ini, peneliti hanya memasukkan tiga tokoh ternama yang berbicara tentang teori elit, yaitu Pareto, Mosca dan Michels. Menurut Pareto, elit dapat didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki kekuatan superior dibandingkan dengan orang lain dalam suatu tatanan sosial. Bagi Pareto, elit adalah bagian yang integral dalam suatu lingkungan sosial. Menurut Vilfredo Pareto, elit terbagi atas dua:

- a. Governing elit, dan
- b. Non Governing elit

Sekelompok orang yang mempunyai bakat yang menonjol dalam kegiatan bidang tertentu dalam hal ini bidang politik. Analisa pareto didasarkan dari sudut psikologi, bahwa ada sifat elit yang menonjol, sifat menonjol itu disebut residu. Untuk Pareto, Residu diartikan sebagai suatu manifestasi dari perasaan orang-orang yang menonjolkan diri dalam bentuk-bentuk kegiatan.

Tipe residu Menurut Pareto:

1. Residu of Combination Yaitu manifestasi yang mempunyai indikasi adanya intelegensia ketajaman berfikir dan penggunaan akal rasional. Tipe ini bercirikan; memerintah dengan cara rasional dan intelegensia tinggi walaupun kadang-kadang dengan tipu muslihat yang licik. Tipe ini tidak mempunyai kekuatan sehingga pada saat diperlukan kekuatan atau kekerasan maka elit ini akan jatuh.
2. Residu of Agregation merupakan suatu bentuk manifestasi yang mewujudkan atau menonjolkan kekerasan, sifat patriotis dan konservatif. Tipe ini bercirikan selalu menonjolkan kekerasan dan ancaman, tetapi tidak berarti elit ini tidak akan jatuh, justru dengan kekerasan biasanya mereka akan memancing timbulnya revolusi-revolusi baru. Menurut Pareto kombinasi kedua tipe tersebut merupakan yang terbaik, karena menurut Pareto elit yang ragu-ragu menggunakan kekerasan akan menjadi lemah tetapi sebaliknya elit yang selalu menggunakan kekerasan akan memancing timbulnya pergantian elit secara revolusioner.

Supaya tidak terjadi pergolakan dan instabilitas didalam pergantian elit menurut pareto maka perlu diadakan sirkulasi elit. (Wintrop, 1992: 462-477).

Menurut Gaetano Mosca, dalam setiap masyarakat terdapat dua kelas penduduk, satu kelas yang menguasai dan satu kelas yang dikuasai. Kelas penguasa jumlahnya selalu lebih kecil, menjalankan semua fungsi

politik, menepoli kekuasaan dan menikmati keuntungan yang diberikan oleh kekuasaan itu, Sedangkan kelas yang kedua jumlahnya lebih besar dan dikendalikan oleh kelas penguasa. Elit Politik merupakan kelompok kecil dari warganegara yang berkuasa dalam system politik. Penguasa ini memiliki kewenangan yang luas untuk mendinamiskan struktur dan fungsi sebuah system politik. Secara operasional para elit politik atau elit penguasa mendominasi segi kehidupan dalam sistem politik. Penentuan kebijakan sangat ditentukan oleh kelompok elit politik. Karena itu, Mosca menekankan pentingnya Formula politik atau resep-resep Politik dalam menjaga keberlangsungan kelas elit tersebut. Formula politik tersebut bisa diartikan sebagai usaha dalam mengeksploitir nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat untuk memperoleh dukungan. (Delican, 2000: 43-44).

Robert Michels membangun teori yang disebutnya sebagai *the iron law of oligarchy* atau hukum besi oligarki. Menurutnya, semua organisasi termasuk partai politik adalah oligarki. Meskipun itu adalah organisasi yang menganut asas-asas demokratis, dalam memelihara kekuasaan elit, suatu organisasi pasti memakai cara-cara yang sangat oligarkis. Tendensi untuk memakai cara yang oligarki berlaku disemua organisasi lintas ideology. Artinya, ideologi apapun, dalam mengelola organisasi politik pasti memakai cara-cara yang oligarkis. (Delican, 2000: 43-44).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penelitian kualitatif (*qualitatif research*) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual atau kelompok (Sukmadinata, 2005: 31)

Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji dari pada rincinya menjadi variabel-variabel yang saling terkait.

Pendekatan dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah kerja penelitian kualitatif, karena data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dalam penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan, jadi tidak menggunakan desain yang telah

disusun secara ketat dan kaku sehingga tidak dapat diubah. Jadi penelitian masih bersifat sementara karena bisa diubah dalam hasil penelitian (Moleong, 2012: 11).

Informan Informan adalah orang yang dimintakan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Penentuan informan dilakukan secara purposively, yaitu informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki wawasan dan pengetahuan mengenai topik penelitian sehingga dapat memberikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya, di samping informan yang dijadikan subjek penelitian dapat dipertanggung jawabkan (Bungin, 2011: 88).

Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini adalah Iskandar Usman Al-Farlaky dan Juanda Djamal (Tim sukses Muzakir-TA), Tarmizi (Kompetitor PNA), Fajran Zain dan Muazzinah Yacob (Pengamat politik) serta masyarakat yaitu Teungku Helmi, Fuad Rizqi, Alaidin dan Iskandar.

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data primer

Data primer digunakan sebagai data utama yang diperoleh dari informan. Data tersebut berupa gambaran dan pernyataan yang mendetail dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disusun dan diajukan oleh peneliti dalam proses wawancara.

b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai data/laporan instansi yang terkait serta studi-studi kepustakaan yang berkaitan dengan judul dan tujuan penelitian

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk memudahkan peneliti dalam memahami pembangunan politik yang terjadi di masyarakat Aceh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran Partai Aceh dalam Mendulang Suara Pada Pilkada Aceh 2017

Tiga peran dasar yang dilakukan PA dalam upayanya mendulang suara di Pilkada 2017. Pertama, PA menyediakan mesin partai sampai ke pelosok desa demi memenangkan kandidatnya. Kedua, PA menjadikan

sejarah sebagai “*branding*” dari marketing politik calon yang diusungnya. Ketiga, PA berperan dengan keberhasilan mereka mengajak serta partai-partai lain untuk ikut bergabung dalam koalisi pemenangan Muzakir-TA Khalid.

Menurut Shama, *marketing politic* adalah sebuah proses dimana kandidat-kandidat politik beserta ide-ide mereka disesuaikan dengan keinginan pemilik suara (rakyat) untuk mendapat dukungan dari rakyat. (Shama 1976: 766). Dalam hal ini, apa yang dilakukan oleh Partai Aceh tidak berbeda dengan teori marketing politik. Partai Aceh mencoba untuk mendengarkan aspirasi konstituennya dengan cara mendaftarkan kadernya sebagai calon Gubernur pada Pilkada Aceh 2017. Artinya, PA telah berperan dalam menggabungkan keinginan konstituen dengan kepentingan electoral partai. Keinginan konstituen adalah mengusung kader sendiri sebagai calon gubernur, sedangkan kepentingan electoral partai adalah memenangkan kandidat gubernur yang diusung oleh partai. Adanya kesinambungan kepentingan ini menunjukkan bahwa PA telah menerapkan dasar dari teori marketing politik yaitu penyesuaian antara kandidat politik dengan keinginan pemilik suara.

Dalam konteks Pilkada, PA telah mencoba menjawab aspirasi bawah dengan mencalonkan simbol partainya yaitu ketua umum sebagai calon Gubernur dari PA. Peran utama yang diperankan oleh PA ketika mencalonkan ketua umumnya adalah menyiapkan mesin partai untuk bekerja optimal. Berbekal pengalaman struktur GAM ketika zaman konflik, struktur PA tersedia hingga ke tingkat Gampong. Panglima Sagoe dan Panglima Cut adalah struktur terbawah dalam hierarki kepartaian PA dan ada hamper disetiap desa di seluruh Aceh. Ini berarti, calon yang diusung PA tidak perlu lagi repot-repot membentuk tim relawan seperti yang dilakukan oleh calon-calon lain. Analisa penulis tersebut juga diamini oleh tim sukses Irwandi-Nova. Seperti yang telah penulis uraikan pada pembahasan sebelumnya, hasil wawancara menunjukkan bahwa pencalonan Mualem berdampak pada konsolidasi mesin partai. Adanya kesesuaian antara keinginan konstituen yang menginginkan calon Gubernur haruslah kader inti PA juga berarti kesiapan mesin partai. Sehingga menjadi wajar kemudian jika tidak ada satupun tim relawan Muzakir-TA Khalid yang menonjol perannya karena tertutup oleh masifnya peran struktur PA.

B. Analisis Kelemahan Partai Aceh dalam Mendulang Suara Pada Pilkada Aceh 2017.

Terdapat tiga kelemahan fundamental PA dalam mendulang suara pada pilkada 2017 yang lalu: *over confident*, perpecahan internal, dan kinerja buruk selama lima tahun pemerintahan Zaini-Muzakir. Kelemahan pertama PA dalam mendulang suara pada pilkada Aceh 2017 adalah merasa jumawa karena dalam dua kali pemilu, PA secara berturut-turut mampu memenangnya. Apalagi, Muzakir-TA Khalid juga mendapatkan dukungan dari partai-partai politik lainnya yang memiliki kursi di DPRA. Diatas kertas, pasangan Muzakir-TA Khalid akan mulus memenangi kompetisi demokrasi Aceh tahun 2017. Mengingat, Partai Aceh adalah partai politik terbesar di Aceh yang memiliki jejaring sampai ke desa-desa diseluruh Aceh. Adanya partai-partai lain yang ikut berkoalisi dalam gerbong PA menambah keyakinan awal bahwa pasangan ini akan menang dengan mudah. Akan tetapi, realitas politik akhirnya berkata lain.

Berdasarkan data kita bisa melihat komposisi parpol pendukung masing-masing cagub yang saat ini duduk di DPRA; Irwandi Yusuf diusung oleh parlok dan parnas dengan jumlah 13 kursi (16%), Muzakir Manaf diusung oleh parlok dan parnas dengan jumlah 37 kursi (46%), dan Tarmizi Karim yang diusung oleh parnas dengan jumlah 24 kursi (30%). (<http://kip.acehprov.go.id/>). Artinya, pasangan Muzakir-TA adalah pasangan yang mendapatkan dukungan terbesar dari partai politik. Jika pemilihan gubernur dipilih oleh anggota DPRA, dapat dipastikan Muzakir-TA akan menjadi gubernur terpilih. Sedangkan pasangan Irwandi-Nova akan menduduki posisi buncit dalam pemilihan gubernur tersebut. Hal inilah yang membuat PA merasa *over confident* pada Pilkada yang lalu. *Over confident* atau perasaan terlalu percaya diri yang melanda pasangan ini sangatlah jelas terlihat publik. Hal ini dapat dilihat dari kurang antusiasnya kader PA yang duduk di parlemen untuk turun dapil demi mengkampanyekan pasangan ini. Akan tetapi, banyaknya dukungan partai politik yang menguasai kursi di DPRA tidak berbanding lurus dengan hasil pilkada.

Kedua, perpecahan internal yang melanda PA membuat partai kurang optimal dalam berperan mendulang suara pada pilkada tahun 2017. Terdapat empat calon Gubernur yang merupakan representasi dari GAM: Muzakir Manaf, Irwandi Yusuf, Zaini Abdullah, dan Zakaria Saman. Dua nama terakhir merupakan Tuha Peut Partai Aceh. Pada Pilkada tahun

2012, pasangan yang diusung PA ketika itu adalah Zaini Abdullah-Muzakir Manaf yang hanya berhadapan dengan satu eks GAM, yaitu Irwandi Yusuf. Pada pilkada 2017, Muzakir harus melawan sekaligus tiga seniornya di GAM: Irwandi, Zakaria Saman dan Zaini Abdullah. Secara otomatis keluarnya Zaini dan Zakaria dari PA dan memilih maju sendiri mengakibatkan pecahnya suara Muzakir. Bagaimana tidak, kedua tokoh tersebut merupakan tokoh yang memiliki basis pendukungnya sendiri. Perpecahan tersebut juga membuat pesimisme masyarakat terhadap PA.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Mengacu kepada tinjauan teoritis dan temuan dari penelitian yang telah peneliti tulis dan jelaskan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yang adalah sebagai berikut:

1. Partai Aceh memiliki peran yang cukup besar untuk mendulang suara pada Pilkada Gubernur Aceh tahun 2017. Tersedianya struktur dan perangkat partai sampai ke tingkatan terbawah struktur sosial masyarakat membuat calon yang diusung PA lebih mudah melakukan akselerasi politik dibandingkan dengan calon-calon Gubernur lain. Faktor kedalaman sejarah perjuangan dari zaman konflik bersenjata yang merupakan formula politik PA dalam membangun citra partai seharusnya menjadikan calon yang diusung PA melekat dalam hati dan pikiran masyarakat sebagai simbolnya perjuangan Aceh. Artinya, calon yang diusung PA mewakili identitas politik yang jelas, yaitu merupakan representasi dari perjuangan panjang bangsa Aceh. Keberhasilan membuat koalisi besar lintas parpol baik partai lokal maupun partai nasional merupakan cerminan bagaimana berhasilnya PA melakukan perannya dalam komunikasi politik dengan partai lain. Sayangnya, peran tersebut tidak terlalu berhasil dioptimalkan oleh PA dalam mendulang suara.
2. Sebagai partai politik terbesar di Aceh, PA juga memiliki kelemahan-kelemahan yang sangat fundamental yang berdampak pada kekalahan calon Gubernur yang diusungnya. Keberhasilan memenangi pileg dua kali berturut-turut serta pengalaman mengalahkan Irwandi Yusuf di tahun 2012 membuat PA merasa jumawa dan *over confident*, sehingga abai

melakukan pengawasan kepada kadernya terutama yang duduk di parlemen dalam kerja-kerja pemenangan pilkada. Perpecahan dalam tubuh PA memberikan sumbangsih besar terhadap ambruknya konsolidasi PA. Hal ini mengakibatkan pecahnya suara pemilih serta mendapat respon negatif dari masyarakat. Kegagalan besar dalam mengelola amanah rakyat pada pemerintahan Zaini-Muzakir (2012-2017) membuat PA tidak lagi mendapat kepercayaan masyarakat di tahun 2017.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas telah dipaparkan hasil yang dicapai dan ditemukan dalam penelitian ini. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Partai Aceh hendaknya melakukan pembenahan internal secara menyeluruh guna mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat.
2. Partai Aceh hendaknya merumuskan kembali program serta visi dan misinya agar mampu memenuhi tuntutan perkembangan masyarakat dan zaman.
3. Hendaknya Partai Aceh melakukan survey baik internal maupun eksternal sebagai salah satu mekanisme partai dalam menetapkan kandidatnya pada pilkada mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku Teks

- Abdullah, Rozali. 2009. *Mewujudkan Pemilu Yang Lebih Berkualitas (Pemilu Legislatif)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azra, Azumardi. 2005. *Demokrasi, Hak Asasi Manusia, dan Masyarakat Madani*, Jakarta: Prenada Media.
- Bruce I Newman & Richard Perloff, 2004. *Handbook Of Political Communication Research*, United States Of America: Lawrence Erlbaum Associates.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisi Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Firmanzah, 2007. *Marketing Politic Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. 2011. *Mengelola Partai Politik Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Huntington, Samuel P., 1997. *Gelombang Demokratisasi Ketiga*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Huntington, Samuel P, 2007. *Tertib Politik pada Masyarakat yang Sedang Berubah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jimly Asshiddiqie, 2007. *Pokok-Pokok Hukum Tata Negara Indonesia Pasca Reformasi*, Jakarta, PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kusnaedi. 2009. *Memenangkan Pemilu dengan Pemasaran Efektif: Trik-trik untuk Menghipnotis Pemilih*. Jakarta: Duta Media Tama.
- Munir Fuady, *Konsep Negara Demokrasi*, Bandung: Revita aditama, 2010.
- Ni'matul Huda, *Ilmu Negara*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010.
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilihan umum*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- O'Shaughnessy, N. J. (2002) *The Marketing of Political Marketing*, in O'Shaughnessy, N. J. and Henneberg, S. C. (eds) *The Idea of Political Marketing*, Westport: Praeger.
- Rozali Abdullah, 2007. *Pelaksanaan Otonomi Luas dengan Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Varma, SP, 2001. *Teori Politik Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Winther-Nielsen, S. 2011. *Political Marketing: Personer, Partier og Praksis*, Copenhagen: Karnov Group.
- Zakaria Bangun, *Demokrasi dan Kehidupan Demokrasi di Indonesia*, Medan: Bina Media Perintis, 2008.

B. Jurnal

- Arief Zaafril Razaqtiar, 2016. *Peran Partai Politik Dalam Pemilihan Kepala Daerah: Studi Upaya Partai Golkar dalam Memenangkan Pasangan Calon Juliyatmono-Rohadi di Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Karanganyar Tahun 2013*. Jurnal Politik Muda.
- Mustafa Delican, 2000. *Elite Theories of Pareto, Mosca and Michels*, Sosial Siyaset Konferanslan Dergisi.

Debora Sanur Lindawaty, 2012. *Efektifitas Mesin Partai Politik dalam Pemilihan Gubernur DKI 2012*. Jurnal Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri.

Lock, A. and Harris, P. 1996. *Political Marketing: Vive la Difference!* European Journal of Marketing, 30(10/11): 21-31.

Shama, A. 1976. *The Marketing of Political Candidates*, Journal of the Academy of Marketing Science, 4(4): 764-777.

Wintrop, N. 1992. *Elite Theory and Neo-Elite Theory Understanding of Democracy: An Analysis and Criticism*, Australian Journal of Political Science.

C. Undang-Undang

UU No. 12 Tahun 2008 Tentang Pemerintah Daerah

UU No. 8 Tahun 2015 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang

UU No. 11 Tahun 2006 Tentang Pemerintah Aceh

D. Media Massa/Internet

<http://www.acehhariini.com/2017/02/16/hasil-sementara-pilkada-aceh-kekalahan-telak-mualem-muzakir-manaf-irwandi-menangnya/>

American Marketing Association (2007) "Definition of Marketing", <http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Additional/Definition/default.aspx>,