

ABSTRAKSI

Seri Relina: Kampanye Politik Susilo Bambang Yudoyono (SBY) pada Pemilihan Umum 2009 dalam Prespektif Fiqh Siyasah

Pada pemilihan umum presiden tahun 2009 SBY meraih suara 73,87 % dan terpilih sebagai presiden yang kedua kalinya. Peolehan suara yang tinggi merupakan hasil dari sebuah proses kampanye yang menggunakan berbagai strategi dan metode. Kampanye SBY dianggap efektif, sehingga menghasilkan perolehan suara yang sangat signifikan. Fenomena tersebut menarik untuk ditelaah dari berbagai sudut pandang termasuk sudut pandang fiqh siyasah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pertama, Bagaimana kampanye politik SBY pada pemilihan umum 2009, Kedua, Bagaimana kampanye politik SBY pada pemilihan umum 2009 dalam prespektif fiqh siyasah.

Penelitian ini merupakan penelitian studi literatur atau studi kepustakaan. Data-data diperoleh dari buku-buku, referensi, jurnal, surat kabar dan sumber dari internet tentang strategi kampanye kemenangan SBY-Boediono. Data dari penelitian ini bersifat kualitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu data yang diperoleh, dikumpulkan, dikelompokkan, dan dikategorisasikan berdasarkan sifat data kemudian diadakan analisis guna memperoleh kesimpulan.

Pemikiran ini bertolak dari kerangka pemikiran metode dan strategi selalu memiliki hubungan dengan bukti suatu kejadian di suatu tempat. Kepopuleran SBY akan menjadikan respon dan partisipasi politik saat pemilihan umum. Semua dicapai saat pesan-pesan dalam kampanye serta manajemen kampanye politik SBY dapat menarik simpatik halayak. Kemasan kampanye yang menarik dan cerdaslah yang dapat menarik perhatian masyarakat umum.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang karena itu untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan menitik beratkan pada riset lapangan, dan sebagai landasan tentang teori permasalahan yang dikaji dan dokumen yang berkenaan dengan data yang dibutuhkan untuk keperluan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, kampanye politik yang digunakan SBY Strategi kampanye atau pencitraan melalui saluran komunikasi yang tepat yang dapat dijabarkan pada tiga tatanan: pertama, *media Relation* (peyakinan terhadap *stakeholder* media massa secara struktur, sistematis, dan komperhensif). Kedua, *frount group lobbying for media coverage* (usaha memaksimalkan kalangan pemilih yang berpengaruh *influential voters*). Ketiga, *media branding* (memanfaatkan *media community* seperti menerbitkan buku atau majalah).

Berdasarkan sudut pandang fiqh siyasah kampanye SBY termasuk ke dalam upaya mencari kekuasaan (jabatan), menurut tinjauan fiqh siyasah mencari kekuasaan diperbolehkan apabila memiliki tiga aspek, yaitu: memiliki keahlian memimpin yang mengempuni, bertujuan untuk membuat kebaikan bagi masyarakat, dan para penguasa yang ada tidak memenuhi kualitas memadai untuk memimpin.