



Jurnal

# Sospol Academica

Volume 1 Nomor 1 Tahun 2012

Bambang Suliana Wijaya

Analisis Strategi  
Komunikasi Pemerintahan Publik  
Calon Presiden Amerika Serikat 2008

Arofah  
Anrullah

Lanskap Birokrasi di Indonesia  
Dilema Meritokrasi dan Penyerbentian  
PNS di Lingkungan Birokrasi

Dilakhsana Yoda

Nilai Ekonomi Alan-Alan Saitan  
Yogyakarta: Aplikasi Travel Cost  
dan Contingent Valuation Method

Dandi Arkuin

Peribangunan Lingkungan Perkotaan  
Sebuah Perspektif Global

Shulby Yozan Ariandry

Pes Lokal Sebagai Ruang  
Partisipasi Publik: Studi Kasus Sams Peduli  
di Kota "Bangka Hus"

## **Oh Bama! It's So Hillary-ous.. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Calon Presiden Amerika Serikat 2008**

### **The Political Marketing Communication Analysis of the US Presidential Candidates 2008**

Bambang Sukma Wijaya  
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie  
Jl. HR Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta 12920  
bambang.sukma@bakrie.ac.id

**DOI:** 10.13140/2.1.2699.9840

#### ***Abstract***

*The election of U.S. presidential candidate of the Democratic Party in 2008 that exposes Obama versus Hillary has left the important lessons for studies of the political marketing communications. Obama with a background of black race and Hillary with gender background as woman had carved out a new history in the politics of the United States. This article analyzes the competitive landscape of the two candidates with the unique backgrounds, respectively, viewed from the perspective of political marketing communications. Obama's victory meant that American voters preferred sexist issues that connote gender rather than racial issues, so that candidate who comes from a black race still selected, what is important is the issues that represent the 'machismo' America as a strong world leader*

**Keywords:** *political marketing communication, Obama, Hillary, US Presidential Candidates*

#### **Abstrak**

Pemilihan calon presiden Amerika Serikat 2008 dari Partai Demokrat dengan pertarungan Obama dan Hillary menyisakan pelajaran penting bagi studi-studi mengenai komunikasi pemasaran politik. Obama dengan latar belakang ras kulit hitam dan Hillary dengan latar belakang gender wanita mencetak sejarah baru dalam perpolitikan Amerika Serikat. Tulisan ini berusaha menganalisis peta persaingan kedua kandidat dengan keunikan latar belakang masing-masing dari perspektif komunikasi pemasaran politik. Kemenangan yang diperoleh Obama memberikan makna bahwa pemilih Amerika lebih menyukai isu-isu seksis yang berkonotasi gender ketimbang isu rasialis, sehingga apapun rasnya tetap dipilih yang penting isu yang diangkat mewakili 'kejantanan' Amerika sebagai pemimpin dunia yang kuat.

**Kata kunci:** komunikasi pemasaran politik, Obama, Hillary, calon presiden Amerika Serikat

## **Pendahuluan**

Apa yang menarik dari pemilihan presiden Amerika Serikat 2008? Tak lain adalah dua kandidat dari Partai Demokrat yang bersaing yakni, Barack Obama (46) dan Hillary Clinton (60). Bukan karena Partai Demokrat cenderung berada di atas angin setelah presiden berkuasa saat itu yang berasal dari Partai Republik, George W Bush dianggap gagal membawa negaranya ke arah kemajuan bahkan merusak citra negara adidaya tersebut di mata dunia, namun karena kedua kandidat unggulan Partai Demokrat itu akan menjadi ujian demokrasi terbesar sepanjang segala abad bagi negeri yang dikenal sebagai panglima demokrasi dunia tersebut.

## **Hitamnya Amerika**

Barack Hussein Obama, Jr menjadi presiden kulit hitam pertama di AS. Kulit hitam? Ya, Amerika dipimpin oleh seorang kulit hitam memang sesuatu yang janggal. Sebagai ras minoritas yang hidup di bawah dominasi ras kaukasian kulit putih, kaum kulit hitam tentu berada di lapis ke sekian. Walaupun, dalam beberapa bidang, banyak tokoh Amerika dari kaum kulit hitam, seperti Martin Luther King dan Malcolm X. Jagad hiburan dan olahraga juga banyak mencatat prestasi kaum kulit hitam seperti Muhammad Ali, Denzel Washington, Will Smith, Bill Crosby, Oprah Winfrey yang sebagian di antaranya bahkan menjadi legendaris. Namun, siapkah Amerika dipimpin oleh seorang Presiden berkulit hitam?

Sejarah mencatat, Amerika kerap diwarnai kerusuhan rasial, dan umumnya dipicu oleh arogansi superioritas dominasi kaum kulit putih. Pada tahun 1917 misalnya. Terjadi kerusuhan rasial di East St. Louis. Lalu berturut-turut pada tahun 1919 di Chicago dan Knoxville, Tenn, tahun 1921 di Tulsa, tahun 1965 kerusuhan Watts di Los Angeles, tahun 1966 kerusuhan Hough di Cleveland, tahun 1967 kerusuhan 12<sup>th</sup> Street di Detroit dan kerusuhan di Newark, tahun 1968 terjadi kerusuhan di seluruh penjuru negeri setelah pembunuhan Martin Luther King Jr, tahun 1971 kembali terjadi kerusuhan di Camden, N.J., tahun 1980 di Chattanooga, Tenn, tahun 1992 kerusuhan di Los Angeles, dan tahun 2001 terjadi kerusuhan di Cincinnati.

Berbagai kerusuhan rasial yang mewarnai sejarah Amerika tersebut mensinyalkan bahwa tidak mudah bagi warga kulit berwarna untuk mendapatkan privilege seistimewa warga kulit putih, apalagi untuk menjadi pemimpin nomor satu di negeri sejuta selebritis tersebut.

## **Femininnya Amerika**

Apa yang terpikir di benak kita ketika mendengar Amerika yang superpower, superego, supermacho dan superarogan itu dipimpin oleh seorang wanita? Hillary Diane Rodham Clinton menjadi calon presiden wanita pertama di AS.

Untuk ukuran negara ‘panglima’ demokrasi, sungguh Amerika merupakan negara ‘terbelakang’ dalam hal

‘mempersilakan wanita’ sebagai pemimpin sebuah negara. Negara ini kalah jauh dari negara-negara berkembang atau miskin seperti Bangladesh, Pakistan, India, Indonesia, Filipina, dan lain-lain. Meskipun beberapa pos penting mulai diduduki perempuan seperti jabatan menteri luar negeri, namun untuk jadi penguasa gedung putih, negara ini seperti masih ‘enggan’ dipimpin oleh seorang wanita. Bahkan untuk jabatan orang kedua, yakni wakil presiden sekalipun.

Padahal, seperti diketahui, meskipun tidak lahir dari negara ini, gerakan feminisme justru mendapat lahan subur di negeri ini ketika tahun 1967 terbentuk *Student for a Democratic Society* (SDS) yang mengadakan konvensi nasional di Ann Arbor kemudian dilanjutkan di Chicago pada tahun yang sama. Dari sini kemudian muncul kelompok "feminisme radikal" dengan membentuk *Women's Liberation Workshop* yang lebih dikenal dengan singkatan "Women's Lib". Women's Lib mengamati bahwa peran kaum perempuan dalam hubungannya dengan kaum laki-laki dalam masyarakat kapitalis terutama Amerika Serikat tidak lebih seperti hubungan yang dijajah dan penjajah. Di tahun 1968 kelompok ini secara terbuka memprotes diadakannya "Miss America Pageant" di Atlantic City yang mereka anggap sebagai "pelecehan terhadap kaum wanita dan komersialisasi tubuh perempuan". Gema ‘pembebasan kaum perempuan’ ini kemudian mendapat

sambutan di mana-mana di seluruh dunia. Berbagai aliran bermunculan. Selain feminisme radikal, ada feminisme liberal, feminisme post modern, feminisme anarkis, feminisme marxis, feminisme kapitalis, feminisme sosialis, feminisme postkolonial, dan lain-lain.

Namun, menjadi presiden wanita Amerika Serikat tetap merupakan suatu hal yang tidak semudah berkembang-suburnya gerakan feminisme. Stigma dominasi pria masih cukup kuat dalam budaya negeri Paman Sam tersebut. Hitunglah berapa banyak anggota senat wanita dibandingkan anggota senat pria. Hitunglah berapa banyak menteri-menteri dan pejabat negara wanita dibandingkan pejabat pria. Hitunglah berapa banyak *hero* wanita yang digambarkan dalam film-film produksi Hollywood dibandingkan *hero* atau jagoan pria.

Karena itu, menjadi presiden wanita pertama Amerika Serikat, bukan saja sebuah prestasi dan terobosan baru, namun juga merupakan sebuah keberanian yang luar biasa bagi Hillary Clinton.

### **Obama vs Hillary**

Meskipun keduanya berasal dari partai yang sama, namun dari kampanye-kampanyenya terlihat jelas perbedaan antara Obama dan Hillary dalam menerapkan strategi menjaring pemilih.

Obama lebih menyasar kaum muda, kulit hitam dan para pria kulit putih dari

kalangan intelektual perguruan tinggi (*college-educated white men*). Tema perubahan dengan slogan “CHANGE We Can Believe In” dalam kampanye-kampanyenya sangat kental merasuk kaum muda dan moderat yang sudah merasa sangat jenuh dengan kepemimpinan presiden saat ini George W. Bush dari Partai Republik.

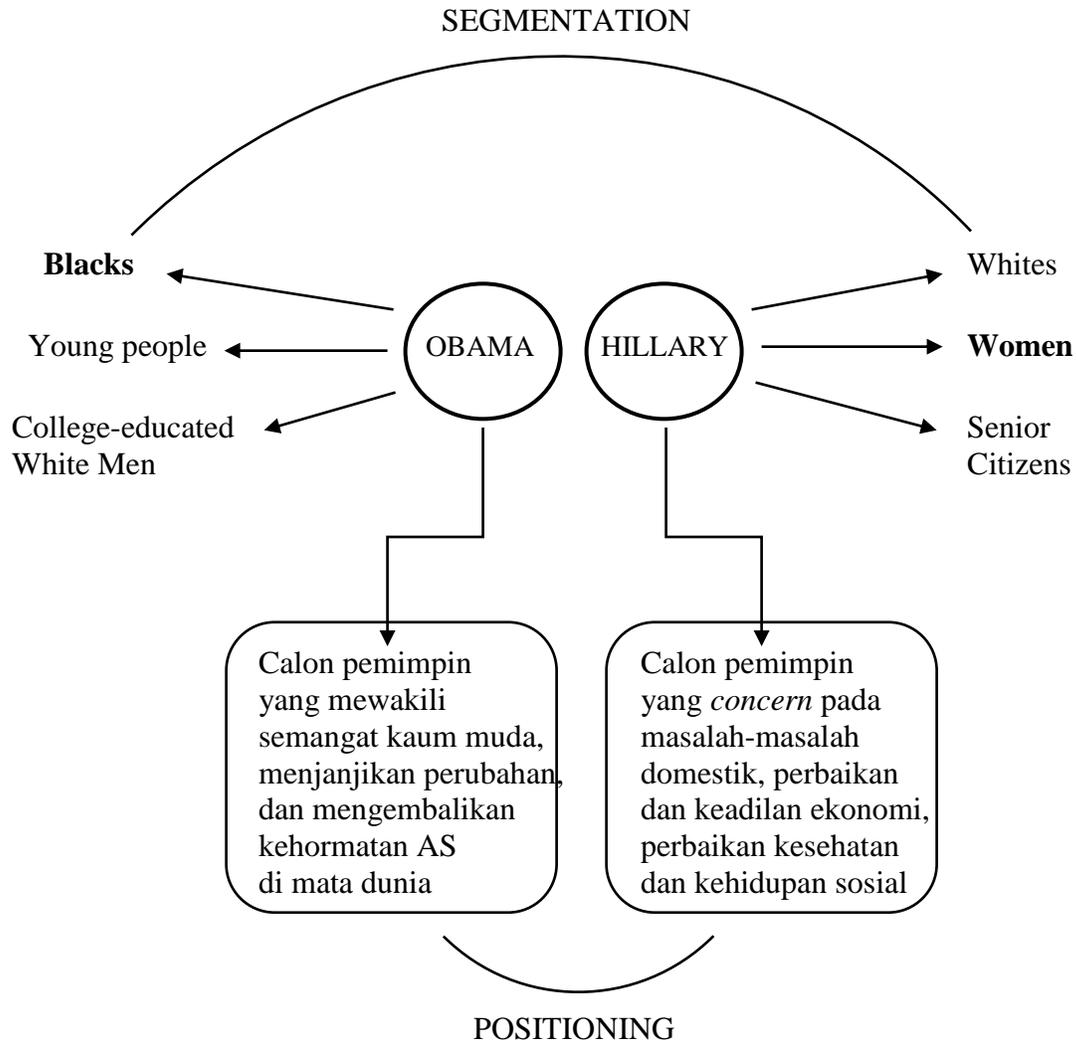
Obama juga dinilai memiliki kompetensi, wawasan dan pengalaman yang lebih baik dengan negara-negara lain terutama dunia ketiga, mengingat latar belakangnya yang sangat berwarna. "Itu artinya dia punya sensitivitas lebih akan dunia luas daripada orang yang tinggal di AS selama hidupnya," kata Robert Lamont (53) pekerja USAID di Jakarta seperti dikutip kantor berita *AFP*, Selasa (5 Februari 2008). Dengan sensitivitasnya tersebut, Obama diperkirakan bakal menghindari jejak uniteralisme Bush yang sangat dibenci warga dunia.

Harapan besar dipikulkan ke pundaknya untuk mengembalikan kehormatan Amerika di mata dunia setelah diporandakan oleh Bush. Ia ingin merangkul seluruh rakyat Amerika tanpa pandang bulu, memberi harapan akan kemajuan bangsanya. Tak heran ia dijuluki John F. Kennedy muda dan penerus Martin Luther King, Jr. “Persatuan adalah

kebutuhan kita yang paling utama,” kutipnya atas sebuah ucapan King. “Kita tidak akan berhasil membangun diri kita dengan cara menjatuhkan satu sama lain. Kita tidak akan berhasil berjalan dalam kebohongan atau ketakutan atau kebencian. Itu adalah racun yang harus kita bersihkan dari politik kita, dinding yang harus kita robohkan sebelum terlambat,” kata Obama dalam sebuah kampanyenya di South Carolina.

Sementara Hillary menysar pemilih kulit putih, kelas menengah, wanita dan orang tua. Beberapa kali Hillary menyindir Obama bahwa perubahan tanpa solusi nyata tak ada artinya. Karena itu ia telah menyiapkan sejumlah program untuk kesejahteraan masyarakat seperti program asuransi kesehatan untuk semua, dan perbaikan ekonomi nasional. “Gerakan hak asasi manusia adalah tentang keadilan ekonomi,” tegasnya dalam sebuah kampanyenya di Harlem, New York. Terlihat bahwa apa yang ditawarkan oleh Hillary bersifat domestik yang merupakan *concern* khas kaum wanita dan ibu rumah tangga.

Bila dipetakan, maka strategi Obama dan Hillary adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.** Strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning) Obama vs Hillary  
Sumber: Hasil analisis

Dari Dari peta di atas, tergambar bahwa segmen pemilih Obama ‘potensial’ mendasarkan pilihannya atas pertimbangan rasional, sedangkan Hillary berpotensi pada

pertimbangan emosional. Beberapa indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Kaum muda (terutama di negara maju seperti AS) kebanyakan

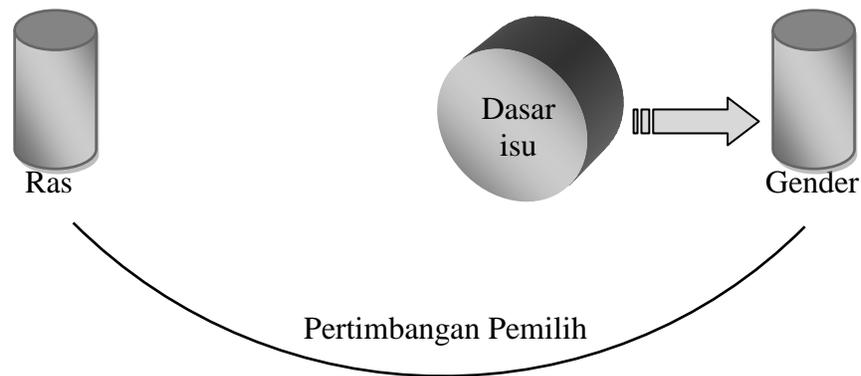
adalah kaum terpelajar, di mana selaput-selaput sentimen rasialisme dan etnisisme tampak kurang menonjol. Mereka juga cenderung lebih berani dan kritis terhadap keadaan yang menimpa negara mereka. Semangat kebersamaan yang tinggi tanpa memandang ras, membuat mereka sangat mudah tertarik pada isu-isu perubahan yang krusial dan menyentuh harga diri mereka sebagai warga bangsa masa depan. Tak heran, mereka dengan cepat terpesona dan tertular oleh semangat perubahan dan harga diri bangsa yang dipancarkan oleh Obama.

2. Kaum wanita memilih wanita tentu lebih berat pada pertimbangan emosional. Demikian pula orang-orang tua yang mendambakan kenyamanan hidup di hari tua, akan memilih calon pemimpin yang menjanjikan kesejahteraan daripada isu-isu semangat harga diri bangsa atau isu-isu perubahan yang lebih bersifat politis.
3. Meskipun kedua kubu menyebarkan aura sentimen rasial, namun segmen pemilih

Obama sebagian adalah justru datang dari kaum kulit putih pria berpendidikan tinggi. Hal ini semakin menegaskan 'kerasionalan' segmen pemilih Obama, ketimbang Hillary yang hampir seratus persen didominasi hanya oleh kaum kulit putih.

Sementara itu, dari *platform* dan *positioning* kandidat, terlihat bahwa gender memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Isu-isu yang ditawarkan Obama 'sangat laki-laki', sedangkan yang ditawarkan Hillary 'sangat perempuan'. Tak heran, sebagian pemilih pria kulit putih cenderung memilih dan 'lebih percaya' Obama ketimbang Hillary, meskipun Obama berkulit hitam (campuran). Dalam hal ini, sentimen ras rupanya tidak memiliki pengaruh terhadap pemilihan isu kampanye masing-masing kandidat.

Jika demikian, maka dapat dijelaskan, bahwa bola pertimbangan pemilih menggelinding pada isu yang didasarkan pada kegenderan kandidat daripada kesentimenrasian kandidat.



**Gambar 2.** Pergeseran isu strategis yang menjadi pertimbangan pemilih dalam Pemilihan Calon Presiden dari Partai Demokrat Amerika Serikat 2008  
Sumber: Hasil analisis

### **Obama + Hillary**

Berdasarkan asumsi di atas, dalam arti pemilih tidak lagi mendasarkan pilihannya atas pertimbangan sentimen ras, tapi lebih kepada pertimbangan isu yang ditawarkan, yang dari analisis *positioning* kandidat tampak bahwa isu-isu Obama ‘sangat laki-laki’ dan isu Hillary ‘sangat perempuan’, maka tak heran bila Obama-lah yang menang.

Dalam hal ini, dengan ‘kelaki-lakian’ isunya yang banyak menyorot pada ‘urusan

non-domestik’ rumah tangga negara (perubahan kebijakan luar negeri, kebijakan ekonomi yang mampu mengangkat kembali reputasi AS di mata dunia), Obama berhasil menarik simpati banyak kaum kulit putih (pria, wanita, orang tua, anak muda) untuk lebih memilih dirinya ketimbang Hillary yang lebih banyak fokus pada ‘urusan domestik’ rumah tangga negara (kesehatan masyarakat, keadilan ekonomi, dan lain-lain).

Hal ini terbukti dengan ‘kemenangan tak terduga’ Obama pada pemilihan

pendahuluan di tiga negara bagian yakni Virginia, Maryland dan Washington DC serta Maine pada Selasa 12 Februari 2008 yang merupakan basis kulit putih. Banyak pengamat berspekulasi bahwa kemenangan itu disebabkan para pemilih wanita dan orang tua kulit putih mulai menanggalkan keraguan mereka terhadap kapabilitas dan kredibilitas Obama. Namun, sesungguhnya, jika ditilik lebih seksama, untuk negara besar dan adidaya seperti Amerika yang memiliki peranan paling penting di pentas dunia, sudah selayaknya memikirkan isu-isu yang mengangkat peran dan harga diri Amerika di mata dunia seperti yang diusung Obama, ketimbang hanya fokus pada isu-isu ‘urusan rumah tangga’ dalam negeri sebagaimana yang lazim di negara-negara dunia ketiga yang kebanyakan penduduknya berada di bawah garis kemiskinan.

Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa isu yang membentuk *positioning* Obama lebih strategis daripada isu yang membentuk *positioning* Hillary, terutama di mata pemilih yang berjiwa ‘Amerika pemimpin dunia’ dan bukan sekadar ‘Amerika sebuah negara’. Hal ini juga seperti menegaskan hasil polling majalah TIME yang dirilis 8 Februari 2008 lalu yang mengatakan bahwa McCain (kandidat terkuat dari Partai Republik) akan lebih mudah mengalahkan Hillary ketimbang Obama di pemilihan presiden November nanti. Dalam polling

tersebut, responden akan memilih Obama 48% dan McCain 41% jika terjadi duel Obama-McCain, sedangkan jika terjadi duel Hillary-McCain maka masing-masing memperoleh dukungan suara sama yakni 46%. Ini berarti McCain lebih susah mengalahkan Obama ketimbang Hillary. Menurut Mark Schulman, CEO Abt SRBI, yang mengadakan polling untuk TIME, kuncinya adalah kaum independen atau swing voter. "Para independen lebih cenderung ke McCain jika dia berhadapan dengan Clinton. Namun mereka lebih cenderung ke Obama jika dia (McCain) melawan Senator Illinois itu," kata Schulman.

Namun, saat itu pemilihan pendahuluan belum berakhir. Jika hasil akhir menunjukkan Hillary-lah yang menang, banyak pengamat berasumsi hal tersebut membuktikan sentimen rasial masih membayangi Amerika. Bagi mereka (para pemilih), presiden *perempuan* kulit putih lebih baik daripada presiden *kulit hitam*.

Hal yang menarik adalah jika keduanya bergabung (berpasangan), maka akan menciptakan kekuatan yang luar biasa terutama dalam menghadapi pesaing mereka dari Partai Republik. Baik Obama maupun Hillary terbukti memiliki pendukung yang kuat, dan masing-masing pun memiliki kelebihan dan kekurangan yang bisa saling melengkapi. Apakah itu Obama yang calon Presiden dan Hillary

yang menjadi Calon Wakil Presiden atau sebaliknya, tak jadi soal, asalkan mereka menjadi satu paket sebagai calon presiden dan wakil presiden dari Partai Demokrat. Dalam sejarah AS, kemungkinan tersebut bukan tidak pernah terjadi. Pada 1980, Ronald Reagan memasang George H. Bush sebagai calon wakilnya meskipun Bush adalah pesaingnya dalam pemilu pendahuluan Republik. Demikian pula pada 1992, Bill Clinton memilih Al Gore, pesaingnya, menjadi pasangan dari Demokrat. Namun, seperti yang diketahui saat ini, rupanya Obama hanya memasang Hillary sebagai menteri luar negeri dan memilih Biden sebagai wakil presiden.

Hal ini bisa jadi lebih merupakan ‘strategi Demokrat’ untuk ‘melatih’ Hillary dengan urusan dan isu luar negeri yang pada masa kampanye kurang disentuh oleh Hillary, sehingga bukan tidak mungkin Hillary akan menjadi salah satu kader potensial Demokrat untuk calon presiden berikutnya setelah Obama, sekaligus menegaskan “kemoderatan” warna Demokrat dibandingkan Republik yang lebih dikenal sebagai partai konservatif dan kurang dapat menerima hal-hal di luar kewajaran, seperti presiden berkulit hitam atau wanita atau apalagi presiden gay. Sementara Demokrat lebih fleksibel dan terbuka, terbukti dengan dilegalkannya pernikahan sejenis semasa pemerintahan Obama, yang hampir pasti tidak mungkin diperbolehkan oleh

pemerintahan Amerika Serikat di bawah kepemimpinan Republik.

### **Simpulan**

Dengan strategi Demokrat menjagokan Obama dan Hillary serta kekuatan basis pemilih yang beragam baik dari kalangan kulit hitam maupun perempuan akhirnya mampu menarik lebih banyak suara, meskipun keduanya memiliki ‘tugas berat’ mendobrak stigma pemimpin Amerika selama ini yang senantiasa berputar pada lingkaran WASP (White, Anglo Saxon and Protestant), eksekutif dan laki-laki. Keduanya dapat membuka lembaran baru sejarah Amerika sebagai presiden kulit hitam pertama maupun presiden wanita pertama di negara adidaya tersebut.

### **Referensi**

- Firmanzah (2007). *Marketing Politik*. Jakarta: Penerbit Obor Indonesia
- Kotler, Philip (2000). *Marketing Management*. New Jersey, USA: Prentice Hall
- Kurtz, David L. (2012). *Principles of Contemporary Marketing*. USA: Cengage
- Nursal, Adman (2004). *Political Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wijaya, Bambang Sukma (2011). *Experiential Communication Model in*

Wijaya, B. S. (2012). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Calon Presiden Amerika Serikat 2008. *Jurnal Sospol Academica*, Vol. 1 No. 1, pp. 7-16

the Organizational Communication: a Study of Persuasive Technique in order to Gain Audience's Trust. *Jurnal Komunika*, Vol. 14 No. 1, p. 37-44

Zaltman, Gerald & Lindsay Zaltman (2008). *Marketing Metaphoria: What Deep Metaphors Reveal About The Minds of Consumers*. Boston: Harvard Business Press

Koran dan Majalah:

*Kompas*, 31 Januari, 6 Februari, 13 Februari, 14 Februari, 15 Februari 2008

*Koran Tempo*, 30 Januari, 4 Februari 2008

*Media Indonesia*, 31 Januari 2008

*The Jakarta Post*, January 28, February 15, 2008

*The Straits Times*, January 5, January 30, 2008

Sumber Lain:

[www.barackobama.com](http://www.barackobama.com)

[www.detik.com](http://www.detik.com)

[www.hillaryclinton.com](http://www.hillaryclinton.com)

[www.komunikasiana.com](http://www.komunikasiana.com)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) (Yahoo!News)