

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu wujud nyata terwujudnya kedaulatan rakyat dalam pelaksanaan proses demokrasi adalah dengan dilaksanakannya Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilu menghimpun kumpulan keinginan rakyat sebanyak-banyaknya (*The will of the people*). Dengan rentetan tahapan, Pemilu merupakan ekspresi kebebasan sipil dan politik, yakni kebebasan untuk menyatakan pendapat atau pikiran baik secara lisan maupun tulisan.¹ Kedaulatan rakyat merupakan tujuan dari Pemilu, hal ini dicapai dengan mewujudkan partisipasi politik rakyat dalam pengambilan keputusan kolektif, yang berupa pemberian mandat kepada wakil rakyat dan pejabat pemerintahan.

Demokrasi menjunjung tinggi nilai partisipasi dan kedaulatan. Demokrasi didefinisikan sebagai jenis pemerintahan yang warga negaranya berhak melibatkan diri untuk berpartisipasi kepada negara dalam menentukan sebuah keputusan. Partisipasi publik diwujudkan dengan menerapkan demokrasi perwakilan yang diartikan sebagai pelimpahan kekuasaan yang dimiliki warga negara kepada perwakilan terpilih untuk mengusulkan dan mengembangkan gagasan serta membuat Undang-Undang untuk warga patuhi

¹ Josep A. Schumpeter dalam Nur Hidayat Sardini, *Bab 1. Introduction Pemilu dan Partai Politik*

Pada hakikatnya, Pemilu bertujuan untuk memilih orang-orang yang akan menempati jabatan di lembaga legislatif, eksekutif dan instansi penegak hukum baik pemerintahan di tingkat regional maupun di tingkat nasional. Pemilu juga bertujuan untuk mengubah atau merepresentasikan suara rakyat yang dihimpun dalam TPS menjadi kursi jabatan penyelenggara negara melalui tahapan-tahapan perhitungan tertentu.

Pemilu yang berkualitas akan memaksimalkan fungsi dari Pemilu itu sendiri, yakni mengabsahkan terbentuknya suatu pemerintahan yang masyarakatnya bertindak mengamati pembuat kebijakan.

Salah satu bentuk Pemilu yakni pemilihan presiden beserta wakilnya (Pilpres) , yang menjadi proses pendelegasian serta penyerahan mandat oleh rakyat melalui penggunaan hak suara untuk paslon yang dipercaya mampu mewujudkan kedaulatan rakyat. Pada Pilpres, capres dan cawapres mengemukakan visi, misi hingga rencana program kerja kepada masyarakat untuk menjadi bahan pertimbangan mereka dalam menentukan pilihannya. Langkah ini, memungkinkan masyarakat memiliki kriteria tertentu, bersifat aktif dan partisipatif serta kritis terhadap setiap visi dan misi ataupun program yang di akan dibawa masing-masing paslon.

UU No 42 Tahun 2008 yang mengatur mengenai Pilpres juga dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan Pilpres pada tahun 2014 lalu. Dalam undang-undang ini diatur tahapan-tahapan Pemilu, termasuk tahapan masa kampanye Pilpres tahun 2014 dilaksanakan sejak 4 Juni 2014 hingga 5 Juli 2014. Periode kampanye digunakan oleh pasangan calon presiden dan wakilnya untuk melakukan pendekatan

dan meyakinkan masyarakat melalui penyebaran dan penawaran visi misi dan program yang akan dibawakan. Dengan kata lain, kampanye merupakan cara yang dilakukan untuk mempengaruhi orang lain dengan tujuan meyakinkan bahwa sikap dan perilaku yang dilakukan sama dengannya. Kampanye Politik merupakan upaya terstruktur agar dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Contoh kampanye politik yang paling kentara yakni pada Pemilu. Kandidat yang menang dalam Pemilu memegang harapan dari masyarakat yang telah dipengaruhi keputusannya. Harapan masyarakat adalah agar visi dan misi yang telah diutarakan dapat terealisasi.

Metode kampanye salah satunya dilakukan dengan Debat Pasangan Calon (Paslon) tentang materi kampanye Paslon yang disiarkan secara terbuka dan nasional.² Melalui hal ini memungkinkan masyarakat untuk dapat bertukar pikiran dari materi/isi kampanye masing-masing Paslon yang akan menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam menetapkan pilihan.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga yang menyelenggarakan prosesi Debat Paslon Presiden dan Wakilnya. Prosesi ini dilaksanakan dengan tujuan agar masyarakat dapat bersikap lebih selektif mengenai visi misi dan juga program yang dibawakan oleh paslon yang berpartisipasi. Singkatnya, pelaksanaan debat ini diharapkan agar pemilih dapat mengenali lebih dalam mengenai visi misi hingga program masing-masing paslon. Dalam debat tersebut, paslon diperkenankan untuk saling bertanya dan beradu argumen mengenai visi dan misi yang diusung, sehingga masyarakat dapat lebih mudah

² Ketentuan Pasal 22 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 16 Tahun 2014 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden

mengetahui mana yang lebih unggul. Penampilan yang optimal seperti memunculkan gagasan baru atau gagasan yang memiliki pengaruh positif yang besar bagi kepentingan rakyat dan tentunya rasional dapat berpotensi menarik minat pemilih.

KPU melangsungkan Debat Pilpres dalam Pemilu tahun 2014 sebanyak 5 (lima) kali putaran. Tiap putaran memiliki tema yang berbeda dan dibahas lebih mendalam, diantaranya :

Tabel 1.1
Timeline Debat Pemilihan Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden
Periode Tahun 2014 – 2019

Putaran	Hari dan Tanggal	Tempat	Tema	Peserta
I	Minggu, 08 Juni 2014	Balai Sarbini, Jakarta	Pembangunan Demokrasi, Pemerintahan yang Bersih, dan Penegakan Hukum	Capres & Cawapres
II	Minggu, 15 Juni 2014	Hotel Grand Mulia, Jakarta	Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial	Capres
III	Minggu, 22 Juni 2014	Hotel Holiday Inn, Jakarta	Politik Internasional dan Ketahanan Nasional	Capres
IV	Minggu, 29 Juni 2014	Hotel Bidakara, Jakarta	Pembangunan Sumber Daya Manusia dan Iptek	Cawapres
V	Sabtu, 05 Juli 2014	Menara Bidakara, Jakarta	Pangan, Energi dan Lingkungan Hidup	Capres & Cawapres

Sumber: KPU RI, Tahun 2014

Kelima putaran debat tersebut disiarkan secara langsung oleh media massa televisi dari tempat acara, dan merupakan hasil kerja sama antara KPU RI dan lembaga penyiaran. Dengan disiarkan secara langsung (Live on), memungkinkan masyarakat luas menyimak secara penuh dan utuh visi, misi, dan program kerja pasangan calon yang akan menjadi presiden dan wakilnya pada periode pemerintahan berikutnya. Paslon menggunakan kesempatan tersebut sebagai media penyampaian visi misi hingga program yang akan dilaksanakan kepada pemilih. Kedua Paslon saling berlomba menjajakan program masing-masing, menjelaskan secara detail agar dapat meyakinkan pemilih bahwa janji politik yang diusung tersebut logis dan dapat terlaksana serta berusaha untuk lebih unggul dari Paslon lain.

Pemilu adalah tentang memilih, menyeleksi dan memberikan suara kepada pejabat publik untuk melayani pemilih (Rakyat). Pemilih menggunakan hak suaranya atas dasar kepercayaan terhadap orang lain untuk mengatur hidupnya dan hidup orang banyak serta berkeyakinan bahwa perwakilan terpilih akan memenuhi apa yang mereka janjikan dan taat kepada sumpah yang telah diungkapkan untuk tulus melayani warga negara.³

Secara harfiah, janji politik dapat diartikan sebagai penyampaian visi, misi dan program kerja serta rencana program kebijakan selama lima tahun masa jabatan yang diusung dan disampaikan kandidat Pemilu, sekaligus menjadi acuan utama atau dasar penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN)

³Oliver Mtshali dalam Joseph Rudigi Rukema, *Elections and Governance in Africa*, (Cape Town: African Sub-Saharan University Press, 2017) p. 24-56

sebagaimana yang dicantumkan dalam UU No 17 Tahun 2007 mengenai Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025. Menurut ketentuan Pasal 4 undang-undang tersebut diatur tentang kedudukan RPJMN sebagai pedoman penyusunan program pemerintah menurut visi, misi, dan program kerja presiden dan wakil presiden, sedangkan RPJMN sendiri lebih dirinci ke dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) yang dibagi ke dalam 5 (lima) kali tahunan secara berkesinambungan, termasuk sebagai pijakan penyusunan APBN tahun pertama periode pemerintahan presiden dan wakil presiden berikutnya.⁴

Dengan melihat gambaran di atas, maka penyampaian visi, misi, dan program kerja pemerintahan pemenang Pilpres sangat strategis karena menentukan arah perjalanan dan pembangunan nasional. Dengan kata lain, janji Paslon pemenang Pilpres yang dimuat di dalam visi, misi, dan program tersebut menentukan corak pemerintahan paling tidak selama lima tahun atau dalam sekali jabatan/periode pemerintahan. Setelah masa pemerintahan berjalan lebih dari lima tahun, visi, misi, serta program kerja pemerintahan pemenang Pemilu tahun 2014-2019 dapat dijadikan bahan bagi pemilih untuk mengevaluasi pelaksanaan Janji Politik yang telah dijadikan program kebijakan.

Negara melibatkan masyarakat dalam proses penyusunan Rencana Sistem Pembangunan Nasional melalui Pilpres yang merepresentasikan pilihan rakyat menjadi Paslon/Pemimpin terpilih. Masyarakat perlu untuk mengawasi keberjalanan Sistem Pembangunan Nasional dengan memastikan janji-janji yang diungkap saat

⁴Ketentuan Pasal 4..Undang-Undang Nomor 17 Tahun..2007 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005-2025

Pilpres dilaksanakan sebagai bentuk penuntutan hak sebagai pemilih serta mendorong tercapainya Sistem Pembangunan Nasional.

Pilpres tahun 2014 diikuti oleh Paslon Nomor urut 1 Joko Widodo dan Muhammad Jusuf Kalla, sedangkan lawannya adalah Paslon Nomor urut 2 Prabowo Subianto dan Muhammad Hatta Rajasa. Hasil perhitungan perolehan suara oleh KPU menunjukkan bahwa Paslon Nomor urut 1 memperoleh suara terbanyak dan dinyatakan sebagai pemenang Pilpres Tahun 2014, sekaligus berhak untuk memegang kendali pemerintahan antara tahun 2014 hingga tahun 2019. Perolehan suara Paslon nomor urut 1 Jokowi dan JK sebanyak 70.997.833 suara (53,15 persen), disusul perolehan suara Paslon rival nomor urut 2 Prabowo dan Hatta sebanyak 62.576.444 suara (46,85 persen).⁵

Paslon Joko Widodo–Jusuf Kalla merumuskan janji-janji yang disampaikan pada saat kampanye didalam dokumen bernama “*Nawacita*” yang berisi prioritas pembangunan guna menciptakan Indonesia yang berdikari secara politik, ekonomi, hingga budaya. Sebagaimana namanya yaitu “*Nawacita*”, yang mana “*Nawa*” berarti sembilan, maka prioritas pembangunan yang tertulis di dalamnya juga berjumlah sembilan.

Pionir utama program nawacita ialah Pembangunan Infrastruktur Nasional dengan membangun daerah-daerah tertinggal yang bertujuan mempermudah lalu lintas orang maupun barang. Pembangunannya meliputi pembangunan jalan raya di

⁵ Keputusan KPU RI Nomor 535 Tahun 2014 Tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara dan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014

daerah terluar Indonesia, pembangunan waduk, pelabuhan, serta Bandar udara. Selama 5 (lima) tahun masa jabatan Joko Widodo–Jusuf Kalla, pembangunan tersebut disebut hingga menghabiskan anggaran yang tinggi.

Program *Nawacita* dijalankan Joko Widodo dan Jusuf Kalla Selama 5 (lima) tahun, menjelang akhir masa jabatannya, *Indo Barometer* merilis hasil survei di 34 provinsi yang dilakukan pada 15 – 22 April 2018 dengan jumlah responden 1200 orang. Sebanyak 58,2% mengungkap tidak atau belum mengetahui program *Nawacita*, 4,2% tidak menjawab dan dari 37,6 % yang mengetahui/pernah dengar *Nawacita* hanya 39,4% yang cukup puas/sangat puas.⁶ Melihat data di atas, masyarakat belum sepenuhnya tahu mengenai *Nawacita* yang merupakan janji politik pemenang pemilu 2014, bahkan hingga di akhir masa jabatannya.

Tingkat keberhasilan *Nawacita* merupakan isu yang tak luput dari pembahasan di masyarakat, utamanya ketika akhir masa jabatannya. Muncul pro kontra yang saling klaim dengan berhasil dan tidak berhasilnya program *Nawacita*. Keingintahuan masyarakat untuk mencari tahu kebenaran dan menilai hal tersebut tidak diimbangi dengan penelitian yang membahas hal tersebut, tidak ada indikator yang jelas mengenai apa saja janji yang disampaikan Paslon Joko Widodo–Jusuf Kalla dan apakah janji tersebut sudah terealisasi.

Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini ialah minimnya penelitian yang membahas mengenai realisasi Janji Politik Paslon Jokowi-JK pada Pilpres Tahun 2014, sehingga masyarakat cenderung sulit dalam menilai dan mencari

⁶ Indo Barometer, *Data Survei Nasional 15 – 22 April 2018, Evaluasi 3.5 Tahun Joko Widodo – Jusuf Kalla: Quo Vadis Nawa Cita?*, (Jakarta : Indo Barometer,2018)

kebenaran realisasi janji politik yang diungkapkan Jokowi-JK selain itu kepercayaan masyarakat masih minim dalam menganggap bahwa janji politik dapat dilaksanakan oleh pemenang pemilu, masih berkembang anggapan bahwa janji politik yang diungkapkan Paslon saat kampanye hanya bualan belaka. Disisi lain, pengetahuan masyarakat mengenai Janji Politik Jokowi-JK-pun masih minim. Dengan meneliti mengenai realitas janji politik tersebut, harapannya dapat memudahkan masyarakat untuk melihat dan mengetahui realitas janji mana yang dilaksanakan dan janji mana yang tidak dilaksanakan.

Janji politik yang diteliti ialah janji Paslon pemenang pemilu pada Pilpres tahun 2014, bukan Pilpres terbaru tahun 2019 karena janji yang diungkapkan pada Pilpres 2019 masih berbentuk janji, belum dapat dilihat realitas pelaksanaannya secara menyeluruh, sedangkan bila melihat Pilpres 2014, meski pelaksanaannya lebih lampau, janji politik yang diungkapkan telah menjadi kebijakan yang dijalankan selama lima tahun pemerintahan (2014-2019) sehingga dapat diteliti realisasi janji-janji politiknya.

Peneliti menganggap kepercayaan masyarakat terhadap realisasi janji politik oleh pejabat publik masih minim, yang sejalan dengan penelitian Hyginus Suseno TW dan Nicko Kornelius Putra yang berjudul “*Persepsi Publik Perkotaan Terhadap Janji Politik Caleg Menurut Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis*” yang memiliki pokok permasalahan dari kebingungan dan ketidakpercayaan masyarakat mengenai janji politik yang disampaikan kandidat Pemilu.

Tujuan penelitian tersebut ialah mengetahui persepsi pemilih terhadap janji politik berdasarkan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang tertuju pada

pemilih di perkotaan dan memperoleh salah satu kesimpulan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap janji politik hanya sebesar 18,01%. Hal ini menjelaskan adanya ketidakpuasan terhadap realisasi janji politik pada Pemilu sebelumnya.⁷

Penelitian lain membahas dan menjelaskan janji-janji politik yang disampaikan Paslon Joko Widodo–Jusuf Kalla. Buku dengan judul “*Janji–Janji Jokowi–JK (Jika) Rakyat Tidak Sejahtera, Turunkan Saja Mereka!*” ditulis oleh Ismantoro Dwi Yuwono yang berisi janji-janji politik yang disampaikan Paslon Joko Widodo–Jusuf Kalla selama keseluruhan debat capres dan cawapres tahun 2014. Buku ini membahas secara mendalam keseluruhan isi debat berdasarkan pada bidang-bidang yang disesuaikan dengan tema pada setiap putaran debat capres dan cawapres. Tujuan penulis membuat buku tersebut ialah agar masyarakat dapat memperhatikan dan mengawasi keberlangsungan jabatan kandidat pemenang Pemilu apakah janji-janji yang telah diutarakan dapat dilaksanakan.

Melihat hal tersebut, peneliti merasa perlu adanya penilaian yang jelas dan membahas realitas atau pelaksanaan janji politik, untuk membantu masyarakat mengetahui realisasi janji yang diucapkan benar dilaksanakan atau hanya menjadi ucapan janji belaka. Dengan begitu, di Pemilu berikutnya pemilih dapat lebih aktif dan kritis, memilah dan mempertimbangkan setiap janji politik yang diutarakan kandidat apakah rasional untuk dilaksanakan.

⁷Hyginus Suseno TW dan Nicko Kornelius Putra, *Persepsi Publik Perkotaan Terhadap Janji Politik Caleg Menurut Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis*, (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma, 2014), dalam Jurnal Penelitian. Volume 18, No.1, 14 November 2014, hal. 67-77

Dalam penelitian ini, peneliti mengklasifikasikan janji politik Paslon Joko Widodo-Jusuf Kalla pada debat capres dan cawapres tahun 2014 dan menilai bagaimana realisasi janji kampanye yang disampaikan. Janji-janji politik diklasifikasikan ke dalam beberapa aspek sebagaimana yang ditetapkan oleh KPU melalui Ketetapan KPU Nomor 469 Tahun 2014 Tentang Mekanisme Debat Calon Presiden dan Wakil Presiden Dalam Pemilihan Presiden Tahun 2014.

Janji politik yang dibahas, dicocokkan dengan dokumen visi, misi dan program aksi Jokowi-Jusuf Kalla pada Pilpres 2014 “Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong”. Janji politik yang dibahas dalam penelitian ini selain diungkapkan pada debat Pilpres 2014 juga terdapat didalam dokumen janji politik Jokowi-JK tersebut. Untuk memastikan bahwa janji yang diungkapkan sesuai dengan naskah tertulis janji politik yang diusung secara resmi.

Setiap janji politik dianalisis realisasinya, apakah sudah dilaksanakan atau belum. Jika sudah terlaksana, seperti apa pelaksanaannya. Jika belum terlaksana, alasan apa yang menyebabkan janji tersebut tidak terlaksana. Hal ini untuk menunjukkan apakah kedaulatan rakyat yakni sebagai jawaban dari suara rakyat yang digunakan pada Pilpres 2014 sudah tercapai atau belum. Tujuannya adalah sebagaimana dalam konsep janji politik, janji yang dilontarkan Paslon pada saat kampanye merupakan pertanggungjawaban yang harus dilaksanakan kepada rakyat.

1.2. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun penelitian ini akan menitikberatkan pada hal-hal berikut:

- a. Bagaimana realisasi janji-janji politik Paslon Presiden dan Wakil Presiden Terpilih Joko Widodo dan Jusuf Kalla hasil Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 setelah menjalankan mandatnya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

- a. Untuk mengidentifikasi janji-janji politik Paslon Presiden dan Wakil Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla berdasarkan aspek Ideologi, Politik, Ekonomi, Sosial-Budaya, Pertahanan, dan Keamanan
- b. Untuk mengetahui realisasi janji-janji politik Paslon Presiden dan Wakil Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla setelah menjalankan mandat pemerintahan pada tahun 2014-2019.

1.4. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.4.1. Kampanye Politik (*Political Campaign*)

Kampanye ialah saluran atau program utama dalam mendukung pemilu dan sebagai metode untuk menjelaskan visi dan misi kebijakan pembangunan selama lima tahun. Bupati, walikota, gubernur, dan presiden yang memenangkan Pemilu yang diselenggarakan oleh KPU membawa harapan masyarakat untuk mewujudkan cita-cita dan misinya di periode pemerintahannya.

Steven Chaffe mengemukakan bahwa “*Political campaigns are aimed at the mobilization of support for one’s cause or candidate.*” yang berarti bahwa kampanye dilaksanakan guna mengerahkan dukungan untuk kandidat atau hal yang terkait lainnya. Usaha-usaha untuk mengerahkan dukungan dilakukan dengan berbagai visi, misi dan program kerja yang dicita-citakan dan dijanjikan kepada pemilih.⁸

Melalui hal tersebut, sebuah kampanye dalam kontestasi politik dipercaya sebagai salah satu usaha yang dilakukan secara struktural oleh peserta politik untuk memengaruhi seseorang atau kelompok tertentu guna menarik hati pemilih dalam menentukan pilihannya sehingga dapat memenangkan pemilu. Maka kandidat akan berusaha sebaik mungkin dalam menentukan visi, misi dan program kerja yang dijanjikan.

Konsep inilah yang peneliti gunakan sebagai teori dalam penelitian ini dengan mengambil asumsi bahwa Paslon melakukan kampanye dengan tujuan

⁸ Steven Chaffe dalam Hafied Cangara, *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014)

memeroleh suara sebanyak-banyaknya menggunakan visi, misi dan program yang dijanjikan dan memastikan maksimalnya materi janji yang diungkapkan. Peneliti akan membandingkan kejadian empiris terhadap pandangan teoritis tersebut untuk menjawab permasalahan penelitian.

Kampanye adalah salah satu upaya komunikasi dengan tujuan memberikan pengaruh kepada pemikiran, perilaku, sikap, hingga wawasan orang lain agar serupa dengan apa yang dikehendaki oleh orang yang mempengaruhi. Menurut Kotler & Roberto, kampanye adalah upaya yang dilakukan sebagai bentuk persuasi kepada pihak tertentu untuk dapat memiliki pemikiran dan sikap yang telah direncanakan..⁹

Kampanye memiliki sasaran kepada khalayak, yaitu individu dalam jumlah besar yang akan dipengaruhi dan diubah oleh peserta pemilu melalui imbauan dan ajakan sehingga memiliki pemikiran, sikap, hingga perilaku yang serupa dengannya.¹⁰ Faktor esensial yang dilakukan yakni membuat komunikan tertarik, secara sadar dan sukarela menerima dan mengikuti keinginan komunikator. Oleh karena itu, kampanye tidak dapat menggunakan paksaan dan ancaman, atau Bisa dikatakan kampanye yang menggunakan kekerasan, pemaksaan dan ancaman tidak bisa disebut kampanye yang nyata.

Kampanye bertujuan untuk meyakinkan kepada pemilih dengan cara penyampaian secara langsung maupun melalui penyampaian tertulis. Untuk dapat

⁹ Kotler dan Roberto dalam *ibid*

¹⁰ McQuail dan Windahl dalam Fauzan Ali Rasyid, *Kampanye Politik dan Persoalan Bangsa*, (Bandung : UIN SGD Bandung, 2009)

meyakinkan pemilih, kandidat akan mengajak-ajak pemilih untuk memilihnya, kemudian menjajikan pemilih dengan berbagai program yang akan dilakukan bila terpilih dan juga mengiming-imingi pemilih dengan target capaian yang dirasa baik bagi pemilih dan masyarakat.

Umaimah menjelaskan tujuan kampanye politik adalah (1) Membujuk orang lain, sebagai target, untuk mengubah, menolak ataupun menerima pemikiran, sikap dan perilaku yang telah ditentukan (2) propaganda kepada calon pemilih; (3) Memiliki dampak tertentu pada sejumlah besar orang; (4) Memberi dampak terhadap target audiens.¹¹

Kampanye merupakan kegiatan yang terstruktur dan terorganisasi. Untuk itu, kampanye harus memiliki perencanaan agar dapat efektif dalam melakukan kampanye. Menurut French terdapat delapan langkah perencanaan komunikasi untuk kampanye, antara lain:¹²

1. Menganalisis masalah. Dalam proses ini masalah dianalisis berdasarkan kejelasan dan kebutuhan untuk dapat mengetahui skala prioritas penyelesaiannya. Pemerintah mesti memahami, menganalisis serta memilih masalah sebagai masukan dalam memutuskan suatu kebijakan. Capaian kinerja pemerintah didukung oleh pilihan masalah yang tepat karena sesuai dengan keinginan dan kepentingan khalayak.

¹¹ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik : Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, i2016), hal. 153

¹² *Ibid*, hal 163-168

2. Menganalisis khalayak. Bentuk pesan yang ingin disajikan dipengaruhi oleh khalayak yang akan dituju, sehingga pemahaman khalayak merupakan hal yang sangat krusial dalam pelaksanaan kampanye ini. Informasi yang sesuai dengan sasaran kampanye juga menjadi penentu dalam merumuskan opini. Apabila sasaran kampanye melakukan pemilihan untuk yang pertama kalinya, informasi dan pesan yang disampaikan harus mudah dimengerti dan dipahami, yang dalam hal ini biasanya adalah remaja.
3. Merumuskan tujuan. Organisasi dan manajemen kampanye harus mempunyai tujuan dalam melakukan tindakan politiknya. Penyamaan tujuan antara aktor politik dengan sasaran kampanye juga sangat dibutuhkan karena akan berpengaruh pada peningkatan partisipasi dalam kampanye dan pemilu.
4. Memilih media. Pembentukan opini publik yang tepat dan berhasil pada proses kampanye ditentukan oleh Media yang tepat. Keberhasilan kampanye didukung oleh kekuatan media yang mampu menggapai khalayak secara banyak dan menyebar.
5. Mengembangkan pesan. Pesan politik merupakan pembicaraan dalam komunikasi politik. Informasi perlu disusun atau dikemas agar sesuai dengan tujuan khalayak. Baik informasi verbal maupun non-verbal adalah sarana untuk bertukar pandangan, kehendak, gagasan, gambar, dll.

Diharapkan khalayak dapat memahami pesan tersebut sehingga memiliki efek yang direncanakan.

6. Merencanakan produksi media. Untuk menjangkau khalayak sasaran, pesan akan diolah dan dibuat dalam berbagai bentuk, baik itu iklan (media massa, media baru dan media sosial) maupun media luar ruang, oleh orang-orang yang terlibat dalam proses produksi tersebut (yang mendukung kesuksesan). Pada saat yang sama, produksi media terkait dengan kapasitas dana atau pembiayaan.
7. Merumuskan rencana manajemen program.
8. Monitoring dan evaluasi. Semua proses kampanye yang telah dilakukan memerlukan monitoring dan evaluasi (monev) secara terus menerus yang bisa dilakukan harian, mingguan, bulanan atau tahunan sesuai rencana. Hasilnya dapat digunakan sebagai masukan untuk mengubah pembuatan media.

1.4.2. *Janji Politik (Political Promising)*

Janji memiliki arti sebagai ungkapan yang memberikan sebuah komitmen untuk berbuat. Dalam mengucapkan janji berarti seseorang memastikan dirinya dapat melakukan apa yang diucapkan. Dengan begitu, orang yang diberi janji akan memberikan kepercayaan kepada orang tersebut. Secara moral, janji adalah sesuatu yang harus benar-benar dipegang dan dipenuhi, bukan sebaliknya, menjadikan janji sebagai alat untuk meningkatkan citra diri meraih simpati.

Salah satu kriteria penting untuk menilai kualitas pemerintahan demokratis adalah sejauh mana proses kebijakan secara efektif menerjemahkan preferensi warga ke dalam pilihan kolektif. Preferensi warga disimbolkan melalui hak pilih di Pemilu yang dalam prosesnya, kandidat berusaha mengambil hati pemilih dengan konsep Representasi Janji (*Promisory Representation*). Mansbridge mengartikan Representasi Janji (*Promisory Representation*) sebagai usaha yang dilakukan kandidat untuk menarik pemilih dengan cara membuat janji mengenai pilihan kebijakan masa depan, kemudian pemilih akan mengevaluasi kandidat kelak ketika terpilih berdasarkan janji-janji tersebut.¹³ Merujuk pada pengertian tersebut, maka kepatuhan kandidat terhadap janji kampanye merupakan syarat yang diperlukan untuk pemerintahan demokratis yang efektif.

¹³ Mansbridge dalam Evan J Ringquist, Milena I. Neshkova, and Joseph Aamidor, *Campaign Promises, Democratic Governance, and Environmental Policy in the U.S. Congress*, (Oxford : Wiley Periodicals, Inc., 2013), dalam *The Policy Studies Journal*, Vol. 41, No. 2, 2013 hal. 367

Representasi Janji (*Promisory Representation*) memiliki Prinsip bahwa kandidat harus membuat komitmen kebijakan selama kampanye pemilu dan memenuhi komitmen tersebut jika terpilih. Kapasitas warga untuk menanggapi kebijakan secara akurat sama pentingnya dengan perilaku kandidat untuk memenuhi janjinya tersebut, hal ini untuk memastikan rantai demokrasi yang kuat.¹⁴ Pernyataan ini selaras dengan pernyataan VO Key yang menyatakan bahwa Pemilih bertanggung jawab yang melakukan penghargaan dan menghukum partai sesuai dengan kinerja partai tersebut di pemerintahan adalah pasangan dari partai yang bertanggung jawab.¹⁵

Janji pemilu adalah fitur utama kampanye pemilu. Janji memengaruhi pemungutan suara dan kepercayaan pemilih tentang seberapa banyak politisi akan berkontribusi pada dana publik. Kontribusi politisi dikorelasikan dengan janji mereka dalam pola yang sama. Politisi yang menepati janji lebih sering terjadi jika kandidat tersebut akan mengikuti pemilihan kembali pada pemilihan berikutnya.¹⁶

Pemilih diberikan hak untuk memilih kandidat menurut pilihan hati sendiri tanpa adanya paksaan dengan prinsip Lumberjurdil (Langsung, Umum, Bersama, Jujur dan Adil). Untuk memenangkan Pemilu, kandidat akan berusaha menarik suara pemilih sebanyak-banyaknya dengan cara merayu dan mengiming-imingi pemilih

¹⁴ Robert Thomson and Heinz Brandenburg, *Trust and Citizens' Evaluations of Promise Keeping by Governing Parties*, dalam *Political Studies*, Vol. 67(1) 249-266, (2019), p. 249

¹⁵ Vo Key dalam *Ibid*

¹⁶ Andreas Born, Pieter van Eck, dan Magnus Johannesson, *An Experimental Investigation of Election Promises*, dalam *International Society of Political Psychology*, Vol. 39, No. 3, 2018

menggunakan janji-janji politik yang dimiliki. Sebagai bentuk timbal balik dari hak suara yang telah diberikan pemilih, kandidat harus mempertanggungjawabkannya dengan cara merealisasikan janji-janji politik yang telah diutarakan selama kampanye.

Namun kenyataannya, janji yang telah disampaikan justru dijadikan alat memperoleh kekuasaan semata. Sebagaimana diungkapkan oleh Barro maupun John yang berpendapat bahwa janji pemilu tidak informatif tentang perilaku politikus di masa depan dan menganggap janji pemilu sebagai omongan yang tidak relevan untuk pengambilan keputusan pemilih.¹⁷ Hal ini karena tidak ada landasan yang lebih mengikat karena janji politik bukanlah produk hukum yang apabila dilanggar dapat diajukan keberatan.

Janji politik adalah visi, misi dan rencana kebijakan yang disampaikan oleh kandidat kepada publik. Visi, misi dan rencana ini secara efektif diserap dan sangat diterima oleh masyarakat.¹⁸ Dalam konsep marketing politik, janji politik merupakan produk yang bisa diujakan kandidat kepada masyarakat. Masyarakat seakan sebagai pembeli yang bebas memilih janji politik seperti apa yang diinginkan. Sebagai pembeli, masyarakat akan selektif memilih yang terbaik, yakni yang rasional dan yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat itu. Masyarakat yang telah menentukan pilihan akan membayar dengan suaranya atau hak pilihnya. Memberikan suara tidak sama dengan kita membeli barang, jika

¹⁷ Barro dan Ferejohn dalam *Ibid*

¹⁸ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan dan Media*, (pent. Tjun Surjaman) (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005)

membeli barang setelah kita membayar kita akan langsung mendapatkan barang. Dalam pemasaran politik, janji politik yang telah dipercaya masyarakat dan dibeli dengan memberikan suaranya, tidak akan langsung diwujudkan, masyarakat harus menunggu lebih lama, bahkan tidak jarang janji politik tidak terlaksana sampai dengan akhir masa jabatan.

Dampak dari janji politik yang tidak berhasil dituntaskan akhirnya akan berpengaruh pada Pemilu berikutnya. Pemilih akan mempertimbangkan untuk tidak memilihnya kembali, karena sudah dikecewakan dan dianggap tidak dapat memegang teguh janji yang telah dibuat. Sehingga, pemilih akan lebih selektif dan rasional mempertimbangkan segala aspek dan tidak akan mudah percaya lagi pada janji-janji politik yang ditawarkan oleh kandidat.¹⁹

Mc Kelvey memberikan konsep bahwa pejabat pemenang Pemilu ketika menjabat lebih memilih kepentingan yang justru berbeda dari konstituen (Pemilih), karenanya pemilihan kebijakan justru berbeda dari platform/janji yang diungkapkan saat kampanye. Secara sederhana, ditepati atau tidaknya janji politik sejalan atau tergantung dengan kepentingan pejabat publik.²⁰

Teori ini memiliki pendapat bahwa perlu ada penegakan terhadap pejabat publik yang gagal memenuhi janji, namun tidak ada mekanisme yang jelas yang

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Mc Kelvey dalam John Ferejohn, *Incumbent Performance and Electoral Control*, on Public Choice , 1986, Vol. 50, No. 1/3, Carnegie Papers on Political Economy, Volume 6: Proceedings on the Carnegie Conference on Political Economy (1986), p. 5-25

memungkinkan pemilih dapat “menghukum” pejabat publik yang ingkar terhadap janjinya. Bentuk penghukuman yang dapat dilakukan secara tidak langsung yakni melalui pemilihan kembali pada Pemilu berikutnya. Pemilih memiliki kesempatan untuk tidak memilih kembali *Incumbent* jika dirasa tidak dapat melaksanakan janji yang diungkapkan dan tidak dapat memenuhi kesejahteraan pemilih.

Konsep ini, memiliki fokus asumsi pemilih terhadap kinerja pejabat terpilih. Pengaruh keputusan pemilih dilihat pada penilaiannya terhadap kinerja pemerintahan di masa lalu. Pertahana akan mendapatkan tempat dihati pemilih apabila kinerjanya dirasa telah mampu mencapai kesejahteraan pemilih. Maka menjadi penting tentang bagaimana pemilih dapat menilai setiap pelaksanaan kebijakan dan kinerja pejabat publik berdasarkan janji-janjinya.

Peneliti menggunakan teori yang diungkapkan oleh Mc Kelvey sebagai acuan dalam penelitian ini untuk dijadikan dasar penelitian dalam menjawab permasalahan penelitian. Peneliti berusaha membandingkan pandangan teoritis tersebut terhadap keadaan empiris pejabat publik yang telah mengungkapkan janji politiknya.

1.4.3. *Kebijakan Publik (Public Policy)*

Kebijakan Publik ialah apa yang pemerintah pilih untuk dilakukan atau tidak dilakukan.²¹ Definisi ini membangun pengertian bahwa kebijakan publik dilakukan oleh aktor yakni pemerintah. Akan tetapi konsep diatas tidak dapat membedakan secara jelas antara apa yang pemerintah putuskan untuk dilakukan dengan apa yang sesungguhnya pemerintah lakukan.²² Pengertian lain menjelaskan Kebijakan publik ialah arah tindakan yang tujuannya ditentukan oleh satu atau lebih aktor untuk menyelesaikan masalah. Konsep ini berfokus pada apa yang sesungguhnya dilakukan, bukan pada apa yang disarankan untuk dilakukan.

Amir Santoso memberi pengertian kebijakan publik adalah rangkaian arahan dari pembuat kebijakan kepada pelaksana kebijakan yang menggambarkan tujuan dan cara untuk mencapai tujuan tersebut. Singkatnya, kebijakan publik adalah proses merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi kebijakan.²³ Tahap-Tahap Kebijakan meliputi²⁴ :

a. Tahap Penyusunan Agenda

Para Pejabat terpilih menempatkan masalah publik pada agenda publik. Sebelum masuk ke dalam agenda kebijakan, masalah-masalah publik berkompetisi untuk diseleksi masuk. Pada tahap ini, mungkin terdapat masalah yang tidak dibahas

²¹ Thomas R. Dye, *Understanding Public Policy Second Edition*, (Englewood Cliff, N.J : Prentice-Hall, 1975), p. 1

²² Budi Winarno, *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*, (Yogyakarta : Media Pressindo, 2007), hal. 17

²³ Amir Santoso dalam *Ibid.*, hal.19

²⁴ *Ibid.*, hal. 33-34

sama sekali, dan justru berfokus pada penyelesaian masalah lain yang ditetapkan sebagai prioritas, atau mungkin juga ada masalah yang telah tertunda lama karena beberapa alasan.

b. Tahap Formulasi Kebijakan

Pembuat kebijakan akan membahas isu-isu yang masuk dalam agenda kebijakan. Permasalahan tersebut dirumuskan untuk mencari solusi terbaik yang dapat berasal dari berbagai alternatif atau pilihan strategis yang ada (*Policy alternatives/ Policy options*). Setiap alternatif saling bersaing untuk dipilih sebagai strategi pemecahan masalah. Pada tahap ini, aktor akan berperan mengusulkan solusi terbaik untuk masalah tersebut.

c. Tahap Adopsi Kebijakan

Di antara sekian banyak opsi kebijakan yang diberikan oleh pengambil keputusan, opsi tersebut akhirnya dipilih untuk memilih alternatif kebijakan yang didukung oleh mayoritas legislatif, serta mencapai konsensus direktur lembaga atau keputusan yudisial.

d. Tahap Implementasi Kebijakan

Keputusan perencanaan kebijakan perlu dilaksanakan sebagai alternatif pemecahan masalah, yaitu dilaksanakan oleh instansi pemerintahan dan instansi pemerintah yang lebih rendah. Kebijakan ini dilaksanakan oleh departemen administrasi yang menggerakkan sumber daya keuangan dan manusia. Pada tahap ini berbagai kepentingan akan bersaing. Implementasi secara luas mengacu pada

implementasi hukum, di mana berbagai aktor, organisasi, prosedur dan teknologi bekerja sama untuk melaksanakan kebijakan demi mencapai tujuan dari kebijakan atau rencana tersebut.²⁵

Van Meter dan Van Horn memberikan arti Implementasi kebijakan sebagai tindakan yang dilakukan oleh pemerintah atau swasta (individu atau kelompok) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam keputusan kebijakan. Tindakan tersebut meliputi upaya untuk mengubah keputusan menjadi tindakan operasional dalam kurun waktu tertentu, serta usaha untuk melanjutkan upaya mencapai perubahan besar dan kecil yang ditentukan oleh keputusan kebijakan.²⁶

e. Tahap Evaluasi Kebijakan

Tahap Evaluasi Kebijakan melakukan penilaian dan evaluasi terhadap kebijakan yang sudah dilaksanakan, untuk mengetahui seberapa efektif program kebijakan dapat menjawab masalah yang ada. Pada dasarnya kebijakan publik dirumuskan untuk mencapai hasil yang diinginkan, yaitu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, ditetapkan suatu ukuran atau standar sebagai dasar untuk mengevaluasi apakah kebijakan publik telah mencapai hasil yang diharapkan.

Secara umum evaluasi kebijakan dapat dikatakan sebagai kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup substansi,

²⁵ Lester dan Stewart dalam *Ibid.*, hal. 144

²⁶ *Ibid.*, hal. 146

implementasi dan dampak.²⁷ Merujuk pada pengertian tersebut, evaluasi kebijakan dianggap sebagai kegiatan fungsional yang dapat meliputi tahap perumusan masalah kebijakan, implementasi kebijakan maupun dampak kebijakan.

Lester dan Stewart membedakan evaluasi kebijakan kedalam dua tugas yang berbeda.²⁸ Tugas pertama adalah menetapkan pengaruh dari kebijakan dengan mendeskripsikan dampaknya. Tujuannya untuk melihat apakah program kebijakan publik telah menggapai tujuan atau efek yang diharapkan, jika tidak tercapai, dianalisis alasannya. Kemudian, tugas kedua adalah mengevaluasi keberhasilan atau kegagalan kebijakan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Setelah memahami konsekuensi kebijakan dengan mendeskripsikan dampak kebijakan publik, maka dapat diketahui apakah kebijakan yang diterapkan sudah sesuai dan memiliki efek yang diharapkan.

Evaluasi kinerja adalah proses penilaian terhadap suatu objek atau seseorang terhadap tugas dan tanggung jawabnya yang dilakukan secara sistematis untuk dapat mengetahui *output* atau hasil dari pekerjaan seseorang atau kinerja organisasi. Evaluasi kinerja pejabat publik dimaksudkan pada proses penilaian kinerja yang telah dilakukan apakah telah sesuai dengan janji-janji yang disampaikan pada saat kampanye. Adanya evaluasi kinerja pejabat publik, merupakan hak warga negara untuk dapat menilai apakah mereka telah melakukan tugas dan fungsi sebagai pejabat publik sesuai dengan janji-janji yang disampaikan.

²⁷ Anderson dalam *Ibid.*, hal. 226

²⁸ Lester dan Stewart dalam *Ibid*

Evaluasi politik adalah analisis aktivitas sosial dan perilaku yang berkaitan dengan sistem tata kelola politik. Inti dari evaluasi politik adalah membantu memperkuat tata kelola pemerintahan. Untuk memperkuat tata kelola, perlu untuk mengevaluasi statusnya sebagai dasar untuk intervensi. Evaluasi semacam itu harus memberikan penilaian yang objektif, bermakna dan komparatif pada efektivitas dan kualitas tata kelola negara.²⁹ Asumsi ini mengartikan bahwa tata kelola negara dapat diukur. Adapun aspek dalam tata kelola yang dimaksud dapat berupa langkah korupsi, risiko politik, hak asasi manusia, independensi lembaga peradilan, efektivitas birokrasi, dan langkah umum pembangunan manusia.

Evaluasi politik berfokus pada berbagai produk politik atau kebijakan yang warga harapkan dari pemerintah untuk menyediakannya. Produk politik atau kebijakan bisa berwujud atau tidak berwujud. Barang berwujud meliputi sekolah, klinik, jalan. Sedangkan produk politik tidak berwujud termasuk diantaranya keamanan negara, supremasi hukum, kebebasan seperti hak untuk berpartisipasi dalam politik dan untuk bersaing dalam jabatan, toleransi perbedaan pendapat dan juga hak asasi manusia.

Ketentuan masing-masing produk politik ini dapat diukur dengan membuat indikator dan sub-indikator. Keterlibatan dengan mengukur dan menilai kinerja sistem politik ini berada dalam ranah evaluasi politik, tujuannya adalah untuk menentukan tingkat pencapaian pemerintah dalam hal ketentuan produk politik di

²⁹ Emmanuel Remi Aiyede, *Political Evaluation* (Nigeria : National Open University of Nigeria, 2012), p. 19

atas. Evaluasi sangat penting dalam mengukur kinerja. Ini adalah evaluasi yang memungkinkan kita untuk mengetahui apakah suatu kebijakan atau pemerintah telah mencapai tujuan dan visi yang dimaksudkan. Evaluasi merupakan proses sistematis yang melibatkan perolehan dan penilaian informasi berupa pengumpulan dan penyaringan data, membuat penilaian tentang validitas informasi dan kesimpulan.³⁰

Pengertian ini yang dijadikan pikiran teoritis peneliti dalam melakukan penelitian ini, melalui pemikiran tersebut peneliti merasa perlu adanya evaluasi terhadap realisasi Janji Politik pejabat publik dengan melakukan berbagai klasifikasi data dan menilai validitas informasinya serta kesimpulannya. Pandangan teoritis ini peneliti jadikan acuan untuk meneliti realisasi Janji Politik Jokowi-JK dalam Pilpres 2014 untuk menjawab permasalahan penelitian.

Pemerintah tak luput dari perbuatan menipu dalam proses pembuatan kebijakan. Menipu dalam politik internasional itu adalah perilaku yang dapat diterima karena terkadang ada alasan strategis yang bagus untuk para pemimpin menipu/berbohong kepada negara lain dan bahkan kepada rakyatnya sendiri.³¹

Bohong jelas merupakan salah satu bentuk penipuan, tetapi tidak semua penipuan itu berbohong. Ada dua jenis penipuan lainnya yakni menyembunyian dan pemutaran (pengalihan). Tidak seperti berbohong, keduanya tidak membuat pernyataan palsu atau menceritakan sebuah cerita dengan dasar palsu. Namun,

³⁰ *Ibid.*, p. 20

³¹ John J. Mearsheimer, *Why leaders lie : the truth about lying in international politics*, (New York : Oxford University Press, 2011) p. 15

penyembunyian dan pemutaran (pengalihan) tidak sama dengan mengatakan yang sebenarnya.

Berbohong adalah saat seseorang secara sadar membuat pernyataan palsu dengan harapan orang lain akan menganggapnya benar. Berbohong dapat mencakup mengarang fakta yang diketahui salah atau menyangkal fakta yang diketahui benar. Tapi berbohong tidak hanya tentang kebenaran fakta tertentu, namun juga bisa melibatkan penyusunan fakta yang tidak jujur untuk menceritakan kisah fiktif.³²

Memutar (mengalihkan) berbeda dengan berbohong, meski akan ada dalam beberapa kasus di mana perbedaannya tidak jelas. Berputar adalah saat orang yang bercerita menekankan fakta tertentu dan menonjolkan sesuatu yang akan menguntungkan dirinya dan juga meremehkan atau mengabaikan fakta yang tidak nyaman bagi dirinya. Berputar adalah semua tentang menafsirkan fakta yang diketahui dengan cara yang memungkinkan untuk menceritakan kisah yang menguntungkan. Ini semua tentang menekankan dan mengurangi penekanan fakta tertentu untuk menggambarkan posisi seseorang dalam hal yang positif.³³

Jenis penipuan ketiga adalah menyembunyian, yakni menahan informasi yang dapat merusak atau melemahkan posisi seseorang. Dalam kasus seperti ini, individu tetap diam/bungkam tentang bukti, karena dia ingin menyembunyikannya. Tingkah laku ini tentu saja menipu, tapi tetap saja tidak berbohong, pendeknya, ketika

³² *Ibid.*, p. 28

³³ *Ibid.*, p 28-29

seseorang memutar cerita atau menyembunyikan fakta, dia tidak berbohong, tetapi dia juga tidak sepenuhnya jujur.³⁴

Singkatnya, berbohong, berputar, dan menyembunyikan informasi semua bentuk penipuan, dan ketiganya bisa dikontraskan dengan kebenaran pemberitaan. Dalam praktiknya, pemimpin melakukan ketiga bentuk penipuan tersebut, mereka merasa memiliki alasan kebaikan untuk menipu negara lain ataupun rakyatnya sendiri dan biasanya lebih suka memutar atau menyembunyikan informasi dibandingkan dengan berbohong.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena membutuhkan kajian yang mendalam untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian dilakukan dengan lebih dulu mendeskripsikan dan mengklasifikasikan objek penelitian, untuk kemudian dianalisa dan diolah hingga menghasilkan pembahasan dan kesimpulan penelitian.

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dengan langsung pada sumber data serta menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Metode penelitian ini bersifat deskriptif dengan data yang dikumpulkan merupakan kata-kata atau gambar.³⁵

³⁴ *Ibid.*, p. 30-31

³⁵ Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta, 2015) Hal. 21-22

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena peneliti memiliki keterkaitan pada proses, makna dan pemahaman yang diinterpretasikan melalui kata atau gambar.³⁶ Penelitian kualitatif deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah ataupun hasil rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya.³⁷

Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin menggambarkan dan mendeskripsikan masalah secara objektif berdasarkan data yang peneliti peroleh. Penelitian jenis ini juga dirasa cocok dengan tujuan penelitian, maka peneliti berusaha untuk menggambarkan dan mengklasifikasikan janji politik Jokowi-JK serta mendeskripsikan realisasinya berdasarkan data yang diperoleh.

Prosedur pengumpulan data untuk penelitian ini ialah menggunakan metode Studi Dokumentasi (*Documentary Research*) yakni mengumpulkan dokumen yang berupa dokumen publik seperti koran, majalah, laporan atau dokumen privat berupa buku harian, diari surat dan email. Dokumen berupa objek Audio Visual seperti foto, videotape, film, objek-objek seni atau software komputer.³⁸

³⁶ John W. Cresswel, *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009)

³⁷ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : PT. Remaja Rostakarya, 2011) hal 73

³⁸ *Op.cit.*, *lih* (36) hal. 226

Prosedur tersebut memungkinkan peneliti untuk meneliti secara mendalam dokumen resmi yakni berupa rekaman video debat calon Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 dan dokumen naskah visi-misi dan program aksi Jokowi-JK tahun 2014, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi Janji-Janji Politik yang diungkapkan oleh Paslon Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Setiap pernyataan yang berupa Janji Politik diklasifikasikan berdasarkan aspek Ideologi, Politik, Ekonomi, Sosial-Budaya, Pertahanan, dan Keamanan.

Setelah mengidentifikasi Janji Politik, peneliti melakukan identifikasi mendalam melalui penelusuran dokumen resmi laporan kinerja pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla periode 2014-2019 baik dari sekretariat negara, kementerian/Lembaga pemerintah terkait ataupun lembaga independen untuk dapat mengungkap realisasi dari Janji-Janji tersebut apakah janji sudah terlaksana, bagaimana pelaksanaannya, dan alasan bila janji tersebut tidak terlaksana. Perlu diketahui bahwa data yang peneliti kumpulkan bersumber dari sumber resmi sehingga memastikan bahwa penelitian ini mendapatkan bukti-bukti serta kesimpulan yang kuat.

1.5.2. *Sumber data*

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah data sekunder yang merupakan dokumen resmi tertulis ataupun audio visual yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti memperoleh data dengan melakukan studi dokumentasi dari prosesi debat presiden dan wakil presiden yang dilaksanakan oleh KPU. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengakses kembali tayangan ulang debat yang

diakses melalui portal *YouTube* stasiun TV yang menjadi media penayangan debat tersebut. Adapun debat presiden dan wakil presiden terdiri atas lima prosesi debat. Berikut adalah data berupa video rekaman Debat Paslon Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014

No.	Putaran Debat	Sumber	Link Video
1.	Debat Pertama (08 Juni 2014)	Channel Youtube Berita Satu TV	https://youtu.be/EQzQJH_R0UA (Full Segmen)
2.	Debat Kedua (15 Juni 2014)	Channel Youtube Berita Satu TV	https://youtu.be/8mXBy3LWZG4 (Full Segmen)
3.	Debat Ketiga (22 Juni 2014)	Channel Youtube Berita Satu TV	https://youtu.be/TJaMRhM500Y (Full Segmen)
4.	Debat Keempat (29 Juni 2014)	Channel Youtube Berita Satu TV	https://youtu.be/5qp1PBavd04 (Full Segmen)
5.	Debat Kelima (05 Juli 2014)	Channel Youtube Kompas TV	https://youtu.be/Spv9H1QIQVQ (Full Segmen)

Peneliti juga menggunakan dokumen visi, misi dan program kerja Jokowi-JK pada Pilpres Tahun 2014 sebagai relevansi bahwa janji yang diungkapkan saat debat juga terdapat dalam naskah tertulis sehingga memperkuat data untuk penelitian ini.

Selain itu data didapat dari dokumen resmi laporan kinerja pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla Periode Tahun 2014-2019 dari sekretariat presiden, kementerian/lembaga pemerintah dan lembaga independen terkait, serta pernyataan (*statement*) resmi dari pemerintah, dengan mengidentifikasi setiap kebijakan yang dilakukan dan keputusan-keputusan yang diambil selama lima tahun menjabat sebagai presiden dan wakil presiden.

Peneliti juga menggunakan sumber tambahan lain seperti pengumpulan data dari buku referensi, jurnal, dan literatur lainnya yang sesuai dengan objek kajian penelitian dan permasalahan, yang dalam hal ini berkaitan dengan bidang-bidang yang menjadi tema pada setiap debat serta berkaitan dengan kebijakan yang dijalankan selama periode menjabat.

1.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan mencari data dan informasi menggunakan dokumen (antara lain dokumen tertulis yang mendukung proses penulisan, gambar, foto, video, dan dokumen elektronik). Jika ada dukungan dari foto atau makalah akademis dan artistik yang ada, maka hasil penelitian akan lebih kredibel.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kepustakaan sehingga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yakni dengan cara pengumpulan data literatur yaitu bahan-bahan kepustakaan yang sesuai dengan objek pembahasan yang

dimaksud, yang di mana data dalam kepustakaan telah dikumpulkan dan diolah dengan cara :

- (a) Editing yakni, yaitu mengecek ulang data yang terkumpul, terutama dalam hal kelengkapan, kejelasan makna, dan koordinasi makna.
- (b) Organizing yakni, organisasi data menggunakan data yang diperoleh sesuai kerangka yang telah dibutuhkan
- (c) Penemuan hasil penelitian yakni, penggunaan kaidah, teori dan metode yang telah ditentukan untuk selanjutnya menganalisis hasil organisasi data, sehingga diperoleh kesimpulan tertentu, kesimpulan tersebut merupakan hasil dari masalah.

Dalam penelitian ini, studi dokumentasi dilakukan dengan mengakses kembali dokumen video debat Pilpres tahun 2014 di akun resmi melalui aplikasi *YouTube*. Debat terdiri dari lima putaran, dimana di tiap putaran membahas tema yang berbeda satu dengan lainnya. Tema tersebut mencakup beberapa isu atau permasalahan negara.

Dengan melakukan *review* terhadap dokumen video tersebut, peneliti dapat mengetahui setiap janji politik yang diucapkan oleh Paslon Joko Widodo-Jusuf Kalla, janji politik yang sudah diketahui tersebut diklasifikasikan sesuai dengan masing-masing bidang dan juga sub-bidang. Janji–Janji yang telah teridentifikasi, diteliti bagaimana realisasi dari setiap janji-janji tersebut. Identifikasi realisasi janji politik tersebut dilakukan dengan melakukan penelusuran dokumen resmi laporan kinerja pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla periode 2014-2019.

1.5.4. Teknik Pengelolaan Data

Setelah data-data diperoleh, maka dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif yaitu analisis data yang mengumpulkan data non statistik sehingga data yang dikumpulkan dirumuskan dalam bentuk kata-kata atau kalimat yang terekam dalam catatan. Analisis dilakukan dengan jalan menguraikan informasi tersebut secara logis. Langkah-langkah yang dilakukan adalah :

1) Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai suatu proses pemilahan data, pemusatan fokus pada penyederhanaan data, pengabstrakan data, dan menyesuaikan data dengan kebutuhan yang diperlukan untuk informasi terkait dengan garis besar penelitian. Oleh karena itu, dilakukan penajaman data, klasifikasi data, pengarahannya data, pengolahan data yang tidak tepat, pengorganisasian data dan pengambilan kesimpulan dalam kegiatan perampingan data. Kegiatan reduksi data dilakukan melalui pemilihan data yang ketat, agregasi dan klasifikasi data menjadi pola yang lebih luas dan lebih mudah dipahami.

2) Penyajian data

Data dirangkai ke bentuk lain agar memudahkan dalam memahami pesan dan makna dari suatu penulisan. Tampilkan data dengan memasukkan jumlah matriks yang diperlukan. Data yang telah direduksi kemudian dimasukkan ke dalam matriks sesuai kategorinya.

3) Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Proses mencari pola dan keterkaitan antara satu data dengan satu data lainnya yang berkesesuaian untuk menarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan yang diambil harus dikerjakan dengan cermat dan teliti agar mendapatkan kesimpulan yang komprehensif dan tidak keluar dari alur pembahasan.