

**PERSONAL BRANDING DAN PEMENANGAN HAJI UMA
PADA PEMILU TAHUN 2019**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SYUKRIA

NIM. 170801112

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2023 M /1444 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH/SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syukria
NIM : 170801112
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Judul Skripsi : Kedermawanan Dan Politik (Studi Kasus: Haji Uma Pada Pemilu 2019)

Dengan ini Saya menyatakan bahwa dalam penulisan Tugas Akhir (Skripsi) Saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan;
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain;
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya;
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data;
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat mempertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-raniry.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 05 April 2023

Yang Menyatakan;



Syukria

NIM.170801112

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**KEDERMAWANAN DAN POLITIK (STUDI KASUS: HAJI
UMA PADA PEMILU 2019)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Sebagai Salah Satu Persyaratan Lulus Strata Satu
(S1)
Pada Program Studi Ilmu Politik

Oleh:

Syukria

NIM.170801112

Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

Banda Aceh, 5 April Juni 2023
Disetujui untuk diuji/munaqasyah kan oleh:

A R - R A N I R Y

Pembimbing I

Pembimbing II



Rizkika Lhena Darwin, M.A.
NIP. 198812072018032001



Melly Masni, M.I.R
NIP.199305242020122016

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG

**PERSONAL BRANDING DAN PEMENANGAN HAJI UMA
PADA PEMILU TAHUN 2019**

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh Dan
Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana (S1) Dalam Program Studi Ilmu Politik.

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 17 April 2023
26 Ramadhan 1444 H

Banda Aceh,
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

Ketua



Rizkika Lhena Darwin, M.A.
NIP. 198812072018032001

Sekretaris,



Melly Masni, M.I.R
NIP.199305242020122016

Penguji I



Dr. Muji Mulia, S.Ag., M.Ag
NIP. 197403271999031005

Penguji II,



Renaldi Syafriansyah, M.H.Sc.,M.P.M
NIDN. 2007017903

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh




Dr. Muji Mulia, M.Ag
NIP. 197403271999031005

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur alhamdulillah saya panjatkan puji serta syukur kepada Allah SWT, yang telah memberi saya kesehatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Personal Branding dan Pemenangan Haji Uma Pada Pemilu Tahun 2019**. Adapun tujuan disusunnya karya ilmiah ini adalah untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. dalam penulisan skripsi ini sampai selesai peneliti mendapat bantuan dorongan baik secara moral maupun secara materi. Maka izinkan peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Terima Kasih kepada Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman., M.Ag. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh.
2. Terimakasih kepada Bapak Dr. Muji Mulia., M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
3. Terimakasih dan cinta tak terhingga kepada Orangtua, Ayah (Alm) Alamsyah dan Ibu (Alm) Ruhana yang senantiasa menjadi rumah dan tempat ternyaman untuk pulang, semoga ditempatkan dalam surganya Allah SWT.
4. Terima Kasih kepada Dosen Pembimbing I Ibu Rizkika Lhena Darwin, MA. yang senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan masukan dan kritikan konstruktif sehingga skripsi ini selesai.
5. Terima Kasih kepada Dosen Pembimbing II Ibu Melly Masni, M.I.R yang selalu menjadi tempat untuk berdiskusi dalam penyelesaian setiap masalah pada masa penyelesaian skripsi ini.
6. Terimakasih kepada saudara sekandung peneliti kakak Raziah dan adik Salahuddin peneliti yang menyemangati peneliti kuliah hingga selesai.
7. Terimakasih kepada Toke awaluddin dan keluarga yang sudah menjadi rumah, memberikan pekerjaan untuk peneliti selama menjalani proses perkuliahan.
8. Terimakasih kepada sahabat peneliti Fazil Rinaldi, Rian Andika, Jafier Halim dan seluruh teman-teman peneliti di angkatan 17 maupun ditempat yang lain, Semoga sukses dalam setiap cita-cita.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari

kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini

Banda Aceh 4 April 2023
Peneliti

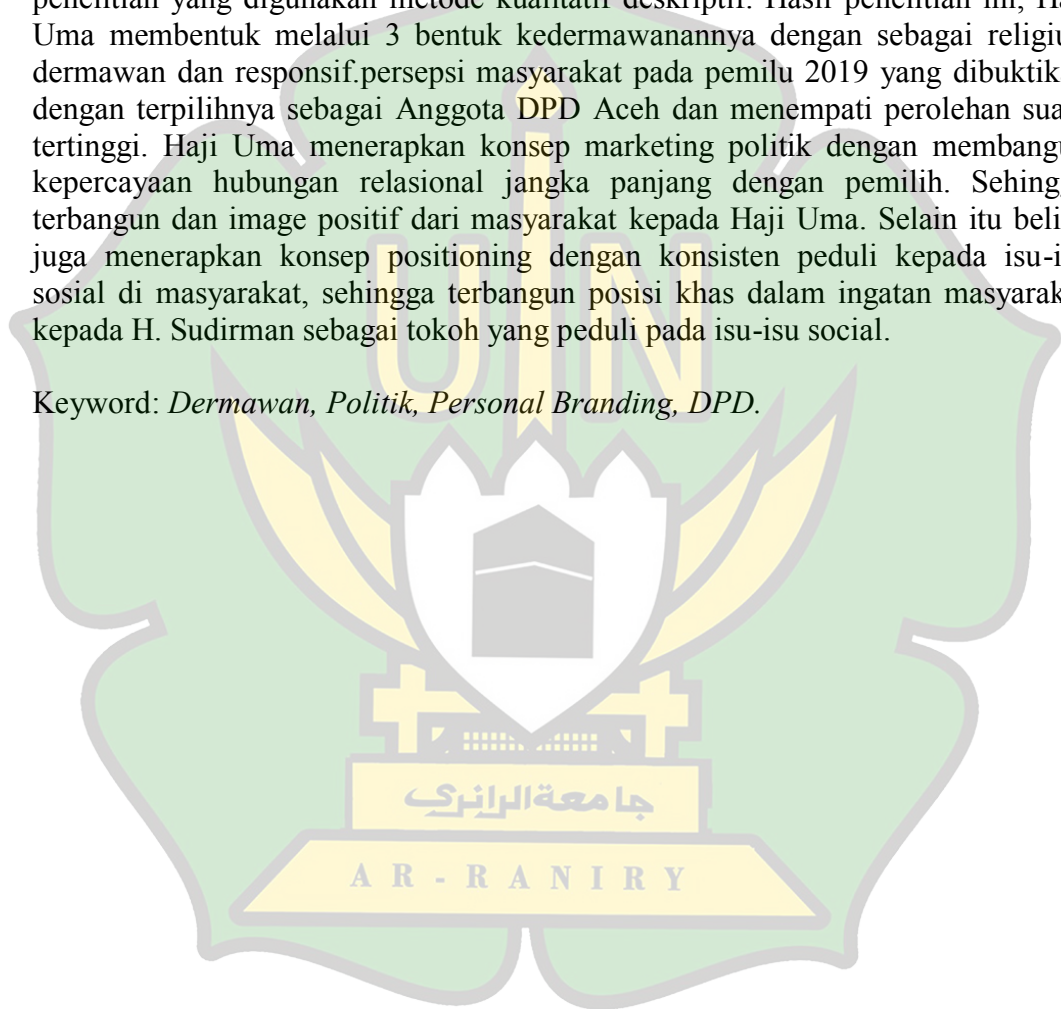
Syukria
NIM.170801112



ABSTRAK

H.Sudirman alias Haji Uma aktor komedi Aceh yang populer ia di panggil Haji Uma di kalangan masyarakat Aceh, dalam actingnya ia seorang ayah tegas dalam mendidik keluarganya, sebutan Haji Uma sejak tahun 2014 ia telah terpilih sebagai anggota legislatif dari unsur DPD dan terpilih lagi untuk kedua kalinya pada tahun 2019. Elektabilitas sudirman di kaitkan dengan sifat kedermawanannya, kepedulian ini bertujuan untuk menganalisa cara Haji Uma membentuk citra dermawan dalam kontestasi pemilu legislatif 2019. Metodologi penelitian yang digunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini, Haji Uma membentuk melalui 3 bentuk kedermawanannya dengan sebagai religius, dermawan dan responsif. persepsi masyarakat pada pemilu 2019 yang dibuktikan dengan terpilihnya sebagai Anggota DPD Aceh dan menempati perolehan suara tertinggi. Haji Uma menerapkan konsep marketing politik dengan membangun kepercayaan hubungan relasional jangka panjang dengan pemilih. Sehingga terbangun dan image positif dari masyarakat kepada Haji Uma. Selain itu beliau juga menerapkan konsep positioning dengan konsisten peduli kepada isu-isu sosial di masyarakat, sehingga terbangun posisi khas dalam ingatan masyarakat kepada H. Sudirman sebagai tokoh yang peduli pada isu-isu social.

Keyword: *Dermawan, Politik, Personal Branding, DPD.*



DAFTAR ISI

COVER	i
KATA PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PERYATAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Bagi Civitas Akademika	10
1.4.2 Bagi Masyarakat.....	10
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	11
2.1.Landasan Teori	11
2.1.1. DPD (Dewan Perwakilan Daerah)	11
2.1.2. <i>Personal Branding</i>	12
2.1.3. Persepsi (<i>perception theory</i>)	16
2.2. Penelitian Yang Relevan	21
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1.Metode Penelitian	26
3.2.Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.Lokasi Penelitian.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Pemetaan Kontestasi: Calon DPD RI Provinsi Aceh 2019	32
4.1.1. Profil Umum Kandidat Dan Perolehan Suara	32
4.1.2. Profil H. Sudirman	35
4.2 <i>Personal branding</i> Haji Uma	38
4.2.1. Bentuk-Bentuk <i>Personal branding</i> Haji Uma.....	39
4.2.2. Cara Membangun Citra	46
4.3 Pengaruh <i>Personal branding</i> Terhadap Persepsi Masyarakat	54
4.3.1. Kekhasan	55
4.3.2. Relevansi.....	57
4.3.3. Konsistensi	61
BAB V KESIMPULAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
Daftar Pustaka.....	64
Lampiran	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang masalah

Indonesia telah menetapkan dirinya sebagai negara demokrasi, seyogyanya pemilu menjadi ajang utama dalam pesta demokrasi. Didalam pemilu, rakyat diharapkan dapat berpartisipasi aktif menggunakan hak suaranya, hal ini dikarenakan pemilu sebagai salah satu wadah untuk menyalurkan aspirasi. kontestasi pemilu menjadikan momentum bagi rakyat selaku pemilih untuk menilai para kontestan melalui visi, misi, dan program yang ditawarkan, sehingga rakyat akan tahu kemana arah program kerja kandidat serta rakyat selaku pemilih dengan mudah menentukan pilihannya.

Sebagai negara demokrasi yang diikat oleh aturan hukum, pemilu sendiri telah termaktub di dalam undang – undang Republik Indonesia nomor 15 Tahun 1969 tentang asas penyelenggaraan pemilu, pada dasarnya semua warga negara yang memenuhi persyaratan dalam usia, yaitu telah berusia 17 tahun atau telah kawin, berhak ikut memilih, ditambah lagi undang – undang nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, asas-asas Pemilu di Indonesia.

Proses pemilu memiliki asas – asas yang diantaranya, asas langsung yang mengandung makna bahwa rakyat sebagai pemilih memiliki hak untuk memberikan suaranya secara langsung tanpa ada perantara dan sesuai dengan kehendak hati nurani. Disamping itu juga ada Asas umum yang dimana pemilu memberikan jaminan kesempatan bagi semua warga negara Indonesia yang telah memenuhi persyaratan sebagai pemilih sebagaimana ditetapkan dalam undang-undang.

Pemilu dilakukan tanpa adanya diskriminasi atau hal yang berhubungan dengan suku, ras, agama, dan antar golongan hal ini selaras dengan asas bebas dalam pemilu yang artinya setiap warga negara bebas menentukan pilihannya sesuai dengan kehendak hati nurani dan tanpa paksaan dari siapapun, dalam pemilu keamanan kebebasan ini juga dijamin oleh undang-undang. Asas rahasia mengandung pengertian bahwa dalam memberikan suara, pilihan dari setiap warga negara (sebagai pemilih) akan mendapatkan jaminan dan tidak akan diketahui oleh pihak manapun. Asas jujur yaitu setiap penyelenggara Pemilu, aparat pemerintah, peserta Pemilu, pengawas Pemilu, pemantau Pemilu, pemilih, dan semua pihak yang terlibat dalam Pemilu harus bersikap dan berbuat jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Asas adil dalam Pemilu artinya setiap pemilih berhak mendapatkan perlakuan yang adil dan bebas dari kecurangan dari pihak manapun.¹

Berbicara pemilu maka kita berbicara proses perebutan kekuasaan melalui jalur pemilihan, tentunya setiap orang mempunyai hak sesuai aturan untuk memilih dan dipilih, begitu pula dengan gemerlap dan hingar bingar selebritis yang turut mewarnai kancah perpolitikan di Indonesia dalam menggunakan hak dipilih. Selebritis dari kalangan artis baik film dan sinetron, berlomba-lomba turut mencalonkan diri di Pilkada. Popularitas merupakan nilai tambah modal komunikasi politik para selebriti, mereka lebih sering tampil di acara televisi atau diberbagai acara yang berkaitan dengan pertelevisian. Mereka juga di kenal melalui pefilman/sinetron tertentu, bahkan mereka pun ada yang memiliki fans atau penggemar berat sehingga hal ini memudahkan mereka untuk bisa lebih

¹ Uu Nurul Huda, *Hukum Partai Politik Dan Pemilu Di Indonesia* (bandung : fokusmedia 2018), 84.

dikenal oleh masyarakat. Dalam artikel yang ditulis Wahyuni Choiriyati dan Ida Wiendijarti, mereka memberi gambaran, bahkan bagi masyarakat awam yang tidak memiliki wawasan dasar tentang politik, apatis terhadap politik dan tidak mengetahui atau tidak mengenal calon-calon yang mereka pilih, apakah cagubnya, calegnya maka dapat dengan mudahnya mereka memilih calon dari kalangan selebritis.² Masyarakat merasa dekat dengan artis karena terpaan media setiap harinya, Maka tak bisa dipungkiri ketika artis mencalonkan atau dicalonkan dalam pemilihan umum menjadi suatu hal yang menarik perhatian masyarakat. Seperti yang dikutip dalam diktum terkenal ilmuwan politik bahwa:

“pers mungkin tidak selalu berhasil dalam mendorong orang untuk memikirkan sesuatu, tetapi sangat berhasil sekali dalam mendorong (orang) untuk menentukan apa yang perlu mereka pikirkan. Popularitas dimaknai sebagai yang dikenal dan disukai oleh banyak orang atau tindakan seseorang dalam aktualisasi diri untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas.”³

Pilkada langsung sudah berlangsung beberapa kali di Indonesia dimana rakyat diseluruh wilayah Indonesia memilih secara langsung, hal ini telah menghadirkan banyak cerita atau dinamika dalam pertarungan kandidat di Pilkada. Dalam kalangan masyarakat dalam berpartisipasi dalam pemilu baik menggunakan pandangan dengan cara pluralitas, profesional. Munculnya persoalan tersebut selain karena popularitas sebagian kandidat jauh melebihi kemampuannya untuk menjadi politisi yang andal dan negarawan, juga ditopang oleh semakin berkembangnya sikap rasional para pemilih terutama “rasional secara materi”. Implikasinya, *money politics* menjadi lebih meluas sehingga perilaku pemilih cenderung mengarah pada munculnya “transaksi material” yang

² Wahyuni Choiriyati, *Popularitas Selebriti sebagai Komoditas Politik* Jurnal Ilmu Komunikasi, 9, Nomor 2, Mei-Agustus 2018,140

³ Ibid, 142.

bercorak jangka pendek dan sesaat, bukan pada “transaksi kebijakan” antara para wakil dengan terwakil.⁴ Jika merujuk pada fakta yang penulis lihat, sepertinya hal tersebut masih abu abu. Fakta menunjukkan bahwa dalam banyak kesempatan pula, sosok-sosok yang terkenal justru gagal memenangi persaingan. Sebut saja dari kalangan para artis, di mana tidak semua dari mereka dapat memenangi persaingan dalam Pilkada maupun Pemilu. Meskipun mereka cukup populer, namun pada kenyataannya, beberapa di antara mereka, masih dapat diungguli oleh para kompetitor yang mungkin tidak sepopuler mereka. Dengan demikian, popularitas bisa dikatakan tidak menjadi jaminan bagi para kandidat untuk bisa memenangkan *kontestasi* dalam pemilihan langsung.

Kata “*famous*” (terkenal) sendiri sejatinya memiliki dua wajah. Wajah pertama adalah orang terkenal yang disebut dengan populer (popular). Orang terkenal dalam kategori ini adalah mereka-mereka yang dikenal banyak orang sekaligus disukai, entah itu dengan alasan apapun. Sebagaimana tercantum dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kata populer dimaknai sebagai “dikenal dan disukai orang banyak (umum)”. Begitu pula arti kata populer dalam bahasa Inggris yang dimaknai sebagai “orang yang terkenal baik”. wajah yang kedua berita dengan citra yang positif akan menghasilkan dampak popularitas yang positif. Sebaliknya, jika berita memuat citra negatif, maka akan menghasilkan dampak popularitas yang negatif pula.⁵

Dalam konteks pemilihan langsung, dua wajah terkenal (famous) ini sangat menentukan dan menjadi faktor utama yang menentukan seorang kandidat

⁴ Trimurti Ningtyas, *Model Hubungan Kepercayaan Masyarakat (Citizen Trust) berdasarkan “Disconfirmation of Expectation” di BPN Surabaya*, Jejaring Administrasi Publik. Th V. 1, Januari-Juni 2019, 267.

⁵ Esther Meilany Pattipeilohy. *Citra Diri dan Popularitas Artis*, Dakwah dan Komunikasi Vol. 1 No. 2, 2018. 107.

bisa terpilih atau tidak. Jika kandidat terkenal dalam kategori populer (popular), maka itu bisa menjadi garansi ia dapat terpilih dalam persaingan. Sebaliknya, jika seorang kandidat terkenal dalam kategori *notorious*, maka jangan pernah berharap ia akan terpilih dalam sebuah kontestasi.

Dalam artikel Choiriyati dan Wiendijarti, Popularitas Selebriti sebagai Komoditas Politik pemilihan langsung, sejatinya ada tiga hukum pasti yang harus dipenuhi seorang kandidat untuk bisa memenangkan *kontestasi*. Hukum pertama, kandidat harus terkenal (famous). Artinya semua pemilih yang akan menggunakan hak suaranya harus tahu siapa sang kandidat. Hukum kedua, kandidat harus terkenal karena kebbaikannya (popular), bukan terkenal karena kebbaikannya (*notorious*). Jika ia sudah terkenal karena kebbaikannya (popular), maka hukum ketiga akan berlaku, yakni ia akan memiliki tingkat keterpilihan yang baik (*electability*).⁶

Kemudian yang menjadi persoalan berikutnya adalah bagaimana caranya agar seorang kandidat bisa terkenal karena kebbaikannya (popular) bukan secara notorious, agar bisa terpilih menjadi pemimpin publik guna mengimplementasikan ide-idenya. Adapun salah satu cara untuk menggapai popularitas, adalah dengan melakukan kerja secara politik. Kerja politik yang dimaksud adalah menyampaikan gagasan dan ide-ide kepada para pemilih guna kebaikan bersama. Berbarengan dengan itu, harus pula disampaikan kepada para pemilih tentang *track record* (rekam jejak) sang kandidat, tentang prestasinya, kapabilitasnya, dan mengapa ia bisa menjadi satu-satunya jawaban terhadap persoalan-persoalan yang sedang menyelimuti publik. Dengan kemajuan

⁶ Choiriyah, Windiarti, *Popularitas Selebriti sebagai Komoditas*, 130.

teknologi informasi serta berkembangnya ilmu *marketing* (pemasaran) politik di Indonesia, metode untuk menyampaikan ide dan gagasan-gagasan sang kandidat kepada pemilih bisa ditempuh dengan beraneka ragam cara. Landasan pertama, kerja politik yang dilakukan harus mengedepankan kepentingan pemilih di atas kepentingan siapa pun, karena pemilih merupakan pemilik titah (raja) dalam pemilihan langsung.

Landasan kedua, kerja politik yang dilakukan tidak boleh instan. Artinya, rentang waktu yang dibutuhkan kandidat untuk menyampaikan ide dan melakukan pendekatan kepada pemilih tidak bisa dilakukan dalam jangka waktu yang pendek. Telah banyak kasus kita jumpai bahwa kerja instan tak menghasilkan suara yang memadai. Ini yang bisa menjelaskan kenapa calon-calon petahana dalam pilkada serentak kemarin cukup sulit dikalahkan oleh pendatang baru. Karena pendeknya waktu untuk melakukan sosialisasi, calon baru cukup sulit menyaingi petahana yang telah memiliki waktu selama 5 tahun untuk dekat dengan pemilih. Landasan ketiga, kerja politik harus dilakukan secara bergelombang dan terus menerus (*continue*). Artinya, kerja politik yang dilakukan tidak boleh terputus. Ia harus terus secara berkesinambungan menjawab persoalan-persoalan publik. Keempat, dan ini yang paling penting, kandidat harus hadir di tengah-tengah pemilih. Kehadiran kandidat ini bisa kita artikan dua arah. Arah yang pertama, kandidat memang betul-betul hadir secara fisik. Ia berada langsung di antara para pemilih untuk menjadi pemecah persoalan. Sementara arah yang kedua, kehadiran ini meski tidak secara fisik, ia tetap dirasakan kontribusinya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan *public*.

DPD (Dewan Perwakilan Daerah) terbentuk pada bulan November 2001. Pembentukan DPD itu melalui perubahan ketiga Undang-Undang Dasar 1945 dalam sidang MPR. Salah satu tujuan pembentukan lembaga itu adalah untuk mewakili kepentingan-kepentingan daerah, serta untuk menjaga keseimbangan antara pusat dengan daerah. Gagasan dasar pembentukan DPD adalah keinginan untuk lebih mengakomodasi aspirasi daerah dan sekaligus memberi peran yang lebih besar kepada daerah dalam proses pengambilan keputusan politik untuk hal-hal terutama yang berkaitan langsung dengan kepentingan daerah. Sebagai lembaga tinggi negara, DPD RI menjalankan legislasi pengawasan dan penganggaran. Anggota DPD merupakan perwakilan setiap provinsi yang dipilih melalui pemilihan umum dimana mereka memiliki fungsi perwakilan daerah atau bisa dikatakan sebagai fraksi utusan daerah.

Artis Aceh, Sudirman yang lebih dikenal sebagai Haji Uma dan seorang penyanyi etnik Aceh yaitu Rafli, yang sangat populer di kalangan masyarakat Aceh. keduanya terpilih menjadi Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD)-RI bersama dua senator lainnya mewakili Aceh. Kepastian terungkap setelah Komisi Independen Pemilihan (KIP) menuntaskan rapat pleno rekapitulasi perolehan suara hasil Pemilu Legislatif 2014 untuk tingkat DPD-RI di Gedung DPR. ⁷ Seperti penulis ketahui, Sudirman alias Haji Uma saat ini masih menjabat sebagai anggota DPD periode 2014-2019. Ia terpilih setelah meraup 136.964 suara dari seluruh Aceh. Untuk Pemilu 2019, Haji Uma yang populer lewat film komedi Aceh "*Eumpang Breuh*" ini kembali mencalonkan diri. Untuk menarik perhatian pemilih, Haji Uma menggunakan pakaian sama persis ketika bermain film pada

⁷ <https://analisdaily.com/berita/arsip/2014/4/27/25383/artis-komedi-dan-penyanyi-aceh-jadi-anggota-dpd/>

kertas suara. Kostum khasnya yaitu baju kaos putih, peci putih dan handuk hijau yang disematkan di leher. Penampilannya terlihat mencolok meski berada di urutan paling bawah pada kertas suara.⁸ Pada periode ini memperoleh 960,033 total suara, Haji Uma sebelumnya merupakan pemain baru dan terpilih kembali, Selama lima tahun menjadi senator, Haji Uma makin dikenal karena sering memulangkan jenazah warga Aceh yang meninggal di Malaysia.⁹

H.Sudirman alias Haji Uma yang dikenal sebagai aktor komedi Aceh yang laris manis dalam kalangan masyarakat Aceh, didalam film yang berjudul Eumpang Breuh ia berperan sebagai seorang ayah yang memiliki sifat yang tegas dalam melindungi keluarganya. Ketenarannya melalui film telah membawa Sudirman atau sering dikenal oleh rakyat Aceh dengan sebutan Haji Uma terpilih kembali menjadi anggota DPD-RI untuk dua periode.¹⁰ Selama menjabat sebagai anggota DPD RI periode 2014-2019 berada di komite III, keberadaan Haji Uma di DPD RI dibidang tersebut secara garis besar memiliki tiga fungsi selaku DPD, yaitu fungsi legislasi, pertimbangan dan pengawasan. Fungsi ini bermaksud untuk menjembatani aspirasi daerah Aceh dengan pusat dalam penerapan kebijakan pembangunan nasional. Dengan demikian kepentingan dan aspirasi Aceh dapat terintegrasi dan selaras dengan kebijakan pusat.

Dari fungsi DPD dan kiprah perpolitikan Haji Uma membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai strategi *marketing* politik dan kinerja yang dilakukan di parlemen pada periode yang lalu. Hal ini berkenaan dengan

⁸ <https://news.detik.com/berita/d-4529240/komedian-haji-uma-diprediksi-lolos-jadi-anggota-dpd-dari-aceh>

⁹ <https://news.detik.com/berita/d-4547381/komedian-haji-uma-raih-suara-tertinggi-dpd-di-aceh-2-kali-lipat-dari-jokowi-maruf>

¹⁰ <https://sumsel.tribunnews.com/2019/05/15/siapa-haji-uma-profil-haji-uma-dari-aceh-yang-suaranya-melebihi-capres-jokowi-amin-di-aceh>

bagaimana H. Sudirman dapat memperoleh suara yang sangat fantastis pada pemilu tahun 2019.¹¹

Hipotesis sementara penulis, citra positif yang dibangun melalui berbagai kegiatan sosial dan kemanusiaan sangat mempengaruhi jumlah suara yang diperoleh Haji Uma. Tingginya jumlah suara tersebut bukan disebabkan kinerja-kinerja aktif beliau di parlemen, tetapi lebih disebabkan oleh kesuksesannya membangun citra dermawan yang cukup efektif mempengaruhi preferensi kelompok pemilih yang belum memiliki kesadaran politik yang tinggi. Citra dermawan ini telah berhasil menghimpun dukungan masyarakat yang pada akhirnya bermuara pada pencapaian kekuasaan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin melihat bagaimana pandangan masyarakat terhadap citra dermawan yang sangat melekat dengan profil H. Sudirman alias Haji Uma pada periode 2014 – 2019, di tengah kinerja yang lemah di parlemen. Sebagaimana Haji Uma merupakan anggota DPD di Komite III yang membidangi pendidikan, sosial, agama, dan seni budaya, seharusnya terdapat peran penting yang beliau juga mainkan dalam bidang – bidang seperti pendidikan, agama, dan seni budaya, bukan hanya dalam ranah sosial semata.

1.2. Perumusan masalah.

1. Bagaimana cara Haji Uma membentuk citra “dermawan” pada pemilu 2019?
2. Mengapa *branding* dermawan tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat pada pemilu 2019?

¹¹ Dhiaurrahman dan Cut Maya Aprita Sari, *Strategi Marketing Politik H. Sudirman (Haji Uma) (Studi Analisis Naiknya Perolehan Suara Secara Signifikan Pada Pemilihan Anggota DPD RI Tahun 2019)* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 5, Nomor 1: 1-18 Februari 2020,16.

1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisa cara Haji Uma membentuk citra “dermawan” pada pemilu 2019.
2. Untuk menganalisa sejauh mana *branding* dermawan tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat pada pemilu 2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Civitas Akademika
 - a. Bisa mengkaji lebih dalam tentang peran Haji Uma sebagai senator dan persepsi masyarakat terhadap Haji Uma Selaku Senator DPD RI mewakili rakyat Aceh dalam sebuah edukasi yang berkelanjutan Prodi Ilmu Politik.
 - b. Bisa menjadi referensi tentang penelitian peran Haji Uma sebagai senator dan persepsi masyarakat terhadap Haji Uma Selaku Senator DPD RI mewakili rakyat Aceh.
2. Bagi Masyarakat

Menambah pengetahuan tentang peran Haji Uma sebagai senator dan memahami seutuhnya terkait peran perwakilan daerah khususnya terhadap Haji Uma Selaku Senator DPD RI mewakili rakyat Aceh. Serta