

**PARTAI KEBEBASAN DAN KEADILAN  
DALAM PEMILIHAN PRESIDEN MESIR TAHUN 2012  
(Studi Produk dan Marketing Politik Perspektif Siyasah Syar'iyah)**

**Denda Anggia**

*Anggota Persatuan Mahasiswa Hukum Indonesia (PERMAHI)*

*Email: anggiadenda@yahoo.com*

**Abstrak:** *Partai Kebebasan dan Keadilan (PKK) merupakan partai yang didirikan oleh Ikhwanul Muslimin pasca revolusi bergulir. Keikutsertaannya dalam pemilu telah menimbulkan stereotip di hati masyarakat bahwa partai tersebut merupakan langkah Ikhwanul Muslimin untuk mendirikan Negara Islam, bahkan hal itu juga dijadikan peluru serangan oleh lawan-lawan politiknya. Namun segala bentuk usaha Mursi untuk meyakinkan masyarakat bahwa partainya bukan partai Islamis telah berhasil membawanya memenangi pemilihan umum. Yang menjadi pertanyaannya adalah bagaimanakah produk politik PKK?, bagaimana usaha PKK untuk meyakinkan masyarakat supaya memilihnya? dan bagaimanakah siyasah syar'iyah memandang kedua hal tersebut? Adapun hasil temuan dari kajian ini menunjukkan bahwa, pertama PKK memiliki Produk politik yang dapat menarik perhatian masyarakat baik itu dari platform politiknya, past record serta personal characteristic yang memiliki unique selling proposition sehingga berbeda dari kandidat lainnya. Kedua, PKK berhasil memasarkan produk politiknya kepada masyarakat dengan cara memanfaatkan media massa secara massif serta menggerakkan kader-kader militannya untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat guna mempersentasikan produk politik tersebut. Ketiga setelah dilakukan penganalisisan dari aspek siyasah syar'iyah maka kedua hal tersebut tidaklah kontradiktif, karena pada dasarnya produk politik PKK serta strategi pemasaran produk politik tersebut tidak bertentangan dengan syara ataupun norma-norma agama.*

**Kata Kunci:** Partai Kebebasan dan Keadilan, Pemilihan Presiden, Mesir, *Siyasah Syar'iyah*

## **A. Pendahuluan**

Salah satu transformasi yang sangat penting dalam abad ke-20 adalah persaingan politik yang semakin tinggi di hampir semua negara. Hal ini juga disertai dengan semakin banyaknya negara yang mengadopsi

sistem demokrasi. Dalam era ini, bahkan negara-negara yang tadinya totaliterpun harus belajar menerapkan demokrasi yang sesungguhnya.<sup>1</sup>

Mesir merupakan salah satu diantaranya, era otoriter yang berpuluh-puluh tahun di Mesir harus tumbang karena keinginan rakyat untuk menerapkan demokrasi yang menekankan pada kebebasan untuk menyuarakan hak-hak politik masyarakat. Keinginan rakyat Mesir untuk menciptakan atmosfir demokrasi di negaranya bukanlah mimpi yang terjadi dalam waktu satu malam melainkan sudah berpuluh-puluh tahun lamanya, yang bermuara pada massa Husni Mubarak berkuasa. Revolusi pun bergulir pada tanggal 25 Januari 2011 dan kini Mesir sedang menikmati euforia sistem demokrasi di negaranya.

Samuel P. Huntington memberikan suatu tesis bahwa sebuah gerakan revolusi adalah perubahan cepat dalam nilai-nilai dan tingkah laku politik.<sup>2</sup> Hal tersebut cukup memberikan sebuah gambaran yang saat ini sedang terjadi di Mesir, pasca Mubarak lengser Mesir memulai era transformasi politik dari yang serba "kaku" akibat isme diktator yang mengekang segala bentuk kebebasan berubah menjadi era kebebasan modern yang didasari pada sistem demokrasi.

Penyelenggaraan pemilihan umum yang dilaksanakan pada tanggal 23 dan 24 Mei 2012 menjadi salah satu wujud terpenting dari adanya perubahan politik di negara seribu menara tersebut. Partisipasi masyarakat menunjukkan geliat untuk turut serta memberikan hak-hak suaranya, begitupun dengan para kandidat di dalam pemilu tersebut yang bersaing secara damai.

Mencermati pemilihan umum Mesir seolah arena pertarungan, yang oleh Ikhwanul Kiram Mashuri digambarkan sebagai pertandingan islamis versus *status quo*. Menurutnya, calon presiden yang berkompetisi merepresentasikan kelompok-kelompok politik yang terpolarisasi ke macam-macam ideologi dan aspirasi politik sejak kejatuhan rezim Mubarak.<sup>3</sup>

Lebih jauh ia menuturkan bahwa kelompok *status quo* alias rezim Mubarak di wakili oleh Amr Musa, Ahmed Shafiq, Husam Khoirullah, dan Abdullah al-Shal. Namun dari keempat nama yang berasal dari rezim Mubarak ini hanya dua calon yang menonjol, yaitu Amr Musa dan Shafiq.

---

<sup>1</sup> Firmanzah, *Mengelola Partai Politik*, edisi Ke-2 (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), hlm. 15. perubahan nilai dan mitos yang dominan di dalam masyarakat, terutama menyangkut lembaga politikm struktur social, kegiatan dan kebijaksanaan pemerintah, yang berlangsung dengan kekerasan, mendasar dan dalam waktu yang cepat. *Ibid*, hlm. 413.

<sup>3</sup> Ikhwanul Kiram Mashuri, *Islamis Versus Status Quo*, *Republika*, No. 157, Th. Ke-20, (Senin, 18 Juni 2012), hlm 10

Amr Musa pernah menjadi sekretaris jendral Liga Arab dan sebelumnya menteri luar negeri Mubarak selama 10 tahun. Adapun Shafiq merupakan perdana menteri terakhir Mubarak hingga ia digulingkan oleh aksi revolusi.

Sementara dari kubu Islamis oleh Muhammad Mursi, pimpinan Partai Kebebasan dan Keadilan yang didirikan oleh Ikhwanul Muslimin. Selain itu ada juga Abdul Mun'im Abul Futuh, mantan anggota Ikhwan dari jalur independen, Muhammad Salim al-Awwa, seorang pemikir Islam dan akademis, hamdin sabbahi, pendiri partai al-Karamah, dan Khalid Ali, seorang tokoh muda dan juga pegiat Hak Asasi.

Analisis dari Ikhwanul Karim tersebut tidak sepenuhnya benar, karena perlu diingat bahwa, para kompetitor di dalam Pemilu tersebut tidak semuanya memiliki hubungan baik itu dengan rezim maupun dengan ideologi Islamis, misalnya Hamdin Sabbahi yang merupakan tokoh penentang rezim bahkan idola kaum muda karena peran heroiknya selama revolusi berlangsung.

Pertarungan Islamis versus *status quo* lebih tepat ditujukan pada proses pemilihan putaran kedua pada tanggal 16 dan 17 Juni 2012 yang mempertemukan antara Mursi dari Partai Kebebasan dan Keadilan dengan Shafiq sebagai calon independen—yang sebenarnya merupakan representasi dari Partai Nasional Demokrat yang telah dibubarkan karena merupakan partai tunggangan Mubarak—setelah keduanya lolos dalam pemilu putaran pertama dengan jumlah suara 25,3 % untuk Mursi dan 24,9 % untuk Shafiq.

Pertarungan antara kedua kubu tersebut sebenarnya menimbulkan masalah baru bagi 'kalangan tengah' yang tidak berafiliasi pada keduanya sehingga menimbulkan kegalauan dalam memilih kandidat<sup>4</sup>, terlebih lagi bagi kalangan muda. Sebagaimana diketahui, kalangan muda Mesir modern lebih hidup kebarat-baratan yang memuja-muja hedonisme sehingga tidak akan merasa cocok jika menjatuhkan pilihannya kepada calon presiden dari kalangan islamis yang tentunya jauh berbeda dengan gaya hidup yang biasa dijalani, sementara untuk menjatuhkan pilihan kepada Shafiq merupakan suatu kemustahilan yang teramat sangat besar, shafiq merupakan kroni dari Mubarak yang telah di lengserkan secara

---

<sup>4</sup> Hasibullah Satrawi mengilustrasikan kegalauan tersebut dengan mengutip pendapat Adil Abdul Ghafar yang menyatakan bahwa "Memilih antara Ahmed Shafik dan Mohammed Mursi sama dengan memilih bunuh diri dengan membakar diri sendiri atau menyerahkan diri dimakan ikan hiu". Hasibullah Satrawi, *Pilpres "Bunuh Diri" Mesir*, <http://entertainment.kompas.com/read/2012/06/02/02045020/Pilpres.Bunuh.Diri.Mesir>. Akses tanggal 24 Januari 2013.

langsung oleh mereka, oleh sebab itulah kebanyakan dari mereka lebih memilih untuk golput.

Kalangan tengah tersebut menjadi fokus garapan bagi Mursi dan Shafiq untuk bisa mendapatkan suara mereka. Karenanya selama kampanye berlangsung kedua kandidat tersebut saling 'duel' dengan argumen-argumen yang terkadang bernada saling menyudutkan. Shafiq selama kampanye sering menyatakan bahwa Mursi merupakan kandidat Islamis yang akan menerapkan hukum Islam sehingga dengan memilihnya sama saja kembali ke massa keterbelakangan. Begitupun pihak Mursi yang menyatakan bahwa Shafiq merupakan representasi dari rezim lama sehingga tidak pantas untuk dipilih.

Dalam pertarungan yang sengit tersebut, Mursi sebagai calon dari kalangan Islamis mendapatkan tekanan dari pihak militer (SCAF) yang merasa khawatir jika Mursi terpilih. Salah satu bentuk kekhawatiran tersebut adalah ketika SCAF menerbitkan suatu peraturan yang mempersempit kekuasaan Presiden. Oleh sebab itulah, Mursi seolah mendapatkan serangan dari dua arah, yakni dari Shafiq sebagai kalangan sekuler dan dari pihak Militer.

Sebagaimana disinggung sebelumnya bahwa target utama pertarungan antara Mursi dan Shafiq adalah mendapatkan suara dari massa mengambang (*swing voter*). Jumlah dari massa mengambang ini tergolong signifikan, namun sebagaimana telah diikrarkan sebelumnya bahwa mereka lebih memilih golput. Ketika pemilu putaran kedua digelar masyarakat yang memberikan hak suara tidak sebanyak putaran pertama.

Terlepas dari itu semua, pemilu kedua di gelar dengan situasi yang damai, yang membawa Mursi sebagai pemenang yang berhak menduduki kursi kepresidenan setelah meraih suara sebanyak 52,74 %, sementara rival abadinya harus puas dengan perolehan suara 47, 26 %. Dari paparan ini muncul beberapa pokok kajian yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: (1) Bagaimanakah produk politik yang ditawarkan Partai Kebebasan dan Keadilan? (2) Bagaimanakah cara atau strategi Partai Kebebasan dan Keadilan untuk memasarkan produk politik tersebut? Dan (3) Bagaimanakah *siyasah syar'iyah* memandang ke dua hal di atas ?

## **B. Islam dan Strategi Marketing Politik**

### **1. Konsep dan Tujuan Politik dalam Islam**

Islam merupakan sebuah sistem yang komperhensif dan tandas, yang mengakar pada pondasi yang bijak dan handal. Aspek-aspeknya penting dan luas sampai ke bagian-bagian yang terkecil dan rumit. Semuanya menghubungkan pondasi yang logis. Dipilih dari seluruh tata

nilai kehidupan yang memiliki nilai positif, dan mutiarnya di ambil dari dasar-dasar yang utama.<sup>5</sup>

Al-Quran dan Hadits merupakan pondasi utama yang memberikan acuan mengenai tata nilai dalam kehidupan, tidak hanya dalam hal ibadah (*hablu minallah*), seperti sahalat, puasa zakat dan lain sebagainya tetapi juga menyangkut kehidupan sosial kemasyarakatan (*habluminannas*) seperti ekonomi, kebudayaan bahkan politik.

Dalam konteks politik Islam, Al-Maududi menjelaskan bahwa akidah merupakan ruh sistem politik Islam yang telah ditegakan oleh para Rasul As., aspek- aspek yang lain berkisar di sekelilingnya. Akidah inilah yang menjadi landasan pijakan dan paradigma (*tasrif*) teori politik Islam.<sup>6</sup>

Al-Maududi juga menegaskan bahwa keimanan terhadap Keesaan dan Kekuasaan Allah adalah pijakan utama dari filsafat politik Islam, hal itu dikarenakan prinsip dasar Islam adalah bahwa makhluk manusia, baik secara individual maupun kelompok, harus menyerahkan semua hak atas kekuasaan, legislasi serta penguasaan atas sesamanya hanya kepada Allah.<sup>7</sup>

Pandangan Al-Maududi tersebut menyiratkan bahwa politik dalam perspektif Islam di bangun dari dua pokok utama yakni Ketauhidan dan Keimanan. Ketauhidan dalam arti bahwa politik harus menjadi jalan untuk Mengesakan Allah tanpa menyekutukan-Nya dengan yang lainya sehingga dari hal tersebut akan muncul keimanan sebagai bentuk kepercayaan terhadap kedaulatan Allah. Oleh sebab itulah segala bentuk kebijakan di dalam politik, baik itu masalah kepemimpinan, penerapan sistem demokrasi dan lain sebagainya harus di landasi pada Keesaan terhadap Allah SWT.

Di dalam terminologi islam, politik di kenal dengan istilah *siyasah* yang berasal dari bahasa Arab *sasa-yasusu-siyasatan*. Menurut Abdul Wahab Khalaf, kata *siyasah* berarti mengatur. Kata *sasa* sama dengan *to govern, to lead*. *Siyasah* sama juga dengan *policy*. Secara terminologi dalam lisanul Arab, istilah *siyasah* berarti mengatur atau memimpin sesuatu dengan cara yang membawa kemashlahatan. Sedangkan dalam al-Munjid disebutkan *siyasah* adalah membuat kemashlahatan manusia dengan membimbing mereka ke jalan yang menyelamatkan.<sup>8</sup>

Hal itu juga senada dengan apa yang di konsepsikan oleh para

---

<sup>5</sup> Abul 'Ala Al-Maududi, *Politik Alternatif*, cet. Ke-3, alih bahasa Moh. Nurhakim, (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), hlm. 10

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm. 35

<sup>7</sup> Abu A'la Al-Maududi, *Sistem Politik Islam*, cet. Ke-4, (Bandung: Mizan, 1995), hlm. 157

<sup>8</sup> Khoirul Anam, *Fikih Siyasah*, (Yogyakarta: Ide Pustaka, 2009), hlm. 1

pemikir Yunani klasik seperti Plato dan Aristoteles di mana politik bertujuan sebagai *en dam onia* atau *the good life*.<sup>9</sup> Lebih jauh Plato dan Aristoteles juga menganggap *politics* sebagai usaha untuk mencapai masyarakat politik (*polity*) yang terbaik. Di dalam *polity* semacam itu manusia akan hidup bahagia karena memiliki peluang untuk mengembangkan bakat, bergaul dengan rasa kemasyarakatan yang akrab, dan hidup dalam suasana moralitas yang tinggi.<sup>10</sup>

Usaha untuk mencapai kemashlahatan tersebut, Islam mempunyai beberapa prinsip di dalam sistem perpolitikannya, diantaranya *pertama*, prinsip musyawarah yang mencakup pemilihan kepala negara, pembentukan konstitusi bahkan hingga penyelesaian persoalan-persoalan yang dihadapi bangsa. *Kedua*, Prinsip keadilan yang menyangkut masalah kehidupan sosial kemasyarakatan, baik itu dalam hal ekonomi, keluarga, pelaksanaan putusan di pengadilan dan lain sebagainya. Dalam hal ini politik mengambil peran sebagai "penguasa" untuk menjauhkan dari hal-hal yang bersifat merugikan masyarakat (Dalim). *Ketiga* kebebasan, prinsip ini menyangkut berbagai aktifitas manusia untuk menentukan sesuatu, baik itu dalam bentuk perbuatan maupun pola pikir tertentu, namun hal itu semua hanya pada tata nilai kebajikan saja, lebih dari itu Islam mempunyai batasan-batasannya. *Keempat* Prinsip persamaan, prinsip persamaan ini menyangkut pada hak-hak dan kewajiban masyarakat yang memiliki kesamaan di hadapan undang-undang, artinya setiap hak dan kewajiban yang dipikulkan kepada masyarakat tidak pandang bulu, mereka berhak mendapatkan apa yang diinginkannya serta memberikan "beban tanggungan" tanpa memilah dan memilih karena semuanya sama dihadapan hukum. Prinsip *kelima* adalah hak rakyat untuk menghisab kepada pihak pemerintah atau pemimpin, prinsip ini dalam arti luas berarti rakyat memiliki kuasa untuk mengawasi serta mengkritisi pemerintah dikala terjadi kesalahan, selain itu rakyat juga berhak untuk menuntut segala sesuatu yang telah diberikan oleh pemerintah.

Adapun yang menjadi tujuan utama dari politik Islam itu sendiri diantaranya adalah:

- a. Memelihara keimanan.
- b. Memutuskan perkara pengadilan di masyarakat.
- c. Menjaga wilayah dan perbatasan dari serangan musuh.
- d. Melaksanakan hukuman-hukuman yang sesuai dengan Syara' supaya hak-hak manusia dapat terlindungi.

---

<sup>9</sup> Miriam Budiarjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik* (Jakarta: Gramedia, 2009), hlm. 13

<sup>10</sup> *Ibid.*, hlm. 14

<sup>11</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, hlm. 284.

- e. Melaksanakan jihad bagi musuh-musuh yang akan menyerang wilayah.
- f. Mengendalikan urusan zakat, pajak dan sedekah sebagaimana yang ditetapkan oleh syara'.
- g. Mengatur anggaran perbelanjaan negara supaya sesuai porsi agar tidak berlebih-lebihan.
- h. Mengangkat para pemimpin, menteri serta pejabat-pejabat negara sesuai dengan yang ditetapkan oleh syara' serta konsensus ulama-ulama salaf.
- i. Melakukan pengawalan dan pengawasan bagi sistem pemerintahan.

## **2. Kampanye dan Marketing Politik**

### **a. Definisi dan Tujuan Kampanye**

Kotler dan Roberto, sebagaimana di kutip oleh Hafied Changara, mendefinisikan kampanye sebagai upaya yang dikelola oleh satu kelompok (agen perubahan) yang ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu.<sup>26</sup>

Kampanye juga dapat diartikan sebagai kontrol sosial dalam rangka mengarahkan psikologi dan perilaku pemilih untuk menyesuaikan dan pada saatnya menuruti apa yang diprogramkan oleh partai politik.<sup>11</sup>

Dari definisi tersebut kampanye merupakan hubungan dua arah antara partai politik (kandidat pemilu) dengan pemilih. Kandidat berperan sebagai penyampai pesan yang merupakan manifestasi dari kepentingan-kepentingan politik, sementara pemilih merupakan objek dari pesan tersebut yang akan menentukan pilihannya.

Oleh sebab itulah kampanye identik dengan strategi untuk meraih hati rakyat, maka tidak heran jika di dalam pelaksanaannya mengandung muatan-muatan yang berbau intimidasi atau provokasi, apakah itu untuk menyudutkan lawan atau untuk mempromosikan pribadi.

Di sisi lain, kampanye seharusnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, kampanye tidak boleh hanya menguntungkan bagi partai, karena bagaimanapun kemashlahatan harus dijadikan tujuan utama dari adanya kampanye tersebut. Dalam hal ini, kampanye di fahami sebagai sarana pemberdayaan masyarakat melalui mekanisme yang mendidik dan membangun dalam konteks rekayasa dan penguatan partisipasi publik atas di namika politik serta tanggung jawab politik oleh masyarakat.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Joko Susilo dalam M. Khoirul Anwar (ed.), *Prilaku Partai Politik*, (Malang: UMM Press, 2006), hlm. 40

<sup>12</sup> *Ibid.*

*US forest service* menguatkan pandangan tersebut yang menyatakan bahwa di dalam kampanye terdapat paradigme triple E, yakni bahwa kampanye merupakan kegiatan partai politik yang mengandung tiga unsur utama, yaitu: *education, engineering, dan enforcement*.<sup>29</sup>

Jadi kampanye tidak hanya didefinisikan sebagai teknik untuk mencari dukungan dari masyarakat guna meraih kursi kepemimpinan yang diperebutkan oleh para elit politik yang bersaing di dalam pemilu, melainkan juga harus dijadikan sarana atau media untuk memberikan pendidikan politik bagi masyarakat supaya dapat lebih berpartisipasi dalam setiap kegiatan perpolitikan.

### **b. Definisi Strategi Marketing Politik**

Dalam kehidupan sehari-hari, secara sadar atau tidak, setiap orang biasanya bertindak dan mengambil keputusan atas suatu pola berfikir strategis. Keseluruhan rencana tentang tindakan-tindakan dan keputusan-keputusannya itu dapat bersifat intuitif ataupun dengan jalan merencanakannya, tetapi yang pasti adalah orang tersebut percaya bahwa dengan pertimbangan-pertimbangan tersebut akan berhasil di capai suatu tujuan tertentu.

Di dalam berkampanye strategi sangat dibutuhkan sekali, karena kampanye pada dasarnya adalah kegiatan yang penuh intrik untuk dapat keluar menjadi seorang pemenang di dalam kontestasi pemilihan umum. Marketing politik merupakan pola strategi di dalam kampanye tersebut, tujuan utamanya adalah untuk memasarkan produk politik dari kandidat kepada pemilih supaya dapat memahami dan menerima makna (*meaning*) dari produk politik tersebut. Sebelum masuk ke pembahasan mengenai marketing politik, ada baiknya terlebih dahulu dijelaskan mengenai apa itu strategi.

Secara terminologi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*," yang artinya tentara dan kata "*ageing*" yang berarti pemimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*the art of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.<sup>13</sup>

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan istilah yang selalu diidentikan dengan perang, yakni berfikir bagaimana caranya untuk meraih kemenangan di dalam pertempuran. Dari sudut pandang yang lain Marthin— Anderson sebagaimana dikutip Hafid

---

<sup>13</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*, hlm. 237.

Cangara berpendapat bahwa strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.<sup>14</sup>

Berbeda dengan Daoed Joesoef yang mendefinisikan bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan-keputusan kondisional yang menetapkan tindakan-tindakan yang harus dijalankan guna menghadapi setiap keadaan yang mungkin terjadi. Jadi menurutnya, merumuskan suatu strategi berarti memperhitungkan semua situasi yang mungkin dihadapi dan sejak sekarang menetapkan tindakan yang akan dipilih kelak guna menangani setiap kemungkinan tersebut.<sup>15</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan *out put* dari sekian rencana yang dibentuk di dalam pikiran dengan melibatkan unsur-unsur intelegensi— sebagai *input*—guna menentukan suatu tindakan tertentu yang ingin di capai di masa yang akan datang dengan harapan menghasilkan keuntungan dari hal tersebut.

Setelah mengetahui apa itu strategi maka untuk masuk ke pembahasan pokok disini akan dijelaskan mengenai marketing politik (pemasaran politik). Menurut Bruce I. Newman dan Richard M. Preloff yang dikutip oleh Prisgunanto dan juga Cangara mengatakan bahwa pemasaran politik adalah aplikasi prinsip-prinsip pemasaran dalam kampanye politik yang beraneka ragam individu, organisasi, prosedur-prosedur, dan melibatkan analisis, pengembangan, eksekusi, dan strategi manajemen kampanye oleh kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi, kelompok-kelompok tertentu yang bisa digunakan untuk mengarahkan opini publik terhadap ideologi mereka.<sup>16</sup>

Pemasaran politik juga dimaksudkan sebagai penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai dan program yang dilakukan oleh aktor-aktor politik (komunikator) melalui saluran-saluran komunikasi tertentu yang ditujukan kepada segmen (sasaran) tertentu dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap dan perilaku para calon pemilih sesuai dengan keinginan pemberi informasi.<sup>17</sup>

Artinya, marketing politik merupakan pola komunikasi kepada masyarakat untuk mentransfer makna yang berkaitan erat dengan kandidat kepada pemilih dengan tujuan membentuk persepsi pemilih supaya dapat menjatuhkan pilihannya kepada kandidat yang bersangkutan.

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Daoed Joesoef, Geostrategi Indonesia, *Kompas*, No. 154, Th. Ke-48 (Senin 3 Desember 2012), hlm. 6

<sup>16</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*, hlm. 224

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 225

Hal itu senada dengan pendapat Adman Nursal yang menegaskan bahwa *Political Marketing* pada dasarnya adalah serangkaian aktivitas terencana, strategis tapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih. Tujuannya membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku pemilih. Perilaku pemilih yang diharapkan adalah ekspresi pendukung dengan berbagai dimensinya, khususnya menjatuhkan pilihan pada partai atau kandidat tertentu.<sup>18</sup>

Terkait hal itu semua, strategi marketing politik sangat dibutuhkan sekali di dalam pemilihan umum, Firmanzah juga berpendapat bahwa marketing politik memiliki urgensi tersendiri yakni *pertama*, marketing politik memperluas keterlibatan semua pihak, mulai dari institusi politik hingga masyarakat dan swasta. Keterlibatan ini terjadi seiring dengan semakin meluasnya keterlibatan setiap kelompok masyarakat dalam aktivitas politik. *Kedua* marketing politik mengintensifkan frekuensi dan kualitas maupun hubungan antara institusi politik dengan masyarakat. Melalui marketing politik, para kontestan dapat meningkatkan kualitas produk politik yang akan mereka tawarkan. Kehadiran marketing politik meningkatkan intensitas dan kualitas persaingan yang membuat masing-masing kontestan saling berlomba-lomba untuk mencoba memenuhi kebutuhan masyarakat. *Ketiga*, marketing politik merupakan media distribusi dan edukasi politik. Marketing politik membantu pendistribusian informasi sampai ke pelosok-pelosok daerah dan sekaligus juga membantu masyarakat dalam memahami apa itu politik. *Keempat*, marketing politik membuka area politik yang selama ini 'tertutup' dan 'tabu' secara politik menjadi bisa didistribusikan dan dikritisi. Marketing politik memungkinkan adanya keterbukaan dan pemberitaan intensif dan ekstensif dari semua aktifitas politik, baik yang sudah, sedang maupun yang akan dilakukan para kontestan. *Kelima*, marketing politik memudahkan proses kontrol sosial masyarakat terhadap institusi politik. Masyarakat secara luas dapat mengevaluasi dan menilai kelayakan masing-masing kandidat.<sup>19</sup>

Jadi marketing politik memberikan keuntungan kepada kandidat dan masyarakat, karena dengan marketing politik kontestan dapat mendistribusikan produk politiknya dengan baik ke masyarakat, sedangkan masyarakat mendapat keuntungan berupa kemudahan untuk memahami kandidat yang akan mereka pilih selain itu masyarakat juga

---

<sup>18</sup>Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 23.

<sup>19</sup> Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan Dan Marketing Politik*, hlm. 579

akan mendapatkan pendidikan politik dari proses marketing politik tersebut.

### c. *Political Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Produk Politik

Pada dasarnya *political marketing* adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu didalam pikiran para pemilih. Serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih kontestan tertentu. Makna politis inilah yang menjadi *output* penting *political marketing* yang menentukan, pihak mana yang akan dicoblos para pemilih.<sup>20</sup>

Marketing politik sebagai suatu strategi didalam kampanye ibarat sebuah perusahaan yang memasarkan produknya kepada konsumen supaya tertarik, maka dipelukan teknik-teknik atau pendekatan-pendekatan yang persuasif supaya pemilih dapat menerima produk politik yang ditawarkan. Mengenai hal itu, Adman Nursal mengembangkan suatu pola pendekatan yang bertujuan untuk menarik hati masyarakat supaya dapat mengetahui dan memahami makna-makna politik yang dipasarkan oleh kandidat sehingga menjatuhkan pilihannya.

Adapun yang menjadi pendekatan tersebut Adman Nursal memberikan penjelasan sebagai berikut<sup>21</sup>:

#### a. *Pull Marketing*

Pendekatan *Pull Marketing* terdiri dari dua cara penggunaan media, yaitu dengan membayar dan tanpa membayar. Pendekatan ini sangat menentukan pembentukan citra sebuah kontestan. Karena meliputi berbagai aspek yang rumit, maka faktor koordinasi sangat penting agar pendekatan ini berguna.

***Free Media.*** Produk politik melalui media tanpa pembayaran berkaitan dengan kebutuhan media massa dengna berita. Keuntungan utama penyampaian produk politik melalui pemberitaan ini adalah tingginya kredibilitas informasi. Kampanye yang akan disajikan supaya dapat diliput oleh media massa terdiri dari beberapa segi, *pertama*, berkaitan dengan masalah kualitas hidup yang meliputi aspek seperti ekonomi, hukum, sosial-budaya, hak asasi manusia, keamanan dan pendidikan. *Kedua*, berkaitan dengan daya sentuh topik tersebut terhadap emosi dan minat manusia pada hal-hal baru yang meliputi *human interest* (sentuhan perasaan), drama dan *oddity* (kebaruan, keanehan, atau keunikan). *Ketiga*, berkaitan dengan daya stimulasi peristiwa atau masalah

---

<sup>20</sup> Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, hlm. 295

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 242-263

terhadap panca indra manusia yang meliputi penglihatan, pendengaran, penciuman, peradaban dan perasaan.

***Paid Media.*** Dalam hal ini yang lazim digunakan untuk memasang iklan adalah televisi, radio, media cetak, website, dan media luar ruang. Iklan politik khususnya iklan audiovisual, memainkan peranan strategis dalam *political marketing* Riset Falkowski & Cwalian dan Kaid menunjukkan, Iklan politik berguna untuk beberapa hal berikut:

- Membentuk citra kontestan dan sikap emosional terhadap kandidat.
- Membantu para pemilih untuk terlepas dari ketidak pastian pilihan karena mempunyai kecenderungan untuk memilih kontestan tertentu.
- Alat untuk melakukan rekonfigurasi citra kontestan.
- Mengarahkan minat untuk memilih kontestan tertentu.
- Mempengaruhi opini publik tentang isu-isu nasional.
- Memberi pengaruh terhadap evaluasi dan interpretasi para pemilih terhadap kandidat dan even-even politik.

#### **b. *Push Marketing***

Pendekatan *Push Marketing* pada dasarnya merupakan usaha supaya produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara yang lebih *customized* (Personal). Sea dan Barton menyebutkan kontak langsung dan *customized* mempunyai beberapa pilihan:

1. Mengarahkan para pemilih menuju suatu tingkat kognitif yang berbeda dibandingkan dengan bentuk kampanye lainnya. Politisi yang berbicara langsung akan memberikan efek yang berbeda dibandingkan melalui iklan.
2. Kontak langsung memungkinkan pembicaraan dua arah, melakukan persuasi dengan pendekatan verbal dan nonverbal seperti tampilan, ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan isyarat-isyarat fisik lainnya.
3. Menghumaniskan kandidat.
4. Meningkatkan antusiasme massa dan menarik perhatian media massa.

#### **c. *Pass Marketing***

*Pass Marketing* merupakan strategi penjangkaran massa dengan cara melibatkan pihak-pihak tertentu, baik perorangan maupun kelompok, yang berpengaruh besar terhadap pemilih (*influencer*). *Influencer* tersebut di dasarkan pada aktifitas yang mereka lakukan. Pertama, *influencer* aktif, yaitu perorangan atau kelompok yang melakukan kegiatan secara aktif untuk mempengaruhi para pemilih. Kedua, *influencer* pasif, yaitu individu atau kelompok yang tidak mempengaruhi para pemilih secara aktif tetapi menjadi rujukan para pemilih. Mereka inilah para selebriti, tokoh-tokoh,

organisasi sosial, organisasi massa, yang menjadi rujukan atau panutan masyarakat.

### C. Marketing Politik Perspektif *Siyasah Syar'iyah*

Sebagaimana telah disinggung pada pembahasan sebelumnya bahwa politik di dalam islam dikenal dengan istilah *siyasah*. Pada perkembangannya *siyasah* tersebut juga disebut sebagai *siyasah syar'iyah* dimana Abdul Wahab Khalaf menegaskan bahwa, "Ilmu *siyasah syar'iyah* (ilmu fikih siyasah) adalah ilmu yang membahas tentang tata cara pengaturan masalah ketatanegaraan islam semisal (bagaimana mengadakan) perundang-undangan dan berbagai peraturan (lainnya) yaitu sesuai dengan prinsip-prinsip islam, kendatipun mengenai penataan semua persoalan itu tidak ada dalil khusus yang mengaturnya."<sup>22</sup>

Sehingga dapat diringkas bahwa *siyasah syar'iyah* yaitu siyasah yang dalam proses penyusunannya memperlihatkan norma dan etika agama.<sup>23</sup> Hal tersebut juga ditegaskan oleh Ahmad Fathi Bahansi yang mendefinisikan *siyasah syar'iyah* sebagai "pengaturan kemashlahatan manusia berdasarkan syara"<sup>24</sup>

Dasar pokok *siyasah syar'iyah* adalah wahyu atau agama. Nilai dan norma transendental merupakan dasar bagi pembentukan peraturan yang di buat oleh institusi-institusi kenegaraan yang berwenang. Syari'at adalah sumber pokok bagi kebijakan pemerintah dalam mengatur berbagai macam urusan umum dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. sumber lainnya ialah manusia sendiri dan lingkungannya.<sup>25</sup>

Untuk itulah dalam proses marketing politik yang notabenen merupakan salah satu bentuk *siyasah* dalam arti luas harus juga memperhatikan setiap norma atau etika agama dalam pelaksanaannya.

Dalam pembahasan ini penulis akan mengurai secara sederhana proses marketing politik yang didasari pada ketentuan syara sebagai manifestasi *siyasah syar'iyah* dalam konteks marketing politik, yakni diantaranya:

#### a. Ikhlas

Tujuan dari marketing politik pada hakikatnya adalah memahami masyarakat terhadap segala produk politik yang di tawarkan. Hal tersebut dapat menjadi ladang pahala apabila ditujukan untuk kepentingan masyarakat terlebih jika dikerjakan dengan niat keikhlasan, sebaliknya jika

<sup>22</sup> Mujar Ibnu Syarif dan Khamami Zada, *Fiqh Siyasah; Doktrin dan Pemikiran Politik Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 10.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 11

<sup>24</sup> H.A. Djajuli, *Fiqh Siyasah.*, hlm. 1.

<sup>25</sup> Mujar Ibnu Syarif dan Khamami Zada, *Fiqh Siyasah; Doktrin dan Pemikiran Politik Islam*, hlm. 11-12.

dilakukan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadi serta dilaksanakan dengan niatan kesombongan supaya mendapatkan pujian maka akan menjadi perbuatan yang tercela. Oleh sebab itulah keikhlasan diri harus dijadikan sebagai langkah awal untuk melakukan segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan marketing politik, supaya dampak dari kegiatan tersebut tidak hanya bernilai di dunia saja tetapi juga memiliki nilai untuk kehidupan di akhirat kelak.

#### **b. Al-ukhuwwah al-islamiyyah**

Marketing politik pada dasarnya merupakan jembatan antara kandidat dengan massa pemilih, marketing politik merupakan sarana untuk mengeratkan hubungan antara masyarakat dengan kandidat hal itu dikarenakan dengan adanya marketing politik maka masyarakat akan mengetahui lebih dalam mengenai profil kandidat itu sendiri.

Untuk itulah marketing politik harus berpegang teguh pada prinsip *Al-ukhuwwah al-islamiyyah* serta *al-ukhuwwah al-insaniyyah*, sebagai modal untuk saling mengenal satu sama lainnya supaya keberagaman berbuah menjadi kesepahaman yang nantinya akan menimbulkan perdamaian.

#### **c. Adil**

Adil berasal dari kata '*adl*' yang berarti "kesamarataan"(equity) dan "Keadilan"<sup>26</sup>, kata '*adl*' digunakan sebagai petunjuk bagi orang-orang yang beriman untuk memiliki sifat moral yang didasarkan pada keadilan. Keadilan di sini berlaku untuk semua yang Tuhan telah turunkan<sup>27</sup> baik dalam perkataan<sup>28</sup>, perbuatan<sup>29</sup>, menghentikan perselisihan<sup>30</sup>, memutuskan perkara<sup>31</sup>, bahkan terhadap musuh sekalipun Tuhan memerintahkan untuk berlaku adil<sup>32</sup>.

Berlaku adil merupakan fondasi dalam berbagai sistem kehidupan, Allah mengutus para Nabi-Nya adalah untuk menegakan keadilan di muka bumi tanpa adanya keadilan maka semua sistem kehidupan akan hancur.

Menegakan keadilan berarti menyampaikan kebenaran yang paling mendekati dan memberikan segala hak kepada miliknya masing-masing menurut kadar haknya.<sup>33</sup>

---

<sup>26</sup> Qamaruddin Khan, *Tentang Teori Politik Islam*, alih bahasa Taufik Adnan Amal, (Bandung: Pustaka, 1987), hlm. 41

<sup>27</sup> Asy-Syu'ara' (26): 45

<sup>28</sup> Al-An'am (6): 152

<sup>29</sup> An-Naml (16): 90

<sup>30</sup> Al-Hujurat (49): 9-10

<sup>31</sup> An-Nisa' (4): 58

<sup>32</sup> Al-Ma'idah (5): 8

<sup>33</sup> TM Hasbi Ash Shiddieqy, *Al-Islam*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1998), hlm.

Oleh sebab itulah, di dalam marketing politik sifat adil harus dijadikan landasan utama, segala kebijakan atau produk politik dari seorang kandidat harus disampaikan kepada masyarakat dengan seadil-adilnya, tanpa ada kebohongan atau paksaan supaya hal itu tidak menzolimi masyarakat yang menjadi objek marketing politik itu sendiri.

#### **d. *Tawaddu'***

Setiap proses marketing politik yang dilakukan hendaklah dengan perbuatan atau sifat yang rendah diri, tanpa ada unsur kesombongan apalagi jika menganggap diri yang paling benar, atau bahkan paling bertakwa<sup>34</sup> dibandingkan dengan kandidat lainnya. Sifat sombong seperti itu sangat dibenci sekali oleh Allah Swt, baik itu sombong di dalam segala perkataanya maupun di dalam perbuatannya.<sup>35</sup>

#### **e. Tidak Melakukan Kecurangan**

Marketing politik merupakan suatu strategi di dalam arena pertandingan pemilu untuk mendapatkan hati rakyat supaya memberikan suaranya. Oleh sebab itulah, biasanya berbagai cara dilakukan, termasuk melakukan kecurangan baik itu kecurangan berupa manipulasi data atau bahkan kecurangan untuk menghancurkan kandidat lain yang menjadi lawan politiknya.

Salah satu bentuk kecurangan yang biasanya digunakan di dalam marketing politik adalah dengan melakukan *money politik* atau di sebut juga *rizymah*. *Rizymah* atau suap hukumnya adalah haram, bahkan Rasul sendiri melaknat perbuatan tersebut.

Seseorang yang melakukan kecurangan tidak akan mendapatkan keuntungan, yang ada malah akan mendatangkan kehancuran baik itu kehancuran bagi internal kandidat atau kehancuran bagi masyarakat. Oleh sebab itulah didalam marketing politik kecurangan harus di hindari sebisa mungkin dengan cara menjunjung tinggi rasa sportifitas dan kejujuran di dalam berbagai hal, supaya kegiatan marketing politik tersebut akan mendapatkan berkah bagi semua pihak baik itu kandidat maupun masyarakat.

#### **f. Menjunjung Tinggi Kejujuran (*U iddl' q*)**

Didalam marketing politik hal yang paling diutamakan adalah bagaimana caranya program-program kerja partai atau *platform* partai dapat terkomunikasikan dengan baik kepada masyarakat. Dalam hal ini,

---

<sup>34</sup> An-Najm (53): 32

<sup>35</sup> Al-Naml (16) : 23

kejujuran harus dijadikan landasan di dalam komunikasi tersebut. Apa yang sesungguhnya menjadi program kerja partai harus dikomunikasikan sesuai dengan kenyataan, tanpa dibuat-buat atau ditambah-tambah. Supaya masyarakat tidak hanya tahu atau mengerti tapi masyarakat dapat merasakannya ketika kandidat yang dipilihnya menjadi.

### **g. Tidak Menjelek-jelekan Kandidat Lain (*Gibah*)**

Gibah ialah menceritakan keadaan seorang muslim kepada muslim lainnya padahal cerita tersebut tidak pantas untuk disampaikan, dalam konteks marketing politik ghibah berarti menyampaikan informasi mengenai kandidat lain dengan tujuan menjelek-jelekannya di hadapan masyarakat sehingga masyarakat terpengaruhi untuk tidak memilih kandidat yang dijelek-jelekan tersebut, padahal belum tentu apa yang ditudingkan itu benar. Oleh sebab itulah, didalam aktifitas marketing politik perbuatan gibah harus dihindari, apapun alasannya.

### **h. Sebagai bentuk Ta'awun**

Prinsip *ta'awun* di sini adalah prinsip untuk bekerja sama dalam hal kebaikan di mana dalam konteks marketing politik *Ta'awun* diartikan sebagai koalisi untuk memenangkan suatu pemilihan umum. Biasanya koalisi politik sering diartikan sebagai hal yang bersifat negatif, intrik politik atau manipulasi politik untuk kepentingan pribadi atau kelompok sering menjadi hal yang dominan dalam koalisi tersebut. Namun dalam Islam yang di maksud dengan koalisi di sini harus di dasarkan pada kepentingan umum bahkan Kuntowijoyo mengatakan bahwa ada dua kepentingan yang diharuskan untuk bekerja sama, yaitu kepentingan manusia dan "kepentingan" Tuhan.<sup>36</sup>

Untuk itulah konsep Ta'awun di dalam marketing politik sebagai bentuk mewujudkan kepentingan manusia yang tidak bertentangan dengan syara serta melaksanakan ibadah sebagai bentuk memenuhi "kepentingan" Tuhan.

### **i. Maslahat**

Terakhir sebagai prinsip utama dari marketing politik adalah kemashlahatan, prinsip ini juga mencakup prinsip-prinsip yang telah disebutkan diatas, hal itu dikarenakan kemashlahatan tidak hanya dijadikan sebagai prinsip dasar didalam segala bentuk kegiatan marketing politik melainkan juga dijadikan tujuan utama marketing politik itu sendiri.

---

<sup>36</sup> Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*, cet ke-2, (Bandung: Mizan, 1997), hlm. 98

Kata Mashlahah sama akarnya dengan kata *U alih* yang berarti "baik" menurut agama. Dalam al-Qur'an banyak di jumpai kata *U alih* dan kata jadinya. *U alih* atau saleh dapat berarti kebaikan pada umumnya, menguntungkan.<sup>37</sup> Oleh sebab itulah, kebijakan-kebijakan didalam marketing politik harus dijadikan jembatan untuk mewujudkan suatu kebaikan atau keuntungan bagi masyarakat.

Kebijakan yang maslahat dan manfaat bagi rakyat maka itulah yang harus direncanakan, dilaksanakan, diorganisasikan, dan dinilai/dievaluasi kemajuannya. Sebaliknya, kebijakan yang mendatangkan mafsadah dan memudaratkan rakyat, itulah yang harus disingkirkan dan dijauhi.<sup>38</sup>

## **D. Strategi Marketing Politik Partai Kebebasan dan Keadilan dalam Pemilihan Presiden Mesir Tahun 2012**

### **1. Profil Partai Kebebasan dan Keadilan.**

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir, yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka.<sup>39</sup>

Dalam sistem negara yang menganut demokrasi keberadaan suatu partai sangatlah penting, secara umum fungsi dari partai politik dapat dikatakan sebagai representasi (perwakilan), konversi dan agregasi; integrasi (partisipasi, sosialisasi, mobilisasi); persuasi, represi, rekrutmen (pengangkatan tenaga-tenaga bam), dan pemilihan pemimpin, pertimbangan-pertimbangan dan perumusan kebijaksanaan, serta kontrol terhadap pemerintah.<sup>40</sup>

Dalam negara yang baru terlepas dari pemimpin yang otoriter maka keberadaan suatu partai merupakan langkah awal dari berkembangnya suatu sistem politik di negara tersebut, hal itu dikarenakan dengan adanya suatu partai maka partisipasi masyarakat untuk berpolitik akan semakin baik.

Ada logika menarik dari Myron Weiner dan Joseph La Palombara mengenai pengaruh partai bagi perkembangan sistem politik pada suatu

---

<sup>37</sup> Ibid., hlm. 100

<sup>38</sup> A. Djajuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, cet. Ke-3 (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm

<sup>39</sup> Mirriam Budiarjo (ed.), *Partisipasi Dan Partai Politik; Sebuah Bunga Rampai*, edisi ke-3 (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998), hlm. 16

<sup>40</sup> Maurice Duverger, *Asal Mula Partai Politik*, dalam Hchlasul Amal (ed.), *Teori-teori Mutakhir Partai Politik*, cet. Ke-2, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1996), hlm. 26

negara yang baru terlepas dari rezim yang otoriter dengan *statement* sebagai berikut:

"Orang-orang yang tidak diberi kesempatan berpartisipasi selama zaman sebelum partai, sekarang boleh mencoba memasuki arena politik kepartaian. Jika, harapan itu merupakan hal khas pemerintahan partai yang pertama terbentuk sesudah suatu massa kekerasan, masa penindasan oleh pemerintah dan masa permusuhan yang terpendam, maka tidak mustahil tuntutan- tuntutan rakyat untuk berpartisipasi akan bertambah bukannya berkurang"<sup>41</sup>

Pendapat diatas menegaskan bahwa keberadaan suatu partai merupakan stimulus utama bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam politik terlebih lagi bagi negara yang baru terlepas dari pemimpin yang tiran, Mesir merupakan salah satu contohnya.

Setelah runtuhnya rezim otoriter Mubarak yang berkuasa lebih dari tiga puluh tahun, partisipasi masyarakat Mesir dalam berpolitik menunjukkan hal yang sangat baik, meskipun sebenarnya keran kebebasan untuk berpolitik sudah di buka bebas pada massanya namun hal itu masih di batasi, dalam pembentukan partaipun Mubarak melarang partai yang berideologi Islam namun meskipun begitu Mubarak tidak melarang calon pemimpin yang independen untuk mengikuti pemilu.

Kini setelah revolusi bergulir partisipasi masyarakat untuk berpolitik diberikan kebebasan sebeb-bebasnya sesuai dengan asas negara yang menganut prinsip demokrasi. Momentum tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh Ikhwanul Muslimin untuk ikut terlibat aktif dalam politik dengan mendirikan sebuah partai.

Ikhwanul Muslimin membentuk partai dengan nama *Hizbul Hurriyah Wal 'Adalah* (Partai Kebebasan dan Keadilan) yang dideklarasikan pada hari jumat dan sabtu, 26-27 Jumadil Ula 1432 H / 29-30 April 2011 M, untuk kepengurusan partai tersebut Ikhwanul Muslimin mempercayakanya kepada Dr. Muhammad Mursi sebagai Presiden Partai, Dr. Ishan Uryan sebagai Wakil Presiden Partai dan Dr. Muhammad Sa'ad Al Kattatini<sup>42</sup> sebagai Sekretaris Jenderal (Sekjen) partai.<sup>43</sup>

Diantara para pendiri tercatat 978 perempuan dan 93 penganut Koptik. Dr. Rafiq Habib, tokoh Koptik, juga disebut-sebut sebagai wakil

---

<sup>41</sup> Myron Weiner dan Joseph La Palombara, *Pengaruh Partai terhadap Perkembangan Politik*, dalam *Ibid.*, hlm. 176

<sup>42</sup> Setelah Mursi terpilih sebagai Presiden Mesir, pucuk kepemimpinan Partai kemudian di gantikan oleh Al-Kattani

<sup>43</sup> <http://www.islamedia.web.id/2011/05/majelis-syuro-im-tetapkan-dr-mursi.html>. Akses tanggal 31 Desember 2012.

ketua partai ini.<sup>44</sup> Dengan terlibatnya perempuan dan kalangan Kristen koptik dalam berdirinya partai tersebut, PPK selalu menegaskan bahwa partainya merupakan partai inklusif yang terbuka bagi siapa saja serta menjunjung setiap hak asasi tanpa membedakan dari segi agama, rasa atau jenis kelamin.

## 2. Produk Politik Partai Kebebasan dan Keadilan

Produk yang ditampilkan oleh seorang kandidat merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan untuk meraih hati dari pemilih, di dalam ilmu marketing istilah tersebut dikenal sebagai konsep produk yakni membangun citra dengan keunikan yang ditampilkan di dalam sebuah produk (*unique selling proposition*).

Dengan memiliki produk yang berbeda dengan kandidat lainnya, maka masyarakat akan dengan mudah mengenal serta dapat membangun *image* tersendiri di hati masyarakat. Selain itu, produk yang ditawarkan juga harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, apakah dengan produk-produk tersebut permasalahan yang sedang di rasakan masyarakat dapat teratasi atau malah sebaliknya.

Kaitanya dengan produk politik tersebut Niffenegger yang di kutip oleh Firmanzah mengkategorikan produk politik ke dalam tiga kategori, (1) *party- platform* (*platform* partai), (2) *past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau, dan (3) *personal characteristic* (ciri pribadi). Produk utama dari sebuah institusi politik adalah *platform* partai yang berisikan konsep, identitas, ideology, dan program kerja sebuah institusi politik. Selain itu apa saja yang telah dilakukan partai politik di masa lalu berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Akhirnya, karakteristik atau ciri seorang pemimpin atau kandidat memberikan citra, symbol, dan kredibilitas sebuah produk politik (*political product*)<sup>13</sup>

### a. *Party Platform (Platform Partai)*

*Platform* bagi sebuah partai merupakan hal yang sangat esensial, di dalamnya terdapat beberapa program kerja yang menjadi tujuan utama dalam menyelesaikan permasalahan suatu bangsa, selain itu *platform* juga berisikan mengenai landasan atau dasar dari arah perjuangan partai itu sendiri.

Firmanzah memberikan penjelasan mengenai *platform* Partai Politik secara detail di antaranya, *pertama*, *platform* partai berisikan panduan umum dan garis besar arah kebijakan partai dalam kontribusinya terhadap

---

<sup>44</sup><http://www.islamedia.web.id/2011/05/ikhwan-berkoalisi-dengan-kristen-koptik.html>. Akses tanggal 1 Januari 2013

permasalahan bangsa dan Negara. *Kedua*, memuat hal-hal penting dan mendasar yang digunakan sebagai acuan dasar bagi penyusunan hal-hal yang harus dilakukan, seperti program kerja dan isu politik. *Ketiga*, sebagai suatu cetak biru, dimana semua sistem nilai dan norma diterjemahkan dan menjadi landasan bagi penyusunan hal-hal yang bersifat lebih kongkrit. *Keempat*, sebagai semangat partai politiknya. *Kelima*, berisikan komitmen partai dalam menjalankan roda organisasi dan apa yang ingin dikontribusikan kepada masyarakat. *Keenam*, berisikan hal-hal yang bersifat fundamental dan menjadi prioritas perjuangan politik.<sup>45</sup>

Dalam penyusunan *platform* politiknya, Partai Kebebasan dan Keadilan mengasimiliasikan nilai-nilai Islam dengan peraturan perundang-undangan Mesir. Misalnya, penerapan syariah (Hukum Islam) disesuaikan dengan visi bangsa melalui mayoritas parlemen dalam badan legislatif yang dipilih secara bebas dan adil secara transparan, sementara dalam hal berpolitik PKK menggunakan istilah *syura* dan demokrasi secara bersamaan dengan asumsi bahwa *syura* adalah cara untuk mencapai kepentingan negara sehingga tidak memungkinkan seorang individu atau kelompok untuk menjadi satu-satunya kekuatan yang berhubungan dengan urusan publik yang mempengaruhi kepentingan rakyat, dan demokrasi adalah mekanisme yang tepat untuk mencapai *syura* tersebut.<sup>46</sup>

Dengan judul "Membangun Mesir" *platform* politik PKK di susun sekitar 45 halaman, dengan detail platform tersebut disusun berdasarkan pada prinsip "*freedom, justice, development, leadership-kebebasan, keadilan, pembangunan dan kepemimpinan*

Menurut susunan *platform* tersebut kebebasan diasumsikan sebagai elemen penting di dalam Hak Asasi Manusia bagi masyarakat Mesir, terlebih lagi perempuan. Kebebasan untuk berpolitik, berpendapat dan berekspresi, serta mendirikan LSM merupakan hal yang sangat diperhatikan hal itu dikarenakan kebebasan-kebebasan tersebut telah lama hilang direnggut oleh rezim pemerintahan sebelumnya, bahkan untuk mengakomodir kebebasan tersebut salah satu bentuk program kerja partai akan memberlakukan undang-undang. Tujuan dari adanya kebebasan yang diberikan kepada masyarakat tidak lain adalah untuk memberikan ruang partisipasi guna mengembangkan, memajukan dan mempertahankan kedaulatan negara.

Dalam hal keadilan, *platform* PKK lebih menekankan pada keadilan dibidang ekonomi, pendidikan serta kesetaraan warga negara tanpa

---

<sup>45</sup> Firmanzah, *Mengelola Partai Politik*, edisi ke-2 (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), hlm. 124

<sup>46</sup> <http://www.PKKonline.com/view.php?pid=1>. Akses tanggal 3 Januari 2013.

membeda-bedakan setatusnya. Oleh sebab itu tujuan yang paling penting dari program ini adalah untuk menangani masalah harga tinggi, penghapusan kemiskinan dan pengangguran, penyediaan pelayanan publik dasar seperti pendidikan, kesehatan, transportasi dan jasa lainnya dan fasilitas, meningkatkan kondisi kehidupan kaum buruh dan tani, mencari solusi praktis untuk masalah sosial seperti perawan tua, anak-anak jalanan dan orang-orang dengan kebutuhan khusus, mendukung keluarga angkat, dan meningkatkan pendapatan pensiunan.<sup>47</sup>

Sementara untuk masalah pembangunan program kerja dari PKK berdasarkan pada beberapa prinsip, diantaranya pembangunan sumber daya manusia, pembangunan ekonomi, pembangunan perkotaan, dan pengembangan produktifitas, hal itu ditujukan untuk menciptakan warga masyarakat yang berkualitas baik dari segi kesehatan, ekonomi bahkan pendidikan.

Terakhir dari prinsip *platform* PKK adalah mengenai kepemimpinan. Yang dimaksud kepemimpinan di sini adalah kepemimpinan regional yang harus kembali dikibarkan yang telah memudar di bawah rezim sebelumnya, dengan tujuan ingin mengembalikan sejarah Mesir yang memiliki peran utama bagi negara-negara tetangga dan negara-negara Islam lainnya PKK memiliki beberapa program yang difokuskan ke dalam beberapa hal, diantaranya mengenai program kepemimpinan politik seperti revitalisasi peran Mesir di tingkat negara-negara Arab dan Afrika, memperkuat hubungan dengan negara-negara islam, mendukung tegaknya keadilan, perdamaian dan keamanan di tingkan international.

Dalam menyusun *platform* politik tersebut, PKK lebih menitik beratkan pada masalah revitalisasi perekonomian warisan rezim lama yang sedang terpuruk, untuk menggambarkan hal tersebut PKK mencatat bahwa lebih dari 20 % warga Mesir hidup di dalam garis kemiskinan, serta pengangguran yang mencapai lebih dari 9 Juta orang yang di dominasi oleh kaum Muda.

Cara PKK dalam menyelesaikan persoalan tersebut adalah dengan menggunakan sistem Zakat dan Wakaf dengan alasan bahwa sistem tersebut merupakan cara efektif yang diterapkan dalam Islam.

Hal ini lah yang menjadi *unique selling proposition* di dalam produk politiknya yakni menggunakan sistem-sistem Islam dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang di hadapi masyarakat.

Selain itu, *unique selling proposition* juga dapat dilihat di dalam program reformasi politiknya yakni adanya penggabungan antara konsep syura dan

---

<sup>47</sup> <http://www.ikhwanparty.com/article.php?id=192>. Akses pada tanggal 2 januari 2013

demokrasi. Di dalam *platformnya* disebutkan bahwa Demokrasi merupakan landasan atau sistem kenegaraan, namun syura menjadi fondasi dari sistem demokrasi tersebut, PKK beranggapan bahwa syura tidak hanya berbicara mengenai perilaku di dalam berpolitik tetapi syura juga mencakup seluruh aspek kehidupan bernegara dimana syura memiliki peran sebagai panduan iman dan moral bagi perilaku Individu, keluarga, masyarakat hingga penguasa.

Selain syura, syariah (Hukum Islam) juga dijadikan konsep di dalam bernegara, dengan alasan bahwa tujuan terbesar dari prinsip syariah adalah mewujudkan hak kebebasan bagi semua manusia terlebih di dalam memilih keyakinan (agama) yang mana manusia bertanggung jawab atas kebesannya itu. selain itu syaria'h juga dijadikan rambu-rambu atau batasan terhadap kebebasan perempuan supaya tidak melebihi batas.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, *platform* yang di usung oleh PKK merupakan penggabungan nilai-nilai Islam secara moderat dengan sistem negara yang demokratis. Islam juga dijadikan landasan untuk menyelesaikan persoalan bangsa, hal inilah yang menjadi *unique selling proposition* dimana Islam dijadikan bingkai di setiap program kerjanya.

*Unique selling proposition* di dalam produk politik Partai Kebebasan dan Keadilan tersebut menjadi salah satu alasan keberhasilan PKK untuk meraih hati pemilih, terlebih lagi kalangan Kristen Koptik yang menjadi pemeluk agama kedua terbesar di Mesir. Konsep syariah yang menjunjung tinggi kesetaraan dan kebebasan berkeyakinan merupakan alasan Utama Kristen koptik untuk mendukungnya<sup>48</sup>

### **b. Past Record (Catatan Tentang Hal-hal yang Dilakukan di Massa Lampau)**

PKK sebagai partai yang dilahirkan dari rahim Ikhwanul Muslimin tidak bisa terlepas dari *image* yang melekat pada tubuh organisasi tersebut, dalam sejarahnya Ikhwanul Muslimin merupakan gerakan yang sangat dicintai masyarakat, Hasan Al-Bana sebagai seorang pendiri gerakan

---

<sup>48</sup> Seperti di lansir oleh mediaislam.com bahwa mayoritas dari kalangan Kristen koptik menjatuhkan pilihannya terhadap PKK baik itu pada saat putaran pertama pemilihan presiden ataupun ada tahap yang kedua misalnya Merval Williauw yang mendukung PKK secara penuh dengan alasan bahwa partai tersebut memfokuskan diri pada keadilan bagi seluruh rakyat Mesir, bahkan penganut Kristen koptik lainnya Farha Maher Ibrahim menegaskan bahwa dia tidak terpengaruh dengan anggapan negative dimana PKK akan mendirikan Negara Islam, ia menganggap hal itu bukanlah suatu masalah selama dapat memberikan kebebasan dan keadilan bagi semua pihak dan menganggap PKK dapat memenuhi hal tersebut. <http://www.islamedia.web.id/2011/12/inilah-alasan-pemeluk-kristen-koptik.html>. di akses pada tanggal 13 Januari 2013.

tersebut merupakan sosok yang sangat santun, ia sangat dekat dengan berbagai kalangan terlebih lagi kalangan menengah ke bawah maka tidak heran di awal-awal pergerakannya anggota Ikhwanul Muslimin kebanyakan dari kalangan menengah ke bawah.<sup>49</sup>

Rezim yang korup dan tidak begitu mempedulikan masyarakat merupakan fokus utama perhatian Ikhwanul Muslimin, meskipun gerakan tersebut dinyatakan terlarang tapi dari bawah Ikhwanul Muslimin memfokuskan gerakannya untuk memperbaiki kondisi sosial ekonomi masyarakat, seperti mendirikan sekolah bahkan memberikan pelayanan rumah sakit yang murah.

Di dalam politik, Ikhwan memiliki lembaran sejarah yang indah, pada tahun 2005 Ikhwan berhasil memenangkan Pemilihan anggota parlemen dengan memperoleh 50% jumlah kursi yang tersedia.

Ketika revolusi bergulir Ikhwanul Muslimin turut andil di dalamnya, ribuan jemaah Ikhwan digerakan ke jalanan untuk ikut memprotes Husni Mubarak agar memenuhi tuntutan untuk turun dari jabatannya bahkan ikut menyediakan logistik bagi para demonstran, keikutsertaan Ikhwan dalam revolusi ini memberikan kesan yang mendalam bagi masyarakat, bahkan tokoh Mesir yang notabene bukan anggota ikhwan memuji apa yang telah dilakukan Ikhwan pada saat revolusi terjadi misalnya Prof. Dr. Zahi Hawwas mengatakan bahwa peran besar Ikhwan ketika revolusi terjadi para anggota Ikhwan menjaga benda-benda peninggalan bersejarah untuk tidak di curi, bahkan Bilal Fadhl dengan tegas mengatakan bahwa "Jika tanpa peran Ikhwan pada banyak saat-saat genting selama perjalanan revolusi, sungguh arah perkembangan revolusi akan berubah drastis" dia jugamengatakan bahwa para penulis harus menuliskan peran Ikhwanul Muslimin dalam revolusi tersebut.<sup>50</sup>

Selain citra baik yang telah di Bangun Ikhwanul Muslimin, Partai Kebebasan dan Keadilan juga memiliki tokoh-tokoh yang memiliki *track record* yang positif baik itu dalam masalah sosial, politik bahkan pendidikan sehingga mereka memiliki kesan tersendiri di hati masyarakat, di antaranya;

### **Dr. Muhammad Mursi.**

---

<sup>49</sup> *Ikhwanul Muslimin* didirikan oleh Hasan Al-Bana pada tahun 1928, tujuan utama dari organisasi tersebut adalah menyeru untuk kembali kepada Islam, sebagaimana yang terdapat dalam al-Quran dan Sunnah, mengajak untuk menerapkan syariat Islam dalam realitas kehidupan, mengembalikan kejayaan Islam dan berdiri menentang arus sekularisasi di kawasan Arab dan Dunia Islam. Fathi Yakan di kutip oleh M. Imadudin Rahmat, *Arus Baru Islam Radikal*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 31

<sup>50</sup> <http://www.islamedia.web.id/2011/03/tokoh-mesir-akui-peran-besar-ikhwan.html>. Akses pada tanggal 13 Januari 2013

Beliau dilahirkan pada tanggal 20 Agustus 1951 di desa al-Idwah daerah provinsi Sharkeya bagian Timur Mesir dengan nama lengkap Muhammad Mursi Isa al-Ayyat. Ayahnya berprofesi sebagai seorang Petani dan ibunya sebagai ibu rumah tangga Mursi sejak kecil sudah terbiasa menjalani kehidupan yang sangat sederhana.

Mursi mengenyam bangku sekolah dasar dan menengah di daerahnya sendiri kemudian pada tahun 1970-1975 pindah ke Kairo untuk melanjutkan studinya di Fakultas teknik di Universitas Kairo dan lulus dengan predikat *Cumlaude*. Setelah lulus Mursi diamanahi untuk menjadi dosen di kampusnya tersebut.

Pada tahun 1978 Mursi pergi ke Amerika untuk melanjutkan studinya ke Universitas Kalifornia dan mendapatkan gelar Doktor di bidang mesin penggerak udara pada tahun 1982, pada tahun itu pula di kampus yang sama Mursi di daulat sebagai dosen atau pembantu professor hingga tahun 1985.

Kemudian pada tahun 1985 ia pindah ke Mesir untuk bekerja sebagai tenaga pengajar di Universitas Zagaziq di Provinsi Sharqia serta di Universitas kairo, bahkan ia juga menjadi ketua jurusan Teknik Universitas zagaziq hingga tahun 2010.

Mursi bergabung menjadi anggota Ikhwanul Muslimin pada Tahun 1977 dan terlihat aktif di dalamnya, Mursi sangat keras dalam menentang kebijakan-kebijakan pemerintah yang dinilainya korup dan tidak berpihak pada rakyat, tercatat sudah berulang kali Mursi mendekam di penjara karena penentangannya itu baik pada Massa Anwar Sadat ataupun pada massa Husni Mubarak, terakhir dia dipenjara pada tanggal 18 Januari 2011 bersama beberapa pemimpin Ikhwanul Muslimin sebagai pencegahan supaya tidak terlibat aktif dalam demonstrasi yang menentang kepemimpinan Mubarak.

Di tubuh organisasi Ikhwanul Muslimin, Mursi tercatat sebagai anggota di bidang politik pada tahun 1992 dan memangku jabatan sebagai anggota (Irsyad) atau dewan pimpinan tertinggi sebelum akhirnya menjadi ketua Partai Kebebasan dan Keadilan(PKK), partai yang didirikannya.

Dalam karir politiknya Mursi memulai kiprahnya sebagai anggota Parlemen pada tahun 2000 hingga tahun 2005 mewakili Zagazig melalui jalur independen karena pada waktu itu Ikhwanul Muslimin di larang untuk terlibat aktif di politik, pada waktu itu pula Mursi dipercayai sebagai juru bicara Ikhwanul Muslimin di Parlemen tersebut, pada masa keanggotaannya di Parlemen Mursi di daulat sebagai anggota Parlemen terbaik di dunia. Puncak karir politiknya adalah menjadi seorang Presiden Mesir setelah memenangi pemilihan umum di dua putaran melalui partainya PKK pada tahun 2011-2012 mengalahkan pesaing utamanya

Ahmad Shafiq yang juga merupakan tokoh di rezim Mubarak.

Mursi memiliki seorang istri yang bernama Naglaa Ali Mahmoud yang dinikahinya pada tanggal 30 November 1978, dari pernikahannya itu ia dikarunia lima orang anak yang bernama Ahmed, Shaima, Osama, Omar dan Abdullah, serta dikarunia tiga orang cucu. Keluarga Mursi di sebut-sebut sebagai keluarga hafidz, bahkan Mursi sendiri di gelari sebagai presiden pertama yang hafal al-Qur'an.

### **Dr. Eshan el-Erian.**

Ia memiliki pengaruh yang cukup besar di Ikhwanul Muslimin, ia adalah seorang aktifis gerakan Islam yang pernah keluar masuk penjara, misalnya pada tahun 1981-1982, pada tahun 1995-2000, dan terakhir ia bersama Mursi dan anggota Ikhwan lainnya dipenjarakan ketika kerusuhan untuk menggulingkan Husni Mubarak dari jabatan kepresidennya. El-Erian dilahirkan pada tanggal 28 April 1954 di sebuah desa yang bernama Nahia, dengan nama lengkap Essam el Din Mohammed Hussein el Erian. Jiwa aktifisnya sudah tertanam sejak ia duduk di bangku kuliah, bahkan pada tahun 1970-an el-Erian di kenal sebagai pimpinan aktifis Mahasiswa yang terkemuka.

Erian adalah anggota pendiri Aksi Mahasiswa Islam di Universitas Kairo, serta pemimpin mahasiswa serikat pekerja selama awal 1970-an. Dia terpilih sebagai presiden Uni Umum Mahasiswa Universitas Mesir dan juga menjabat sebagai sekretaris komite budaya di serikat mahasiswa kedokteran di Kairo (1972-1977).<sup>51</sup>

Selain sebagai seorang aktifis dia juga dikenal sebagai akademis yang mumpuni, dia tercatat sebagai lulusan mahasiswa kedokteran di Universitas Kairo dengan gelar MSc di bidang Patologi Klinik pada tahun 1986 dengan predikat nilai kelulusan yang baik, di universitas yang sama dia juga mendapat gelar BA dari Fakultas Hukum. Setelah lulus kuliah dia berprofesi sebagai Dokter bidang Patologi.

Dalam karir politiknya ia pernah menjabat sebagai anggota parlemen pada tahun 1987-1990 untuk konstituen Imbaba, wilayah Giza dan pada pemilihan Parlemen tahun 2011 diapun kembali terpilih dan di angkat sebagai Ketua Komite Hubungan Luar Negeri, el-Erian juga merupakan seorang aktifis Hak Asasi Manusia dia tercatat sebagai anggota *Arab Organization for Human Rights* dan pendiri *Egyptian Organization for Human Rights* pada tahun 1985. Di tubuh organisasi Ikhwanul Muslimin

---

<sup>51</sup>Eric Trager, *Who's Who in Egypt's Muslim Brotherhood*, <http://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/whos-who-in-the-muslim-brotherhood>. Akses pada tanggal 4 Januari 2013.

dia bertahun-tahun dipercaya sebagai anggota Biro Bimbingan Ikhwanul Muslimin sebelum akhirnya terpilih sebagai wakil ketua Partai Kebebasan dan Keadilan mendampingi Muhammad Mursi.

#### **Sa'ad Al-Katatni.**

Beliau merupakan seorang politisi sekaligus akademisi yang unggul, ia dilahirkan pada tanggal 3 April 1952 di provinsi al-Minya dengan nama lengkap Mohamed Saad Tawfik El-Katatni.

Ia menyelesaikan studi sarjana botani di Universitas Assiut dengan gelar B.Sc. pada tahun 1974. Setelah satu tahun wajib militer, ia melanjutkan studinya yang mengkhususkan diri dalam mikrobiologi dan mengambil gelar master pada tahun 1979. Setelah empat tahun lagi studi di Universitas Minia, bersamaan dengan pekerjaan sebagai asisten dosen, dia meraih gelar doktor dalam mikrobiologi (fisiologis patologi tanaman). Selanjutnya, ia bekerja sebagai dosen di universitas yang sama. Pada tahun 1991 ia diangkat menjadi profesor. Pada tahun 2004, ia mendapat jabatan sebagai guru besar.<sup>52</sup>

Karirnya di bidang politik sudah dijalanannya sejak lama dimulai ketika ia masuk menjadi anggota Ikhwanul Muslimin pada tahun 1981. Di organisasi tersebut ia menduduki jabatan yang cukup strategis, pada tahun 2008 ia terpilih sebagai anggota Maktabul Irsyad, bahkan ketika Ikhwanul muslimin secara resmi mendirikan Partai pada tahun 2011 ia dipercayai sebagai Sekretaris Jendral Partai tersebut.

Pada tahun 2011 ia bersama Mursi dan el-Erian di penjarakan oleh rezim Mubarak sebagai dampak dari adanya kerusuhan yang menuntut mundurnya Mubarak sebagai presiden. Dalam Karir Pemerintahannya, ia pernah menjabat sebagai ketua Parlemen pada tanggal 16 Januari 2012 sebelum akhirnya dibubarkan oleh SCAF pada bulan Juni di tahun yang sama di bawah pimpinan Marsekal Hussein Tantawi.

Pada tanggal 19 Oktober 2012 el-Katatni di percaya sebagai Ketua Partai Kebebasan dan Keadilan yang baru menggantikan Mursi yang mengundurkan diri karena telah terpilih sebagai presiden melalui pemilihan yang demokratis. Ia meraih dukungan sebesar 581 suara setara 67,3% mengalahkan pesaingnya Dr.Essam El- Erian yang hanya mendapatkan 283 suara atau setara dengan 32,7% suara.

#### **c. *Personal Characteristic* (Ciri Pribadi)**

*Personal characteristic* atau karakteristik merupakan hal yang sangat penting bagi suatu parpol. Karakteristik posistif yang dibangun

---

<sup>52</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Saad\\_El-Katatni](http://en.wikipedia.org/wiki/Saad_El-Katatni). Akses pada tanggal 5 Januari 2013.

dimasyarakat tergantung pada bagaimana masyarakat mengetahui, mempercayai dan mempersepsikan partai yang pada akhirnya masyarakat dapat memilih partai tersebut oleh sebab itulah dalam hal ini dibutuhkan komunikasi politik dua arah antara parpol dan masyarakat.

Komunikasi politik di sini di lihat sebagai bentuk dialogis antara kandidat dengan masyarakat, di dalam dialog tersebut terdapat tukar menukar informasi guna menciptakan suatu kesepakatan politik.

Dari komunikasi tersebut masyarakat ingin memahami karakteristik dari kandidat, baik itu berupa ideologi yang di usung partai, symbol, visi dan misi serta program kerja yang akan diperjuangkan. Sementara partai mengharapkan umpan balik atau *feed-back* dari masyarakat mengenai hal-hal yang telah diupayakan.

Oleh sebab itulah dalam hal ini karakteristik partai didefinisikan sebagai strategi *positioning* yang merupakan salah satu faktor penentu kemenangan partai politik dalam persaingan dengan kandidat ataupun partai lainnya.

*Positioning* yang dimaksudkan diatas adalah suatu strategi yang mencoba menempatkan suatu ideologi partai diantara ideologi-ideologi yang ada dalam benak masyarakat. Dengan demikian, masyarakat akan dengan mudah mengidentifikasi suatu partai politik melalui *image* dan citra yang tertanam dalam sistem keyakinan dan kognitif mereka.<sup>53</sup>

Pada saat Pemilihan Presiden Mesir ketakutan yang menghinggapi sebagian masyarakat Mesir adalah terpilihnya PKK yang berafiliasi pada Ikhwanul Muslimin akan menerapkan sistem islam di Negara Mesir, terlebih lagi bagi kalangan keristen koptik, yang merupakan agama kedua terbesar dinegara tersebut dengan polpulasi 10% dari 82 juta penduduk, dan perempuan.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup>Firmanzah, *Marketing Politik*, hlm. 251

<sup>54</sup>Ahramonline merilis beberapa rumors terkait ketakutan masyarakat jika Mursi terpilih sebagai presiden, diantaranya 1)Dia akan membuat semua wanita mengenakan jilbab dan melarang mereka dari bekerja, 2) Dia akan memaksa pria berpakaian tradisional dan tumbuh jenggot, 3)Dia akan memberlakukan segregasi di tempat kerja, 4) Dia akan melarang taksi, 5) Dia akan mengakhiri bisnis pariwisata dan wisatawan larangan memasuki Mesir, 6)Dia akan melarang berenang di laut dan wisata pantai, 7)Dia akan melarang bioskop, musik, teater dan segala bentuk seni, 8)Dia hanya akan memberikan kesempatan kerja kepada anggota Persaudaraan dan kerabat mereka, 9)Terusan Suez akan disewakan atau dijual ke Qatar, 10) Dia akan menjual Sinai, dan dalam versi lain dengan menyewakannya ke Palestina, atau membuka perbatasan dengan Palestina dan memungkinkan imigrasi Palestina ke Mesir, 11) Dia akan mendirikan negara Islam dengan Yerusalem sebagai ibukotanya, 12) Dia akan membentuk sebuah jalan milisi untuk menangkap, menyiksa dan membunuh lawan-lawannya. <http://english.ahram.org.eg/NewsContent/1/140/44553/Egypt/First--days/Morsi-versus-Shafiq-A-war-of-rumours.aspx>. Akses pada tanggal 14 Januari 2013.

Menjawab hal itu, Mursi di dalam kampanyenya selalu menegaskan bahwa ia dan partainya bukanlah partai agamis yang akan menerapkan sebuah sistem yang dapat merugikan masyarakat Mesir, ia juga menegaskan bahwa asas dari partainya tidak bertentangan dengan prinsip negara dan undang-undang yang berlaku di Mesir dan menganggap bahwa partainya merupakan partai Madani.<sup>55</sup>

Mursi selalu berusaha untuk membangun citra bahwa ia merupakan Islamis Moderat, hal itu dapat di lihat dalam janji kampanyenya yang mengatakan bahwa ia akan mengangkat kalangan Kristen Koptik untuk berpartisipasi dalam lembaga kepresidenan, bahkan untuk meyakinkan bahwa partainya terbuka untuk kalangan Kristen koptik ia mengangkat Dr. Rafiq Habib yang merupakan tokoh Kristen Koptik sebagai salah satu wakil ketua PKK. Mursi juga berjanji akan menghormati perempuan untuk bekerja di berbagai bidang, tidak memberikan paksaan untuk mengenakan pakaian dan untuk menggunakan jilbab.

Oleh sebab itulah, slogan kampanye yang di usung Mursi tidak menggunakan slogan "Islam adalah Solusi" yang merupakan slogan Ikhwanul Muslimin disetiap pemilu-pemilu sebelumnya, melainkan memakai slogan '*renaissance, the will of the people*', "perubahan, kehendak rakyat".

Pencitraan lain yang dilakukan Mursi ketika berkampanye adalah membangun *image* bahwa dirinya merupakan seseorang yang peduli terhadap revolusi yang telah bergulir ia sering mengatakan bahwa darah para syuhada yang telah mengalir pada saat revolusi jangan sampai dilupakan. Bahkan pada suatu sesi tim kampanye Mursi Abul Fatuh dan Shabahi secara khusus menyelenggarakan kampanye bersama untuk mengenang para syuhada revolusi di daerah Propinsi Syarqiya dengan cara membuat barisan manusia panjang sambil membawa poster dan spanduk bergambar syuhada revolusi 25 Januari 2011.<sup>56</sup>

Setelah membahas mengenai produk politik yang dimiliki oleh Partai Kebebasan dan Keadilan maka dapat disimpulkan bahwa, produk politik tersebut merupakan salah satu faktor penentu kemenangan PKK dalam pemilu, produk yang ditawarkan tidak terlepas dari cara PKK untuk menyelesaikan suatu persoalan yang sedang menghinggapi Mesir dengan cara yang Islamis, baik secara struktural maupun fungsional, selain itu Ikhwanul Muslimin serta tokoh-tokoh Ikhwanul Muslimin yang di daulat untuk menjadi pengurus Partai seperti Mursi, Eshan el-Erian dan

---

<sup>55</sup> <http://www.islamedia.web.id/2011/05/majelis-syuro-im-tetapkan-dr-mursi.html>. Akses pada tanggal 14 Januari 2013

<http://al-ikhwan.net/akhbar-ikhwan/kampanye-bersama-timses-mursi-abul-fatuh-dan-shabahi-kenang-darah-syuhada>. akses pada tanggal 14 Januari 2013.

Al-Katatni memiliki rekam jejak yang positif sehingga tidak heran jika rakyat lebih memilih partai yang notabene sudah memiliki kesan tersendiri di hati masyarakat dibandingkan dengan partai atau kandidat lainnya. Lalu yang menjadi pertanyaan selanjutnya adalah bagaimanakah cara PKK untuk memasarkan produk politik tersebut sehingga masyarakat yang tertarik dengan PKK terdiri dari berbagai kalangan baik di daerah pedesaan ataupun perkotaan. Hal ini lah yang akan di bahas di dalam sub bab selanjutnya.

### **E. Strategi Pemasaran Produk Politik Partai Kebebasan dan Keadilan**

Di dalam pemilihan Presiden Mesir para kandidat atau calon presidennya bukan lah orang-orang biasa, mereka merupakan para tokoh yang sudah di kenal luas oleh masyarakat Mesir, misalnya Amr Moussa mantan sekretaris jenderal Liga Arab dan sebelum itu menteri luar negeri selama 10 tahun, Hamdin Hisham al-Bastawisi merupakan mantan kepala pengadilan banding tertinggi di Mesir, Ahmed Shafiq mantan Perdana Menteri Era Mubarak, dan lain sebagainya. oleh sebab itulah, kemenangan Mursi di dalam pemilihan Presiden Mesir merupakan prestasi yang cukup tinggi, ia bisa mengalahkan lawan-lawan politiknya di dua putaran langsung.

Kemenangan demi kemenangan yang diraih Mursi tidak terlepas dari cara dia memasarkan produk politiknya, bersama partai yang dipimpinya ia bergelirita untuk mempromosikan produk tersebut ke berbagai tempat baik dengan cara berdialog langsung ataupun dengan bantuan media-media tertentu, hal itu dilakukan tidak lain dan tidak bukan adalah untuk menjaring massa yang sebanyak-banyaknya terlebih massa mengambang (*swing voter*).

#### **1. Strategi Pull Marketing**

Strategi Pull Marketing pada prinsipnya adalah strategi kampanye yang dilakukan dengan cara memanfaatkan media massa, dalam strategi ini menuntut kandidat untuk dapat berkreaitifitas supaya kemasan informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat menarik minat media serta untuk diberitakan.

Dalam konteks kampanye, kesuksesan sebuah partai atau kandidat tidak bisa terlepas dari peran serta media massa, hal ini digambarkan pula oleh Alo Liliwiri yang mengemukakan pendapat bahwa partai politik yang sukses adalah jika ia berhasil membangun partisipasi politik rakyat, dan partisipasi itu di bangun berdasarkan hubungan atau menggunakan semua

"indera" media massa.<sup>57</sup>

Dari pendapat tersebut kita dapat menangkap bahwa peran media massa di dalam politik memiliki peran ganda yakni berperan sebagai agen atau penyampai pesan dari sebuah partai kepada masyarakat dan dengan hal itu akan memberikan stimulan kepada masyarakat untuk berpartisipasi di dalam pemilu. Untuk itulah media massa dijadikan sebagai syarat terwujudnya sistem demokrasi di sebuah negara.

Mengenai pemanfaatan media massa dalam kampanye, A Nursal mengklasifikasikan dua strategi, yakni *free media* dan *paid media*. Penjelasannya cukup sederhana, *free media* berarti pemanfaatan media tanpa perlu mengeluarkan biaya sepeserpun karena kebutuhan media akan sebuah informasi guna memenuhi kepentingan komersilnya, sementara *paid media* merupakan strategi pemanfaatan media dengan mengeluarkan biaya karena kebutuhan partai untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Sebagaimana diketahui bahwa, Mesir merupakan negara yang masyarakatnya sadar akan kebutuhan media massa, bahkan Mesir memiliki media massa yang cukup di kenal masyarakat internasional yakni Al-Jazeera yang berpusat di Kairo serta pengguna internet yang mencapai 23 juta orang, atau lebih dari seperempat populasi secara keseluruhan di negara tersebut.<sup>58</sup> Faktor inilah yang menjadi penyebab begitu gencarnya Partai Kebebasan dan Keadilan menggunakan media massa untuk kepentingan politiknya.

#### **a. Free Media**

Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa strategi *pull marketing* dengan teknik *free media* berkaitan erat dengan kepentingan komersil media massa untuk menyampaikan sebuah berita. Namun di dalam strategi ini terdapat dua sisi mata uang, di satu sisi media akan menguntungkan jika menyajikan pemberitaan positif mengenai partai atau kandidat dan akan merugikan jika menyajikan hal yang sebaliknya.

Pada teori perilaku pemilih salah satu faktor yang membentuk perilaku pemilih adalah peristiwa penting yang di alami oleh seorang kandidat. Hal ini berkaitan dengan pemberitaan media massa tentang peristiwa yang dialami kendidat tersebut sehingga ia dikenal luas.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Alo Liliweri, *Strategi Komunikasi Masyarakat*, (Yogyakarta: LKiS, 2011), hlm 26.

<sup>58</sup> <http://www.suaramedia.com/dunia-teknologi/computer-it/37563-blokir-internet-di-mesir-adalah-yang-terburuk-sepanjang-sejarah.html>, akses pada tanggal 16 Januari 2013

<sup>59</sup> Adman Nursal, *Political Marketing*, hlm. 245

Ahram online dalam salah satu tajuknya memberitakan Mursi dengan begitu detailnya, dari mulai ia sebagai akademisi, sebagai seorang anggota Parlemen massa Mubarak bahkan hingga informasi mengenai dirinya yang di masukan ke penjara ketika revolusi 2011 berlangsung. Hal itu telah membantu Mursi untuk mengenalkan dirinya sebagai akademisi, politikus yang berpengalaman bahkan sebagai tokoh revolusi secara tidak langsung kepada masyarakat.

Selain itu, program-program kampanye Mursi yang menjunjung tinggi martabat perempuan serta menghormati kalangan keristen koptik telah menarik para pemburu berita, betapa tidak Mursi di kenal oleh khalayak sebagai salah satu pimpinan organisasi Ikhwanul Muslimin sebelum menjabat ketua Partai Kebebasan dan Keadilan, oleh sebab itulah banyak yang beranggapan bahwa Mursi akan menerapkan sistem hukum Islam yang bertentangan dengan asas demokrasi ketika menjadi presiden namun dalam program kampanyenya Mursi menunjukkan dirinya sebagai orang yang Pro Demokrasi yang memberikan kebebasan kepada setiap warga masyarakat terlebih lagi pada perempuan dan non muslim.

Salah satu sumber yang memberitakan Mursi saat menggelar konferensi pers untuk menjawab kekhawatiran kaum perempuan dan kalangan agama Kristen Koptik jika ia menjadi presiden, Mursi dengan tegas mengatakan bahwa jika dirinya terpilih maka ia akan mengangkat Kristen Koptik untuk berpartisipasi didalam institusi kepresidenannya, ia pun berjanji bahwa ia akan menghormati hak perempuan untuk bekerja di semua bidang, untuk memilih cara mereka berpakaian bahkan tidak ada pemaksaan terhadap perempuan untuk mengenakan jilbab.<sup>60</sup> Al-Jazeera juga tidak mau ketinggalan memberitakan mengenai kebijakan Mursi mengenai Hak Kebebasan bagi perempuan.

Selain itu BBC juga memberitakan mengenai pandangan politik Mursi, bahkan didalam berita tersebut Mursi dibandingkan dengan pandangan politik Ahmad Shafik sainganya yang sama-sama berlaga di Pemilu putaran ke dua. Didalam pemberitaannya dijelaskan bagaimana pandangan Mursi mengenai agenda politik, ekonomi, hukum hingga hubungan Internasional yang akan menjadi kebijakannya.

Berita demi berita yang menampilkan Mursi ketika kampanye telah membentuk positioning di hati masyarakat bahwa dirinya dan partainya memiliki ideologi yang moderat. Bahkan dalam suatu acara *Talk Show* yang

---

<sup>60</sup> <http://www.rawstory.com/rs/category/nation/>. Akses pada tanggal 14 Januari 2013.

di siarkan oleh Al- Jazeera, Katatni selaku sekjen Partai Kebebasan dan Keadilan juga menegaskan bahwa partai pimpinan Mursi tersebut bukanlah partai Islamis yang konserpatif, meainkan partai yang terbuka dan menghormati segala bentuk Hak Asasi Manusia. Dalam sebuah teori agenda seting disebutkan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.<sup>61</sup> Hal inilah yang telah dilakukan Mursi untuk menseting segala bentuk agenda politiknya yang berkaitan dengan isu-isu demokrasi yang diinginkan masyarakat Mesir yang kemudian dianggap penting oleh Media Massa untuk dijadikan sebuah pemberitaan, dengan hal tersebut media massa telah berfungsi sebagai strategi positioning dirinya di hati masyarakat, yakni sebagai seorang calon pemimpin moderat yang menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia serta demokrasi yang di cita-citakan masyarakat Mesir selama ini.

### ***b. Paid Media***

Proses marketing politik di era sekarang sangat sulit menafikan keberadaan media massa sebagai salah satu saluran utama yang dapat dipergunakan dalam komunikasi politik. Saluran media massa ini memegang posisi penting di luar saluran *face-to-face* informal, struktur sosial tradisional, saluran input, dan saluran out put .<sup>62</sup> Artinya, Media Massa merupakan jembatan secara langsung untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai program-program kerja dari seorang kandidat.

Penggunaan media Massa untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat mempunyai banyak keuntungan hal itu dikarenakan sifat media massa sendiri yang tidak dapat terhalang oleh batas ruang dan waktu, keberadaan media massa dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah kapanpun dan dimanapun mereka mau, tinggal kekreatifitasan dari kandidat saja untuk dapat meraih hati masyarakat supaya dapat menerima apa yang dipesankan di media massa tersebut.

Menggunakan strategi media Massa tentunya bukanlah hal yang gratis, perlu ada perincian biaya supaya dapat memanfaatkannya secara maksimal, disinilah apa yang oleh A. Nursal dikatakan sebagai *Paid Media*. Kasarnya *Paid Media* merupakan pemanfaatan saluran media massa yang

---

<sup>61</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Teori\\_Penentuan\\_Agenda](http://id.wikipedia.org/wiki/Teori_Penentuan_Agenda). akses tanggal 14 Januari 2013

<sup>62</sup> Gun-gun Heryanto, *Marketing Politik di Media Massa dalam Pemilu 2009*, Jurnal Komunika STAIN Purwokerto, Vol. 3 (2009), hlm. 4

berfokus pada kebutuhan kandidat untuk menyalurkan pesan-pesan kepentingan politiknya kepada masyarakat, dengan cara melakukan kerja sama secara komersial dengan media massa tertentu.

*Paid Media* yang lazim digunakan untuk memasang iklan adalah Televisi, radio, media cetak, website dan media luar ruang.<sup>63</sup> Tentunya hal ini juga menjadi sarana yang telah digunakan oleh para kontestan Pemilu di Mesir untuk dapat meraih hati masyarakat, tidak terkecuali Partai Kebebasan dan Keadilan.

Karena keterbatasan ruang penelitian bagi penulis, dalam hal ini penulis lebih menyoroti media iklan yang digunakan oleh PKK pada media internet dan media luar ruangan saja.

Media internet yang menjadi sarana PKK untuk mengiklankan produk- produk politiknya ialah berupa website yang mirip dengan youtube, website tersebut bernama "Ikhwantube" dengan alamat <http://www.ikhwantube.com/>, Ikhwantube tersebut menayangkan video-video yang tentang Partai Kebebasan dan Keadilan. Selain memiliki situs Ikhwantube tersebut PKK juga memiliki website-website lainya seperti <http://www.ikhwanwiki.com>, <http://www.fjponline.com>, [www.ikhwanweb.com](http://www.ikhwanweb.com).

Selain media internet, PPK juga dengan gencarnya memanfaatkan media luar ruangan yang menampilkan sosok Mursi sebagai calon Presiden Mesir, dengan cara menggunakan baliho atau poster yang di pasang di jalan-jalan atau di tempat umum lainnya supaya dapat di akses oleh masyarakat luas.

Dalam ilmu komunikasi dikenal sebuah teori yang di sebut sebagai teori aktivitas, yang menjelaskan mengenai aktivitas hubungan manusia dengan cara menggunakan suatu alat untuk melakukan interaksi satu sama lainya.<sup>64</sup> Penggunaan website dan baliho yang dipasang di tempat-tempat umum menunjukkan bahwa Mursi sedang ingin mengkomunikasikan program-program politiknya secara tidak langsung kepada masyarakat.

---

<sup>63</sup> Adman Nursal, *political Marketing*, hlm 254.

<sup>64</sup> Teori ini berasal dari seorang psikolog Les Rusia Vygotsky pada tahun 1920. Kemudian dijabarkan lebih lanjut oleh Alex Leontjef, salah satu dari Les Siswa Vygotsky, teori Aktivitas menyelidiki interaksi manusia dengan lingkungan melalui aktivitas manusia. Oleh karena itu, kegiatan adalah titik awal untuk studi perilaku manusia. Kegiatan ahli teori berpendapat bahwa aktivitas manusia bukan kegiatan yang terisolasi atau berdiri sendiri tetapi entitas yang saling berhubungan dari tiga dasar unsur: subjek, objek, dan alat. Kegiatan adalah dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang (subjek). Semua aktivitas manusia digerakkan oleh tujuan-tujuan tertentu atau tujuan (objek). Suatu kegiatan biasanya dimediasi oleh satu atau lebih artefak (alat). Lihat <http://ilmu-komunikasi.org/2012/02/teori-aktivitas-activity-theory/>. Akses pada tanggal 17 Januari 2013.

Efek yang dirasakan masyarakat dari media tersebut tidak bisa dirasakan secara langsung, namun dapat dirasakan dalam jangka panjang dimana masyarakat akan senantiasa mengevaluasi janji-jani kandidat ketika terpilih sebagaimana yang telah dijanjikan di media iklan tersebut.

## 2. Strategi *Push Marketing*

Pada dasarnya, strategi *Push Marketing* merupakan usaha supaya produk politik dari kandidat dapat disampaikan langsung kepada masyarakat, yang ditekankan dalam strategi ini adalah penyampaian secara personal (*customized*).

Penyampaian secara personal kepada kandidat bisa dilakukan dengan dua cara yakni komunikasi dengan sekala besar seperti mengadakan even-even tertentu, memperingati suatu peristiwa, seminar, konferensi pers dan lain sebagainya. Selanjutnya juga dapat dilakukan dengan sekala yang lebih kecil, seperti kontak langsung dengan menggunakan surat, e-mail, telpon, situs jejaring sosial, bahkan hingga pemberian cinderamata seperti baju, mug, gantungan kunci dan lain sebagainya.

Pendekatan dengan cara *push marketing* disebut juga sebagai *eksperiental marketing* yang berintikan pada usaha agar pemilih merasakan dengan panca indera, perasaan, pikiran, tindakan, dan mengaitkan dirinya dengan produk-produk politik yang disampaikan oleh sebuah kontestan. Jadi, pemilih tidak hanya mendapat kabar "dari jauh" mengenai produk politik tersebut, melainkan ia mendengar, melihat, dan merasakan sendiri produk tersebut.<sup>65</sup>

Dengan *eksperiental marketing* tersebut, artinya pendekatan *push marketing* memiliki substansi sebagai komunikasi secara persentasi kepada para pemilih sehingga *push marketing* tidak hanya dapat menarik perhatian masyarakat melainkan juga memberi kesan mendalam karena dapat bertatap muka atau berkomunikasi langsung dengan kandidat.

Ada beberapa agenda yang dilakukan oleh tim kampanye Mursi untuk memasarkan produk politiknya secara langsung kepada masyarakat dengan menggelar even-even tertentu, misalnya pada tanggal 31 Mei sebelum pencoblosan, tim sukses kampanye Mursi menggelar aksi kampanye bersama dengan tim sukses Dr. Abdul Mun'im Abul Fatuh dan tim sukses Hamdin Sabbahi di Provinsi Syarqiya dengan tujuan untuk mengenang para syuhada revolusi, dengan membentuk barisan manusia yang panjang dan membawa poster-poster yang bergambar foto-foto para syuhada dengan meneriakkan yel-yel untuk mengenang para syuhada

---

<sup>65</sup>Adman Nursal, *Political Marketing*, hlm. 260

tersebut.<sup>66</sup>

Selain itu, Mursi juga melakukan kunjungan ke berbagai daerah di hampir segala penjuru Mesir bahkan terkadang Mursi mengunjungi dua daerah dalam sehari, sebagai penutup kampanyenya Mursi mengadakan suatu event yang sangat besar di daerah Port Said, dalam event tersebut Mursi tidak hanya mberi pidato saja tetapi juga disajikan hiburan seperti tarian dari Nubia, nyanyian oleh Ultras Nahdawy dan kembang api.<sup>67</sup>

Selain melakukan strategi Push Marketing dalam skala besar Mursi pun melakukannya dalam skala kecil yakni dengan menggunakan jejaring sosial (internet). Sebagaimana telah di singgung di atas bahwa pengguna internet di Mesir mencapai 23 juta orang, atau lebih dari seperempat populasi secara keseluruhan di negara tersebut, yang sebagian besarnya merupakan kaula muda, tentu jumlah tersebut bukanlah jumlah yang sedikit dan akan memberikan kontribusi yang cukup besar jika dapat menarik minat pengguna internet untuk memberikan pilihannya.

Oleh sebab itulah, Mursipun merambah ke dunia maya melalui jejaring sosial untuk bisa berkomunikasi dengan masyarakat secara lebih personal. Dalam hal ini Mursi menggunakan media *Facebook* dengan akun "Mursi For Presiden 2012", *twiteer* dengan nama *fjparty* serta website pribadi kampanyenya.

Ketua kampanye Mursi menuturkan bahwa tujuan dari adanya website pribadi tersebut adalah untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, adapun alamat dari website pribadi Mursi adalah <http://www.elnahdah.com/>.<sup>68</sup>

Untuk lebih memberikan kesan mendalam kepada masyarakat pemilih, Mursi juga mengkampanyekan dirinya dalam bentuk *merchandise*, seperti mug, gantungan kunci, baju, dan lain sebagainya yang memampang wajahnya.

### 3. Strategi *Pass Marketing*

*Pass Marketing* merupakan strategi penjangkaran massa melalui "perantara". Yang dimaksud perantara di sini adalah pihak-pihak yang memiliki loyalitas dan kepercayaan kepada partai yang memiliki peranan

---

<sup>66</sup><http://al-ikhwan.net/akhbar-ikhwan/kampanye-bersama-timses-mursi-abul-fatuh-danshabahi-kenang-darah-syuhada>. Akses pada tanggal 18 Januari 2013

<sup>67</sup><http://english.ahram.org/NewsContent/1/140/42206/Egypt/First--days/Islamist-Morsis-campaign-strategy-football-and-she.aspx>, Akses pada tanggal 19 Januari 2013.

<sup>68</sup> <http://www.PKKonline.com/article.php?id=679>, Akses pada tanggal 19 Januari 2012.

untuk mempengaruhi para pemilih dengan cara-cara tertentu, *influencer*.

Adman Nursal mengklasifikasikan *influencer* tersebut menjadi dua hal, yakni *pertama*, *influencer* aktif, yaitu perorangan atau kelompok yang melakukan kegiatan secara aktif untuk mempengaruhi para pemilih. *Kedua*, *influencer* pasif, yaitu individu atau kelompok yang tidak mempengaruhi para pemilih secara aktif tetapi menjadi rujukan para pemilih. Mereka inilah para selebriti, tokoh-tokoh, organisasi sosial, organisasi massa, yang menjadi rujukan atau panutan masyarakat.<sup>69</sup>

#### a. *Influencer* aktif.

*Influencer* aktif memiliki tugas untuk mempengaruhi pemilih secara massif, mereka di bentuk sebagai tim sukses dengan loyalitas yang tinggi dan mampu bekerja secara kooperatif dalam jangka waktu yang ditentukan.

Tim sukses (*timses*) yang dibentuk Mursi merupakan salah satu faktor keberhasilannya untuk menjadi seorang presiden, *Timses*nya berhasil menembus lapisan masyarakat untuk memperkenalkan program-program politiknya. Dengan di menejeri oleh Yaser Ali, *timses* Mursi di kenal sebagai *timses* yang paling kreatif di antara *timses-timses* kandidat lainnya, mereka mampu mendokumentasikan ribuan video dengan durasi waktu yang beragam, serta jutaan foto dengan berbagai momen yang diunggah dan disebarakan melalui internet. Selain itu, *timses* Mursi setidaknya mampu melakukan kampanye terbuka sebanyak 971 kali atau lebih serta melakukan parade kendaraan sebanyak 1677 kali yang menembus ke seluruh lapisan masyarakat.

Tidak hanya itu, kesuksesan *timses* Mursi juga dikarenakan memiliki agenda kemenangan pemilu yang cukup jelas yang mampu mempengaruhi masyarakat untuk mendukungnya, diantaranya yakni:

1. *Tharqul Baab*, ketuk pintu atau *direct selling* mengenalkan partai, program dan calegnya. Satu kader silaturahmi minimal 40 orang tetangganya.
2. *Jaulat*, keliling tokoh, ditemani beberapa Ikhwan muda. Keliling di daerah padat penduduk dan daerah-daerah miskin.
3. *Masiiruat*, pawai-pawai melibatkan keluarga-keluarga Ikhwan, kerabat dan rabthul am-nya.
4. *Mukhbayyamaat*, posko-posko. Di pilih di setiap perempatan padat, dan di depan komplek-komplek pemukiman, tempat keluar masuknya penduduk ke dalam satu komplek.
5. *Khidmat*, pelayanan-pelayanan seperti penertiban lalu lintas, gotong royong membersihkan jalan umum atau fasilitas umum. LSM-LSM milik Ikhwan menyelenggarakan layanan kesehatan gratis, jual daging

---

<sup>69</sup> Adman Nursal, *Political Marketing*, hlm. 263

murah atau dengan harga miring, dll.

6. *Ittisbaalaat*, membentuk tim khusus yang mengumpulkan seluruh No HP kerabat dan kenalan Ikhwan di satu *syn'bab* atau DPC, merapikan datanya, dan menelepon atau mengsms setiap hari untuk memilih Partai Kebebasan dan Keadilan. Mengklasifikasikan objek yang di hubungi; pendukung, simpatisan, netral dan kelompok yang menolak. Durasi lamanya menelepon dan seringnya sms sesuai objek tertentu.<sup>70</sup>

#### b. *Influencer* passif.

Pada dasarnya, *influencer* yang kuat adalah salah satu bentuk representasi sosial. Karena itu, salah satu strategi inti sebuah partai politik adalah menjalankan program untuk merangkul mereka agar menjadi pendukung, anggota, dan bahkan jajaran yang terlibat langsung dalam organisasi.<sup>71</sup>

Program kerja Partai Kebebasan dan Keadilan yang dirumuskan dalam bentuk *platform* politik telah berhasil meraih simpatisan para tokoh-tokoh Mesir yang kemudian berimbas pada kepercayaan masyarakat yang berafiliasi pada tokoh tersebut untuk memilih PKK.

Partai Kebebasan dan Keadilan sejak kelahirannya mendeklarasikan sebagai partai yang sangat menjunjung tinggi kebebasan dalam beragama, dalam program kebebasan dan reformasi politiknya, PKK menegaskan bahwa semua warga negara memiliki hak yang sama tanpa diskriminasi apapun baik karena agama maupun ras. PKK juga menegaskan bahwa agama lain diberi kebebasan untuk melaksanakan hak keagamaannya masing-masing dan di beri perlindungan untuk hal itu, bahkan PKK juga menegaskan bahwa non muslim merupakan mitra dalam membangun Negara Mesir. Hal ini lah yang mampu menarik simpatisan dari tokoh-tokoh kalangan Kristen koptik untuk mendukung Partai Kebebasan dan Keadilan.

Hubungan antara PKK dan Kristen Koptik sudah terjalin begitu erat sejak awal-awal pendiriannya, tercatat bahwa Dr. Rafiq Habib merupakan salah satu wakil ketua dari partai tersebut.

Selain itu, tokoh terkemuka Kristen Koptik di pusat Beni Mazar provinsi Minya juga memutuskan untuk bergabung dengan Partai Kebebasan dan Keadilan, keputusan tersebut didasari pada ketertarikannya mengenai gagasan nasional dan tujuan dari partai tersebut. Kemampuannya secara personal dan perannya yang nyata selama ini

---

<sup>70</sup> Abu Ghazzah, *Musim Semi Revolusi Arab*, cet. Ke-2, (Jakarta: Maktaba Gaza, 2012), hlm. 45-46.

<sup>71</sup> Adman Nursal, *political Marketing*, hlm 264

dalam aktivitas dan kerja-kerja umum di Partai Kebebasan dan Keadilan, mengantarkannya menjadi caleg.<sup>72</sup>

Dengan jumlah populasi Kristen Koptik yang mencapai 10% dari 82 juta penduduk tentunya bergabungnya para tokoh agama tersebut menjadi mesin pendulang suara yang cukup signifikan. Janji kampanye Mursi untuk mengangkat kalangan Kristen sebagai anggota institusi kepresidenannya merupakan faktor penentu lainnya untuk menarik minat Kristen koptik supaya mendukungnya.

Keuda, *program on religious leadership* dari Partai Kebebasan dan Keadilan juga telah mempengaruhi ulama al-Azhar untuk berafiliasi terhadapnya. Di dalam program tersebut PKK ingin merevitalisasi peran al-Azhar sebagai pusat kebudayaan dan keagamaan dikancah internasional yang telah lama memudar akibat rezim sekuler yang telah berkuasa. Dengan hal tersebut PKK ingin mengembalikan Mesir sebagai pusat dan pemimpin keagamaan bagi negara-negara Arab ataupun negara Islam lainnya.

Oleh sebab itulah, tokoh-tokoh ulama Mesir memutuskan untuk mendukung segala program dari Partai Kebebasan dan Keadilan bahkan tidak hanya memberikan dukungan semata, mereka juga menghimbau masyarakat Mesir baik itu kalangan aktivis, pemikir, bahkan ulama untuk mendukung partai tersebut. Para tokoh ulama yang dengan gencarnya menyatakan dukungannya kepada PKK di antaranya Dr. Nashr Farid Washil, anggota lembaga kajian islam, Mufti Mesir dan ketua persatuan ulama Islaminternasional mesir, Dr. Muhammad Mukhtar Al-Mahdi, ketua lembaga syari'ah Al-Muhammadiyah serta Syaikh Dr. Abdul Mun'im Al-Bari, ketua front ulama al-Azhar.

## **F. Kontribusi Ikhwanul Muslimin terhadap Pemenangan Partai Kebebasan dan Keadilan**

Sejak awal didirikannya, Partai Kebebasan dan Keadilan menyatakan dirinya sebagai partai yang independen dan terpisah dari jemaah. Untuk itulah seluruh pengurus Partai Kebebasan dan Keadilan harus melepaskan jabatannya di Ikhwanul Muslimin. Perumusan *platform* politikpun diserahkan sepenuhnya kepada pengurus partai tanpa campur tangan ikhwanul muslimin, namun meskipun begitu PKK tetap menggunakan islam sebagai asas dari partainya.

Akan tetapi nilai-nilai islam yang digunakan oleh partai lebih menekankan pada nilai substantifnya dari pada mengacu pada nilai leterleknya sehingga nilai tersebut lebih dapat diasimilasikan dengan

---

<sup>72</sup><http://gemadawah.blogspot.com/2011/12/caleg-nashrani-pkk-berjuang-untuk.html#.USQ76HnLnDc>. Akses pada tanggal 20 Januari 2013.

konsep demokrasi yang ingin diwujudkan oleh masyarakat Mesir, misalnya PKK menggunakan konsep syura sebagai fondasi dari sistem demokrasi karena menganggap bahwa sistem syura lebih kompleks di bandingkan sistem demokrasi tersebut.

Meskipun PKK melepaskan dirinya dari Ikhwanul Muslimin tetapi di dalam prakteknya kemenangan PKK dalam pemilu tidak terlepas dari peran Ikhwanul Muslimin di dalamnya. Jumlah kader yang signifikan serta memiliki loyalitas yang tinggi selalu siap untuk membantu PKK mengkomunikasikan program-program politiknya kepada masyarakat. Selain itu setiap kader ikhwan yang tersebar di seluruh penjuru Mesir mendapat amanah untuk membawa setidaknya 50 pemilih di luar kader ikhwan, serta siap siaga untuk menjaga setiap tempat pemungutan suara (TPS) supaya tidak terjadi kecurangan.

### **G. Analisis Produk Politik dan Strategi Marketing Politik Partai Kebebasan dan Keadilan dalam Pemilu Presiden Mesir Tahun 2012 Perspektif Siyasah Syar'iyah**

Dalam sejarah perpolitikan Islam, Abu Bakar merupakan orang pertama yang dipilih melalui kesepakatan umat Islam untuk memimpin negara setelah Nabi wafat. Proses pemilihan tersebut berlangsung di Tsaqifah Bani Sa'idah. Pada mulanya terj adi perdebatan antara kaum Anshar dan Muhajirin untuk menentukan pihak yang pantas menjadi pemimpin pengganti Nabi, ketika perdebatan mulai memanas Abu Bakar meleraikan dan mengatakan bahwa, "bukankah Nabi Muhammad pernah bersabda bahwa kepemimpinan umat Islamitu seyogyanya di tangan suku Quraisy, dan bahwa hanya di tangan itulah akan terj adi keruntuhan, keselamatan dan kesejahteraan bangsa Arab".<sup>73</sup>

Selain itu Abu Bakar juga mengatakan bahwa jika sampai kepemimpinan berada di tangan kaum Anshar maka perpecahan antara Aus dan Khajraj akan kembali terj adi karena merebutkan kekuasaan tersebut. Untuk itulah Abu Bakar memiliki inisiatif untuk mencalonkan Umar bin Khattab dan Abu Ubaidah sebagai bakal calonnya.

Mendengar hal itu, Umar lantas mendekati Abu Bakar karena ketidak setujuannya mencalonkan dirinya sebagai pemimpin kaum muslimin, ia pun langsung membaiait Abu Bakar dan menerangkan segala kebaikan dan keutamaannya kepada orang-orang yang hadir dalam pertemuan tersebut sebagai isyarat untuk ikut membaiait Abu Bakar, kaum muslimin pun mengikuti apa yang telah dilakukan Umar untuk membaiait

---

<sup>73</sup> Khoirul Anam, *Fikih Syasab dan Wacana Politik Kontemporer*, (Yogyakarta: Ide Pustaka, 2009), hlm. 89.

Abu Bakar sebagai pemimpin baru yang menggantikan Nabi.

Dari sukses pemilihan Abu Bakar tersebut kita dapat menangkap adanya proses marketing politik yang dilakukan Abu Bakar dan Umar, di mana Abu Bakar menyatakan bahwa suku Quraisy lebih pantas untuk menjadi pemimpin<sup>74</sup> demi keutuhan bangsa Arab, sementara Umar melakukan "*product promotion*" yang dimiliki oleh Abu Bakar supaya kaum muslimin memilihnya.

Hal inilah yang menjadi dasar dari adanya proses marketing politik di dalam Islam namun tentunya proses tersebut harus sesuai dengan ketentuan syara dimana proses marketing tersebut tidak boleh bertentangan dengan sumber utama agama yakni al-Quran dan al-Hadits. Untuk itulah didalam pembahasan bab ini penulis menganalisis proses marketing politik yang dilakukan oleh Partai Kebebasan dan Keadilan dari perspektif *syasab syar'iyah*.

## H. Analisis Produk Politik Partai Kebebasan dan Keadilan

Proses marketing politik tidak terlepas dari komunikasi untuk mempersentasikan produk politik dari kandidat kepada masyarakat. Untuk itulah produk politik memiliki peran yang sangat penting untuk dapat meraih hati masyarakat pemilih. Menurut Firmansah produk utama dari sebuah institusi politik adalah *platform* partai yang berisikan konsep, identitas, ideologi, dan program kerja sebuah institusi politik. Selain itu apa saja yang telah dilakukan partai politik di massa lalu berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Akhirnya, karakteristik atau ciri seorang pemimpin atau kandidat memberikan citra, symbol, dan kredibilitas sebuah produk politik (*political product*)<sup>75</sup>

Keberhasilan PKK untuk menarik para tokoh kunci di Mesir (sebagai pihak *influenced*) tidak lain adalah karena produk politik yang ditawarkan. Bahkan tokoh-tokoh tersebut tidak hanya sekedar mendukung saja melainkan juga menganjurkan masyarakat untuk ikut mendukung PKK memenangi pemilihan umum.

Produk politik yang dapat menarik para tokoh tersebut adalah *platform* partai yang menjadi pijakan partai. Di dalam *platform* tersebut di susun mengenai kebijakan-kebijakan partai dalam hal kebebasan, keadilan, pembangunan dan kepemimpinan.

Di mana kebebasan tersebut diasumsikan sebagai bentuk perlindungan Hak Asasi Manusia. Keadilan harus diwujudkan dalam

---

<sup>74</sup> *al-Bukhari Bikhasiyat al-Imam al-Sindi*, (Bairut: Daru al- Kutub al-'Ilmiyyah, 2008), IV: 453, "Kitab al-ADkam", "Bab Al-umarau min Quraisy". Hadits dari al- Jur!

<sup>75</sup> Firmanzah, *Marketing Politik*, hlm. 200-201

bidang ekonomi, pendidikan serta kesetaraan warga negara tanpa membedakan statusnya. Pembangunan yang bermuara pada prinsip pembangunan sumber daya manusia, pembangunan ekonomi, pembangunan perkotaan, dan pengembangan produktifitas. Serta kepemimpinan sebagai bentuk tujuan untuk mengembalikan kejayaan Mesir sebagai pemimpin negara-negara Arab dan negara-negara Islam lainnya dalam hal kebudayaan dan keagamaan di mana al-Azhar sebagai pusat kepemimpinan tersebut.

Jika di lihat dari perspektif *siyasah syar'iyah* produk politik tersebut tidak bertentangan dengan konsep keadilan yang ada dalam prinsip *siyasah syar'iyah* itu sendiri, hal itu dikarenakan di dalam al-Qur'an maupun hadits dijelaskan bahwa segala bentuk kebijakan didalam politik harus didasari pada prinsip keadilan.

## **I. Analisis Strategi Marketing Politik Partai Kebebasan dan Keadilan**

### **1. Analisis Strategi Penggunaan Media Massa**

Dalam konteks pemasaran politik, media massa memberikan kontribusi yang cukup signifikan. Kelebihan media yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat kapanpun dan dimanapun membantu kandidat untuk mempromosikan setiap program-politiknya.

Partai kebebasan dan keadilan didalam memasarkan politiknya kepada masyarakat menggunakan beberapa media sebagai alat bantuannya, diantaranya:

#### **a. Media Internet**

Seiring dengan berkembangnya teknologi kampanye bentuk pemasaran politik pun merambah ke dunia maya. Di Mesir pengguna internet mencapai 23 juta orang, atau lebih dari seperempat populasi secara keseluruhan, dengan jumlah pengguna tersebut kandidat dapat meraih suara pemilih dengan cukup signifikan. Untuk itulah Partai Kebebasan dan Keadilan tidak menyia-nyiakan kesempatan emas tersebut.

Cara yang dilakukan PKK untuk memasarkan produk politiknya melalui media internet adalah dengan merambah ke situs jejaring sosial seperti website, blog, youtube, twitter serta facebook yang menampilkan calon presiden yang di usungnya.

Konten di dalam media sosial tersebut berisikan tentang ajakan kepada masyarakat untuk memilih Mursi sebagai calon presiden. Selain itu juga dilaporkan mengenai kegiatan-kegiatan kampanye yang dilaksanakan di berbagai daerah, ketua tim kampanye Mursi menuturkan bahwa tujuan dari penggunaan media sosial tersebut adalah untuk memudahkan komunikasi secara langsung dengan masyarakat.

## b. Media Luar Ruang

Selain menggunakan internet, tim kampanye Mursi juga menggunakan media luar ruangan, seperti poster dan baliho. Media tersebut di tempel dan di pasang di tempat-tempat umum seperti pasar, alun-alun, pusat kota dan lain sebagainya.

Tujuannya sama yakni untuk mengajak masyarakat supaya memilihnya, namun ajakan di media luar ruangan lebih singkat dibandingkan dengan media yang digunakan Mursi di internet, selain berupa ajakan, baliho yang dipasang pun dituliskan mengenai selogan kampanye Mursi yakni "perubahan, kehendak rakyat".

Tujuan dari marketing politik adalah untuk mengenalkan diri kandidat kepada masyarakat salah satunya adalah dengan menggunakan media massa seperti yang dilakukan Mursi. Bentuk perkenalan diri tersebut dalam prinsip *siyasah syar'iyah* merupakan bentuk dari prinsi *ta'aruf* yakni untuk saling mengenal baik antara kandidat dan masyarakat, prinsip tersebut tersirat di dalam surat Al-Dujurat (49) ayat 13 adapun penggunaan media seperti yang telah dilakukan Mursi tidaklah bertentangan dengan syari'at, karena penggunaan media tersebut sebagai bentuk untuk mempermudah diri.

## 2. Analisis Mobilisasi Kader

Samuel P. Huntington didalam tesisnya menyatakan bahwa kejayaan partai diperoleh dari keberhasilannya dalam memobilisir berbagai kelompok pemilih baru ke arena politik.<sup>76</sup> Penjelasan tersebut senada dengan gambaran kemenangan Partai Kebebasan dan Keadilan dalam pemilu Mesir yang diselenggarakan pada tahun 2012 yang lalu. Keberhasilan PKK untuk mendapatkan dukungan dari berbagai elemen masyarakat mesir tidak terlepas dari militansi kader yang senantiasa mempromosikan partai baik secara langsung maupun tidak.

Militansi kader tersebut dapat dilihat disetiap agenda-agenda kampanye yang dilaksanakan, yakni diantaranya *tharqui baab*, sebagai bentuk silaturahmi kepada setiap masyarakat pemilih, *jaulat* kunjungan ke berbagai tokoh masyarakat serta daerah- daerah kumuh, *masiiraat*, melakukan pawai bersama, *mukbayyamaat*, mendirikan posko-posko kemenangan, *kehidmat*, pelayanan sosial, *ittishaalaat*, silaturahmi dan memberikan informasi via *hand phone*.

Agenda kampanye tersebut pada dasarnya memiliki dua strategi yakni silaturahmi dan melakukan kegiatan sosial untuk membantu

---

<sup>76</sup>Samuel P. Huntington, *Tertib Politik di Dalam Masyarakat Yang Sedang Berubah*, hlm.

masyarakat. Bentuk silaturahmi yang dilakukan seperti berkunjung ke rumah tokoh, mengabari teman melalui *hand phone* berkunjung kerumah tetangga, keliling daerah dan lain sebagainya, sementara bentuk kegiatan sosial yang dilakukan adalah dengan mendirikan posko-posko pelayanan sosial baik itu untuk pelayanan kesehatan, bidang ekonomi bahkan pengamanan lalu lintas.

Mobilisasi kader yang dilakukan Partai Kebebasan dan Keadilan dengan agenda kampanyenya tersendiri lebih menitik beratkan pada silaturahmi kepada sesama muslim ataupun sesama manusia, untuk itulah hal tersebut merupakan bentuk *Al-ukhwwah al-islamiyyah*. Bahkan bentuk silaturahmi yang dijadikan agenda pemilu PKK merupakan suatu hal yang sangat dianjurkan oleh agama. Selain itu kegiatan sosial yang dijadikan konsep di dalam agenda pemilu PKK merupakan bentuk pertolongan sesama muslim, dimana saling tolong menolong tersebut merupakan kewajiban bagi setiap muslim.

## J. Penutup

Beberapa hal yang dapat disimpulkan di sini adalah: (1) PKK memiliki produk politik yang dapat mempengaruhi seluruh elemen masyarakat untuk memilihnya, diantaranya mengenai *platform* partai yang menjadikan ajaran-ajaran agama Islam untuk dijadikan rujukan dalam menyelesaikan persoalan bangsa, selain itu *platform* tersebut juga memiliki program-program yang terstruktur, seperti program dibidang ekonomi, pembangunan masyarakat, kepemimpinan serta reformasi di bidang politik. Tidak hanya *platform* politiknya saja yang dapat menarik perhatian masyarakat, tetapi PKK juga memiliki *past record* serta *personal characteristic* yang baik, baik itu dari ketokohan partainya bahkan hingga kepartaiannya. Oleh sebab itulah dapat dikatakan pula bahwa produk politik PKK memiliki *unique selling proposition* yang dapat menarik minat masyarakat untuk memilihnya. (2) Ada beberapa cara yang dilakukan PKK untuk memasarkan produk politiknya yang dikelompokkan menjadi beberapa hal berikut: [a] Aspek *pull marketing* dimana Partai Kebebasan dan Keadilan (PKK) telah terbantu oleh pemberitaan-pemberitaan media massa mengenai gebrakan-gebrakan Mursi untuk memberikan kebebasan bagi perempuan dalam berbagai bidang serta menggandeng non muslim untuk masuk di pemerintahan. Selain itu, PKK pun mengiklankan dirinya di website-website yang dimiliki Ikhwanul Muslimin atau website lainnya seperti youtube dengan mengunggah video yang berisikan ajakan dan penjelasan mengenai *platform* politiknya, selain itu juga menggunakan media luar ruangan seperti baliho dan poster yang di pasang di tempat-tempat umum untuk memasarkan politiknya. [b] Dari aspek *push marketing*,

PKK sering mengadakan even-even besar disertai dengan hiburan dan pawai kendaraan dengan jumlah yang cukup besar seperti yang dilakukannya di wilayah port said yakni dengan mendatangkan tarian dari Nubia, nyanyian oleh Ultras Nahdawy serta hiduran kembang api. PKK juga membagi-bagikan *merchandise* seperti mug dan gantungan kunci yang bergambar partai atau wajah Mursi. Selain itu, PKK juga merambah ke dunia internet untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, seperti membuat website pribadi Mursi, facebook hingga twitter. [c] Dari aspek *Pass Marketing*, untuk memasarkan produk politiknya PKK membentuk tim kampanye sebagai *influencer* aktif dengan beberapa agenda diantaranya *tharqul baab*, yakni silaturahmi kepada setiap masyarakat pemilih, *jaulat* kunjungan ke berbagai tokoh masyarakat serta daerah-daerah kumuh, *masiraat*, melakukan pawai bersama, *mukhbayyamaat*, mendirikan posko-posko kemenangan, *khidmat*, pelayanan sosial, *ittishaalaat*, silaturahmi dan memberikan informasi via *hand phone*. Selain itu, PKK pun dibantu oleh beberapa tokoh masyarakat sebagai *influencer* pasif seperti Dr. Rafiq Habib yang merupakan tokoh Kristen Koptik, Dr. Nashr Farid Washil, anggota lembaga kajian islam, Mufti Mesir dan ketua persatuan ulama islam internasional mesir, Dr. Muhammad Mukhtar Al-Mahdi, ketua lembaga syari'ah Al-Muhammadiyah serta Syaikh Dr. Abdul Mun'im Al-Bari, ketua front ulama al-Azhar. Semua tokoh-tokoh tersebut dengan gencarnya mengajak masyarakat Mesir untuk memilih Mursi sebagai calon presiden. (3) Jika dilihat dari prinsip *siyasah syar'iyah* apa yang menjadi produk politik Partai Kebebasan dan Keadilan serta strategi untuk memasarkan produk politik tersebut tidaklah bertentangan dengan syara ataupun norma-norma agama.[]

## DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Agama, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemabannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*, Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2010.
- Al-Tirmizi, Abi 'Isa MuDammad Ibn 'Isa Ibn Saurah, *Al-Jdmi'u Al-UaUiU na hwna Sunan Al-Tirmizl*, Bairut: Daru al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2000 M/1421 H.
- Nawawi, Al-imam YaDya bin Syaraf al-, *UaUIUu Muslim bisyarh al-Navawl*, Bairut: Daru al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2010 M
- Sindi, Abi al-Dasan Nuruddin MuDammad Abdul Dad! al-, *UaUiU al-Bukhari Bikhdsiyat al-Imdm al-Sindi*, Bairut: Daru al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2008.

- Ahmad Imam Mawardi, *Fiqh Minoritas*, Yogyakarta: LKiS, 210.
- Al-Maududi, 'Ala, Abu *Politik Alternatif*, cet. Ke-3, alih bahasa Moh. Nurhakim, Jakarta: Gema Insani Press, 1994.
- \_\_\_\_\_, *Sistem Politik Islam*, cet. Ke-4, Bandung: Mizan, 1995.
- Anam, Khoirul, *Fikih Sijyasab*, Yogyakarta: Ide Pustaka, 2009.
- Ash-Shiddieqy, Hasbi, TM, *Pengantar Ilmu Fiqih*, cet. Ke-2, Jakarta: Bulan Bintang, 1974.
- Bakri, Asfari, Jaya, *Konsep Maqashid Syari'ah Menurut Al Syatibi*, Jakarta: Raja Grafindo, 1996.
- Djajuli, A., *Kaidah-kaidah Fikih*, cet. Ke-3, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Fiqh Sijyasab; Impementasi Kemasblabatan Umat dalam Rambu-rambu Syari'ah*, cet. ke-3, Jakarta: Kencana, 2007.
- Khan, Qamaruddin, *Tentang Teori Politik Islam*, alih bahasa Taufik Adnan Amal, Bandung: Pustaka, 1987.
- Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*, Bandung: Mizan, 1997.
- Mas'ud, Khalid, Muhammad, *Filsafat Hukum Islam dan Perubahan Sosial*, alih bahasa Yudian W. Asmin, Surabaya: Al-Ikhlas, 1995.
- Shiddieqy, Ash, Hasbi, TM, *Al-Islam*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1998.
- Zada Khamami dan Syarif Ibnu Mujar dan, *Fiqh Sijyasab; Doktrin dan Pemikiran Politik Islam*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Abu Ghozzah, *Musim Semi Revolusi Arab*, cet. Ke-2, Jakarta: Maktaba Gaza, 2012.
- Amal, Ichlasul (ed.), *Teori-teori Mutakhir Partai Politik*, cet. Ke-2, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1996
- Anwar, Khoirul, M. (ed.), *Prilaku Partai Politik*, Malang: UMM Press, 2006.
- Budiarjo, Miriam, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia, 2009.
- \_\_\_\_\_, (ed.), *Partisipasi Dan Partai Politik; Sebuah Bunga Rampai*, edisi ke-3, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- Bungin, Burhan, MH., *Penelitian Kualitatif, cet Ke-2*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Cangara, Hafied, *Kommunikasi Politik; Konsep, Teori, dan Strategi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2011.
- Firmanzah, *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008. Nawawi, Hadari *Metode Penelitian Bidang Sosial, cet. Ke-5*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1991.
- \_\_\_\_\_, *Mengelola Partai Politik*, edisi ke-2, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011
- \_\_\_\_\_, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan Dan Marketing Politik*, Jakarta: Pustaka

Obor, 2010.

Gazalba, Sidi, *Sitematika Filsafat Jilid I*, cet. ke-2, Jakarta: Bulan Bintang, 1967.

Heryanto, Gun-gun, *Marketing Politik di Media Massa dalam Pemilu 2009*, Jurnal Komunika STAIN Purwokerto, Vol. 3 (2009)

Huntington, P. Samuel, *Tertib Politik di Dalam Masyarakat Yang Sedang Berubah*, Buku ke-2, Jakarta: Rajawali, 1983.

Joesoef, Daoed, Geostrategi Indonesia, *Kompas* (Senin 3 Desember 2012).

Liliwari, Alo, *Strategi Komunikasi Masyarakat*, Yogyakarta: LKiS, 2011.

Mashuri, Kiram, Ikhwanul, Islamis Versus Status Quo, *Republika*, No. 157, Th. Ke- 20, Senin, 18 Juni 2012.

Meortopo, Ali, *Strategi Politik Nasional*, Jakarta: Yayasan Proklamasi Center For Strategic and International Studies, 1994.

Misrawi, Zuhairi, Ikhwanul Muslimin Pascarevolusi, *Kompas*, No. 232 Th. Ke-47 (25 Februari 2012).

Mohammad Ali, *Memahami Riset Prilaku dan Sosial*, Bandung: Pustaka Cendekia Utama, 2011.

Nursal, Adman, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Rahmat, Imadudin, M. *Arus Baru Islam Radikal*, Jakarta: Erlangga, 2005.

Sahasrad, Herdi, "Reformasi Mesir: Berkaca Pada Indonesia?," *Dialog*, vol. 72 (2011).

Tamburaka, Apriadi *Revolusi Timur Tengah*, Yogyakarta: Narasi, 2011.

<http://al-ikhwan.net>

<http://en.wikipedia.org>

<http://english.ahram.org>

<http://gemadakwah>.

<http://www.erasmuslim.com>

<http://www.ikhwanparty.com>

<http://www.islamedia.web.id>

<http://www.PKKOnline.com>

<http://www.rawstory.com>

<http://www.suaramedia.com>

<http://entertainment.kompas.com>

<http://www.washingtoninstitute.org>