

Teori Strategi Kampanye Aktor: Analisis Kasus Kemenangan Emmanuel Macron Pada Pemilihan Presiden Prancis 2017

Iwan Krisman Lase¹, Muryanto Amin² & Alwi Dahlan Ritonga^{3*}

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmi Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Submitted : 08 October 2022 Revision : 16 December 2022 Accepted : 18 January 2023

Abstract

The year 2017 was the year in which the French state held presidential elections which are held every five years. Presidential elections in France are referred to as Executive elections. Executive elections are held to elect Président de la République dan Premier Minister. The issue of frexit, the issue of immigrants, and the issue of the economy became the main themes used by the candidates in their campaigns. After going through a fierce battle since the first round and continuing in the second round of the French presidential election, Emmanuel Macron won the election with a landslide victory over Marine Le Pen. This research aims to describe and analyze Emmanuel Macron's campaign strategy in the 2017 French presidential election. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive type of research to describe in detail the subject being studied. The campaign strategy used by Emmanuel Macron is the Framing Strategy and Persuading Strategy. Macron presents counter framing by making voters afraid of the figure of Le Pen who cannot properly calculate the impact of his program, this is what Macron calls the spirit of defeat or The Spirit of Death. The Spirit of Conquest, which Macron mentions to name his vision and mission in leading France, is a persuasive strategy that Macron uses to convince voters that the interests of French citizens will be in line with his programs.

Keywords: Campaign Strategy, Executive Election, Framing

Abstrak

Tahun 2017 adalah tahun dimana negara Prancis menyelenggarakan pemilihan presiden yang diadakan setiap lima tahun sekali Pemilihan Presiden di Prancis disebut sebagai Pemilu Eksekutif. Pemilu Eksekutif diadakan untuk memilih Président de la République dan Premier Minister. Isu frexit, Isu Imigran, dan Isu ekonomi menjadi tema utama yang digunakan para kandidat dalam kampanyenya. Setelah melalui pertarungan sengit sejak putaran pertama dan dilanjutkan pada putaran kedua pemilihan presiden Prancis, Emmanuel Macron memenangkan pemilihan dengan kemenangan telak dari Marine Le Pen. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi kampanye Emmanuel Macron pada pemilihan presiden Prancis 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menggambarkan secara rinci subjek yang diteliti. Strategi kampanye yang digunakan Emmanuel Macron adalah Strategi Framing dan Strategi Persuading, Macron menghadirkan counter framing dengan membuat pemilih takut dengan sosok Le Pen yang tidak bisa menghitung dengan baik dampak programnya, inilah yang disebut Macron sebagai semangat kekalahan atau *The Spirit of Death*. *The Spirit of Conquest* adalah taktik persuasif yang digunakan Macron untuk meyakinkan masyarakat bahwa kepentingan warga Prancis akan sejalan dengan kebijakannya. Macron menggunakannya untuk menentukan visi dan tujuannya untuk membimbing Prancis.

Kata Kunci: Strategi Kampanye, Pemilu Eksekutif, Framing

How to Cite: Lase, I. K., Amin, M. & Ritonga, A. D., (2023). Teori Strategi Kampanye Aktor: Analisis Kasus Kemenangan Emmanuel Macron Pada Pemilihan Presiden Prancis 2017, *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 15 (1): 70 - 92.

*Corresponding author: Alwi Dahlan Ritonga

E-mail: alwidahlanritonga@usu.ac.id

PENDAHULUAN

Prancis adalah negara yang menjunjung tinggi struktur politik sosial demokrat dengan sistem pemerintahan semi presidensial. Prancis melakukan pemilu sebagai bagian dari kegiatan nasionalnya karena mengikuti sistem demokrasi.. Pemilihan Presiden di Prancis disebut sebagai Pemilu Eksekutif. Sistem Pemilihan Eksekutif diadakan untuk memilih Perdana Menteri dan Presiden Republik. Sejak amandemen 6 November 1962, yang disetujui oleh referendum 28 Oktober 1962, Presiden Republik Kelima dipilih langsung oleh para pemilih. Masa jabatan presiden ditetapkan selama lima tahun oleh UU No. 2000-964, yang diundangkan pada 2 Oktober 2000.

Sistem pemilihan Presiden di Prancis menggunakan jenis *scrutin uninominalmajoritaires à deux tours* (pemungutan suara mayoritas anggota tunggal dua putaran). Jika calon memperoleh 50% tambah satu suara, maka hanya ada satu putaran pemungutan suara (suara mutlak). Pemilihan justru dilakukan dalam dua

putaran jika tidak ada calon yang memperoleh suara mayoritas. Pada pemungutan suara putaran kedua, akan dipilih dua kandidat dengan suara terbanyak. Kandidat yang memperoleh suara terbanyak pada putaran kedua akan terpilih sebagai presiden. Biasanya, dua minggu setelah berakhirnya pemungutan suara putaran pertama, putaran kedua akan berlangsung.

Pada tahun 2017 lalu, Prancis mengadakan pemilu. Presiden François Hollande sebagai petahana memilih tidak mencalonkan diri untuk masa jabatan kedua. Hollande menjadi presiden pertama dalam sejarah Prancis yang tidak maju kembali dalam kontestasi. Menurunnya popularitas Partai Sosialis dan perpecahan suara Republik karena rivalitas serta adanya pemeriksaan pengadilan terhadap beberapa kader atas kasus penipuan membuka kesempatan bagi kandidat muda untuk ikut dalam pertarungan politik. Berdasarkan hasil akhir dari penghitungan suara putaran pertama yang dipublikasikan oleh Kementrian dalam Negeri Prancis, Emmanuel

Macron melaju dengan keunggulan suara 24%, diikuti oleh Marine Le Pen dengan 21,3 % dari jumlah total suara. Kedua calon ini adalah kandidat yang bersaing di putaran kedua Pemilu Presiden Prancis pada 7 Mei 2017. Masalah keamanan dan perbatasan telah berubah menjadi medan pertarungan bagi dua calon. Partai *Front National* (FN) merasa Prancis perlu menanggukhan resolusi Uni Eropa (UE) terkait perbatasan dan mengusir orang luar dalam daftar pengawasan administrasi intelijen. Sementara itu, Macron bergantung pada program keamanan dalam negeri melalui ide memperbanyak jumlah polisi menjadi 10,000 personel dan membangun 15,000 penjara baru.

Pemilu Prancis periode 2017 terlihat sangat menarik dibandingkan dengan kerangka waktu pemilu masa lalu, dengan salah satu topik hangat dalam agenda kampanye 2017-2022, yaitu isu *Frexit* yang menjadi fokus di daratan Eropa. Mirip dengan *Brexit* atau *Britain exit*, yang sedang dipertimbangkan, *Frexit* atau *French exit* mengacu pada keberhasilan negara tersebut keluar dari Uni Eropa.

Berbeda dengan pesaing sayap kanannya, Marine Le Pen, Macron adalah kandidat pro-liberal kanan-tengah yang mendukung bisnis dan persatuan Eropa di dalam Uni Eropa. Le Pen telah berkomitmen untuk mengkampanyekan pemungutan suara tentang keanggotaan UE di Prancis dan percaya bahwa Prancis harus keluar dari UE untuk meningkatkan ekonomi negara.

Kedua pendatang baru ini sangat tertarik dengan ekonomi Prancis yang melambat sejak krisis global 2008. Le Pen percaya bahwa usia pensiun harus diturunkan menjadi 60 tahun dan berencana untuk mengubah perusahaan swasta menjadi milik negara karena banyak dimiliki oleh orang asing. Penduduk yang kecewa dengan pemerintahan Hollande menganggap konsep *France First* milik Le Pen sangat menarik. Saingan dari *Front National Party* mengusulkan ekonomi nasional di mana rakyat Prancis akan menjadi pusat utama dalam hal perumahan, kesejahteraan, pendidikan, dan pekerjaan. Satu dari empat warga negara Prancis sekarang menganggur, yang membuat janji

kampanye Le Pen terdengar menarik. Prancis memiliki tingkat pengangguran yang tinggi selama beberapa tahun, khususnya di atas 10%. Saat melakukannya, Macron berencana untuk menghilangkan 120.000 posisi di sektor publik, mengurangi anggaran nasional sebesar €60 miliar, menginvestasikan uang dalam jumlah besar, dan berjanji untuk menurunkan tingkat pengangguran hingga di bawah 7%.

Emmanuel Macron memenangkan putaran kedua pemilihan presiden Prancis setelah kampanye kontroversial yang berlangsung dari 24 April hingga 8 Mei 2017. Dengan total 66% suara, Macron dengan mudah mengalahkan Marine Le Pen, saingan dari *Front National Party*. Le Pen, yang saat ini menjadi saingannya, hanya menerima 34% suara. Partai kanan-tengah baru *En Marche!*, yang berarti Bergerak, didirikan oleh Macron sendiri. Sebagai Presiden Prancis yang baru dan pemimpin termuda di Prancis pada usia 39 tahun, kemenangan Macron tidak dapat dipisahkan dari teknik strategi kampanye efektif yang

digunakan untuk memenangkan pemilih Prancis. Untuk itulah kami merasa perlu menganalisis dan mendeskripsikan strategi kampanye Emmanuel Macron dalam Pemilihan Presiden Prancis 2017.

Penelitian yang dilakukan penulis saat ini berjudul "*Analisis Strategi Kampanye Emmanuel Macron Pada Pemilihan Presiden Prancis 2017*", dan memiliki kesamaan tema dengan beberapa penelitian terdahulu sebelumnya. Penelitian terdahulu ini menjadi kajian referensi bagi penulis untuk melakukan penelitian ini. Pertama, karya penelitian milik Reiza Januardhy Siregar mengenai "*Analisis kemenangan Donald Trump dalam pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 2016 (figur politik Donald Trump)*". Reiza menemukan bahwa Donald Trump berhasil memenangi pemilihan pendahuluan di beberapa negara bagian, kemenangan ini kemudian menjadikan Trump sebagai satu-satunya kandidat aktif dan semakin memperkuat posisi Trump dalam pemilihan. Pada putaran kedua kemenangan Donald Trump dipengaruhi oleh kemenangannya dari

segi *electoral college*, suara terbesar yang didapatkan Trump berasal wilayah kawasan industri. Figur Donald Trump yang kontroversial berhasil mengantarkannya menjadi Presiden Amerika Serikat karena ia mampu menarik perhatian publik dengan pernyataan-pernyataannya yang berhasil menyita perhatian public. Penelitian Reiza berbeda dengan penelitian penulis dalam aspek aktor politik yang diteliti.

Penelitian terdahulu kedua merupakan karya penelitian Noviarin Cerahwati mengenai "*Keberhasilan Emmanuel Macron mengatasi isu imigran dalam pemilihan Presiden Prancis tahun 2017*". Cerahwati menemukan bahwa isu anti imigran merupakan tema kampanye yang di populerkan dan diusung oleh kandidat Marine Le Pen dari Partai Front National dikarenakan banyaknya kasus konflik antara penduduk asli Prancis dengan para Imigran yang kemudian menjadi masalah nasional negara Prancis. rasa takut dalam konflik ini kemudian dimanfaatkan oleh Marine Le Pen untuk mendapatkan suara dalam pemilihan. Dalam mengatasi isu anti

imigran ini Macron memilih mengambil sikap yang sangat berbeda dengan Marine Le Pen, Macron dengan optimis memutuskan pro imigran dengan mendukung keberadaan imigran di negara Prancis yang kemudian menjadi bagian dari program *spirit of conquestnya*. Penelitian Cerahwati berbeda dengan penulis dalam hal fokus permasalahan penelitian. Penulis berfokus meneliti strategi kampanye Emmanuel Macron dalam memenangkan pemilihan, sedangkan Cerahwati berfokus pada strategi Emmanuel Macron mengatasi Isu imigran yang tengah menjadi keuntungan lawan politiknya dalam pemilihan.

Ketiga, karya penelitian Rizky Wicaksono Wibowo mengenai "*Strategi Kampanye Politik dan Kampanye Pemilu Relawan Teman Ahok Pada Pilkada DKI Jakarta 2017*". Rizky menemukan bahwa terdapat beberapa Dengan menerapkan berbagai agenda yang menarik di posko-posko yang mereka dirikan, pendekatan kampanye politik para relawan sahabat Ahok, yang pertama adalah "*pull marketing*", mengajak masyarakat

untuk memilih. Kedua, *Push Marketing Party* teman Ahok memanfaatkan *platform* media digital untuk menyebarkan pesan kampanye, menjangkau dan menangkap cita-cita warga Jakarta, serta mengawasi isu-isu sosial. Ketiga, berpartisipasi dalam politik pemasaran, terutama dengan berkolaborasi dengan selebriti, untuk meningkatkan reputasi Ahok dan citra publik. Dengan mengumpulkan 1.024.632 fotokopi KTP dari pendukung Ahok dan mendongkrak elektabilitas dan akseptabilitas Ahok ke level tertinggi hingga September 2016, teknik ini berhasil (Wicaksono, 2017). Penelitian Rizky berbeda dengan penulis dalam aspek aktor politik yang diteliti serta teori utama yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metodologi kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan strategi penelitian yang menekankan pada pencarian pemahaman melalui pemahaman terhadap konsep, sifat, gejala, simbol, dan deskripsi dari suatu fenomena; terfokus, alami, dan

holistik; mengutamakan kualitas; menggunakan berbagai metode; dan disajikan secara naratif. Untuk mencapai tujuan kajian dalam menilai dan meringkas strategi kampanye Emmanuel Macron untuk pemilihan presiden Prancis 2017, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif ini dijalankan dengan menggunakan metode *desk research* dengan analisis deskriptif. Dalam penelitian ini, data sekunder meliputi 29 buku, 3 skripsi, 7 jurnal, 30 situs web, literatur buku, dan jurnal nasional maupun internasional. *Le Monde* adalah salah satu media kabar Prancis yang paling sering digunakan Penulis karena memiliki banyak artikel mengenai Pemilihan Presiden Prancis 2017, Penulis juga menggunakan beberapa media Internasional seperti CNN, BBC, dan The Guardian serta beberapa media sosial seperti *Youtube* dan *Twitter*. Dilansir dari *Youtube* Emmanuel Macron pada Debat Capres Perancis Putaran Ketiga, tanggal 3 Mei 2017 mengatakan “Le Pen merupakan pembohong bagi rakyat Prancis karena cenderung memilih mengisolasi

Prancis dari sistem internasional dan membawa semangat kekalahan untuk Prancis". Data dianalisis dengan menggunakan model analisis data kualitatif Miles, Huberman, & Saldana (2014).

Kajian teoritis yang digunakan penulis sebagai pisau analisis dalam menjawab masalah penelitian terkait analisis strategi kampanye Emmanuel Macron pada pemilihan Presiden Prancis 2017 adalah teori strategi kampanye aktor politik, seperti yang dikembangkan oleh Regula Hanggli, Laurent Bernhard, dan Hanspeter Kriesi. Konsep ini berangkat dari tiga asumsi, asumsi pertama adalah masyarakat umum kurang memperhatikan politik dan hanya tahu sedikit tentangnya, tetapi kebanyakan orang sudah siap untuk

belajar tentang isu-isu yang diajukan oleh para kandidat saat mendekati hari pemilihan. Asumsi kedua adalah bahwa aktor politik sangat bergantung pada media, terutama untuk menarik perhatian pemilih dengan daya tarik dan pesan kampanye mereka, dan yang lebih penting, untuk memenangkan dukungan mereka melalui pemungutan suara. Anggapan ketiga menyatakan bahwa karena fitur kelembagaan, budaya, tematik, dan posisional dari pekerjaan mereka, aktor politik yang membuat penilaian strategis secara signifikan dipengaruhi dan dibatasi oleh konteks politik. Susunan para pemain elektoral dan kemungkinan keberhasilan elektoral mereka terutama ditentukan oleh lingkungan politik khusus ini.

Tabel 1.2
Struktur Pendekatan dari Konsep Strategi Kampanye Aktor Politik oleh Kriesi, Bernhard, dan Hanggli

<i>Context Conditions</i>	<i>Coalition Formation</i>	<i>Strategies (Mobilizing/crafting the message)</i>	<i>Impact</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Institutions</i> • <i>Issues</i> • <i>Exogenous Shocks</i> • <i>Predispositions</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Configuration of actors</i> • <i>Goals/beliefs</i> • <i>Resources</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Mobilizing</i> - <i>Timing</i> - <i>Targetting</i> - <i>Choosing the channels</i> • <i>Crafting the messages</i> - <i>Framing</i> - <i>Persuading</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Attention</i> • <i>Support</i>

Sumber: H. Kriesi, dkk (2007)

Menurut pendekatan yang digunakan konsep strategi kampanye oleh aktor politik, hal pertama yang dilakukan aktor politik ketika memulai strategi pemilu adalah memilih konteks yang akan digunakan untuk memperluas pengaruhnya. Menurut gagasan ini, institusi dan konfigurasi politik mengatur pilihan politik karena mereka menetapkan parameter pemilu, khususnya pertukaran rasional antara elit politik, media, dan warga negara biasa. Masyarakat umum atau orang biasa tidak boleh mengandalkan informasi, pengetahuan, dan kompetensi mereka yang terbatas untuk membuat keputusan yang masuk akal, melainkan mereka harus bekerja dengan institusi politik melalui kampanye untuk membuat keputusan yang konsisten. Agar dapat memilih langkah-langkah taktis terbaik untuk pembentukan dan seleksi koalisi, para pelaku politik harus jeli dalam menganalisis institusi dan permasalahan yang saat ini bergema di masyarakat. Pembentukan koalisi disusun oleh penentuan strategi kampanye yang tepat yang dibedakan dalam dua proses yaitu mobilisasi dan

pengolahan pesan kampanye, yang kemudian berdampak pada perhatian pemilih untuk menentukan pilihan dalam bentuk suara terhadap aktor politik. (Kriesi, dkk. 2007:30-37)

Analisis Strategi Kampanye Emmanuel Macron Pada Pemilihan Presiden Prancis 2017

Context Condition

Rangkaian strategi aktor politik Emmanuel Macron diawali dengan menilai institusi dan isu yang sedang beredar di tengah masyarakat serta memilih seruan retorik yang tepat untuk digunakan dalam kampanye (*Context Condition*). Dalam memilih institusi yang tepat sebagai kendaraan politiknya (tahap *institution*) Emmanuel Macron memutuskan untuk meninggalkan Partai Sosialis dan mendirikan gerakan politik sentralnya sendiri, *En Marche!*. Lanskap kelembagaan Emmanuel Macron dipengaruhi oleh kemunduran elektabilitas Partai Sosialis dan penurunan kepercayaan publik Prancis terhadap pemerintahan Hollande yang menjabat kursi Presiden Prancis sejak 2012 yang

diusung oleh partai Sosialis Prancis pada saat itu. Sistem ekonomi global terus berubah di era ekonomi digital, yang menyebabkan runtuhnya demokrasi sosial di daratan Eropa. Menurut artikel Jonas Pontusson "Explaining the Decline of European Social Democracy," pergeseran menuju unit industri yang lebih kecil dan peningkatan lapangan kerja swasta non-industri adalah dua perubahan struktural ekonomi yang berkontribusi pada penurunan demokrasi sosial di daratan Eropa. Hal ini berdampak pada keanggotaan serikat buruh, yang hingga kini menjadi sumber terpercaya untuk mempekerjakan kader partai sayap kiri, yang mengakibatkan terus menurunnya keanggotaan partai. Partai Sosialis juga kesulitan menyusun wacana, terutama yang menarik untuk kaum muda.

Situs *Word Socialist Web Site* melaporkan bahwa popularitas Hollande menurun hingga 30%, menandai tingkat jajak pendapat terendah yang pernah ada untuk presiden Prancis tersebut. Hollande bahkan kehilangan dukungan dari pemilih utama Partai Sosialis.

Akibatnya, hanya 30% kaum muda dan 32% buruh kasar yang masih mendukung peran kepemimpinan mereka. Fakta bahwa 59% responden menganggap kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah Hollande buruk dan hanya 25% yang menganggap kebijakan itu membantu adalah bukti jatuhnya kepercayaan pada François Hollande dan Jean-Marc Ayrault (WSWS, 2013). Studi *British Veterinary Association (BVA)* menemukan bahwa 59% responden menganggap kebijakan pemerintah Hollande salah, sementara hanya 25% yang menganggap kebijakan ini konstruktif, yang menunjukkan penurunan kepercayaan pada François Hollande dan Jean-Marc Ayrault. Elektabilitas François Hollande juga turun menjadi 43%, sedangkan Jean-Marc Ayrault turun menjadi hanya 38% pada saat yang sama (BVA, 2013).

Sementara itu, kandidat yang menjadi lawan Emmanuel Macron pada putaran kedua pemilu Prancis 2017, Marine Le Pen dalam Konteks Kelembagaan diusung oleh Partai Front National. Didirikan oleh populis Prancis terkenal Jeane Le Pen, Front

Nasional (FN) adalah satu-satunya organisasi politik sayap kanan di Prancis. Sebelumnya, tidak ada yang memikirkan Marine Le Pen sebagai kandidat untuk memerintah Prancis. Namun bertahun-tahun telah berlalu sejak itu, menunjukkan bahwa Le Pen menjadi lebih disukai dan sukses. Le Pen diprediksi oleh berbagai survei opini Prancis untuk memenangkan pemilihan Prancis di putaran pertama (April 2017), tetapi diimbangi oleh pesaing sosialis lainnya, Emmanuel Macron, di putaran kedua (Mei 2017). Saat ayahnya, Jean Le Pen, mendirikan partai FN pada 5 Oktober 1972, namanya belum terlalu terkenal saat itu. Ia mulai menjadi penasihat hukum ayahnya pada tahun 1998. Setelah itu, karir politik Le Pen mulai terbentuk; dia terpilih menjadi dewan kota Henin-Beaumont (sejak 1998), dewan regional (sejak 1998), dan Parlemen Eropa (sejak 2004). (2008–2011). Dengan 17,90% suara dalam pemilihan presiden 2012, Le Pen menempati posisi ketiga di belakang François Hollande dan Nicolas Sarkozy. Kini menjelang pemilihan presiden Prancis 2017, Le Pen mencalonkan diri kembali. Le Pen sering mendapat

perhatian negatif dalam politik Prancis karena nama ayahnya sangat berat. Le Pen, bagaimanapun, sekarang lebih dari sekadar "bawang" karena dia adalah pemimpin partai yang didirikan ayahnya dan calon presiden yang kredibel untuk kandidat Presiden Prancis dari partai FN.

Pada tahap Pemilihan Isu (*Issues Context*) Emmanuel Macron dan Marine Le Pen sama-sama mengangkat isu *Frexit*, Isu Imigran, dan Isu Ekonomi. Perancis merupakan salah satu negara yang paling besar pengaruhnya terhadap perkembangan Uni Eropa, terbukti Perancis selalu terlibat hampir di semua bidang bersama-sama dengan anggota lain dalam pembangunan kebijakan Uni Eropa (Caton, 2015:78-79). Pengajuan partai populis agar Inggris keluar dari Uni Eropa tidak diragukan lagi berdampak pada sentimen populer di seluruh Eropa (Ritonga, 2020). Beberapa gerakan populis Eropa mengeksploitasi keputusan Brexit sebagai pembenaran politik dalam strategi pemilu 2017 mereka. Bahkan *Brexit*, sebuah fenomena Eropa, digunakan sebagai faktor pendorong

untuk mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, partai-partai populis seperti Front Nasional di Prancis, *Alternatif For Germany* di Jerman, Partai Kebebasan di Belanda, dan lainnya mengadakan aksi unjuk rasa untuk mendukung pendekatan kampanye pemilu 2017 mereka (Rasmah, 2019:10).

Pada tahun 2016, ribuan penduduk kota Prancis Pierrefeu Du Var melakukan protes terhadap kedatangan para migran yang tersebar di seluruh Prancis. Warga khawatir pendatang akan mengancam keamanan kawasan. Pemerintah Prancis akhirnya membongkar kamp "hutan" di Calais setelah protes meluas, termasuk pembakaran blok toilet dan pelemparan batu oleh imigran yang marah ke polisi. Polisi bersenjata dikerahkan di sekitar kamp pengungsi untuk memastikan keamanan saat pembongkaran kamp "hutan" dimulai. Mempertanyakan keberadaan imigran dalam kampanye pemilu seringkali merupakan pekerjaan aktor politik di Prancis, mengingat perhatian publik yang besar tentang keberadaan imigran.

Pada dasarnya, masyarakat Prancis telah terbagi menjadi dua kubu sejak terpilihnya Marine Le Pen dan Emmanuel Macron untuk putaran kedua dikarenakan perbedaan program yang mereka buat (Cerahwati, 2018:61).

Krisis terbesar Republik Kelima saat ini sedang dialami di Prancis, yang juga sedang mengalami krisis politik, sosial, dan ekonomi yang mencapai puncaknya. Karena sejumlah keadaan, Prancis telah mengalami stagnasi ekonomi selama bertahun-tahun selama sepuluh tahun terakhir, dan kapitalisme negara tidak lagi dapat bertahan. Karena belum ada presiden yang pulih di Prancis, ekonomi negara itu perlahan menurun. Pemerintahan terburuk—setidaknya dua di antaranya dalam ingatan baru-baru ini—telah meninggalkan tingkat pengangguran yang tinggi, ekonomi yang stagnan, dan keresahan dalam sistem politik. Presiden kedua adalah Nicolas Sarkozy dari UMP (menjabat dari 2007 hingga 2012), dan presiden ketiga adalah François Hollande dari Partai Sosialis (menjabat dari 2012 hingga

2017). (Wall, 2014:60–61). Selama kampanye pemilu, Emmanuel Macron membuat kebijakan pro-imigrasi dan pro-UE yang terutama dimotivasi oleh hubungan yang masuk akal yang dapat ia ciptakan dengan masyarakat, media, dan lawan politiknya.

Exogenous shock merupakan kejadian yang kemungkinan mendahului kampanye, membantu membentuk iklim politik umum di negara tersebut. Marine Le Pen bermaksud memanfaatkan tingginya angka pengangguran dan kriminalitas di Prancis dan keberhasilan Inggris keluar dari Uni Eropa, yang dimaksudkan Marine Le Pen adalah untuk menanamkan ketakutan (*public sphere*) di kalangan warga Prancis agar pemilih berharap perubahan yang signifikan dalam kebijakan pemerintah terpilih. Kampanye Marine Le Pen yang blak-blakan dan populis dimanfaatkan oleh Emmanuel Macron dengan menggambarkan Marine Le Pen sebagai sosok yang justru akan membawa kekacauan bagi stabilitas negara Prancis.

Predispositions menjelaskan kecenderungan aktor politik untuk

memilih daya tarik retorik. Aktor-aktor politik harus mendapat somasi untuk mengangkat topik pencalonan, selain faktor pendorong dan daya serap informasi publik. Para pelaku politik perlu menyadari apakah mereka pendukung *status quo* atau reformis, orator baik atau buruk, dll. Secara umum, mereka yang menjunjung tinggi *status quo* tidak memiliki apa pun untuk dipertahankan secara agresif. Seruan retorik apa pun yang asli memiliki serangkaian konsekuensi dan titik lemahnya sendiri. Ini juga berlaku bagi para reformis yang memberikan alternatif terhadap *quo* yang ada tetapi tidak sepenuhnya dan secara fundamental dipahami. Untuk itu, pada pemilihan presiden Prancis 2017, Emmanuel Macron memilih untuk menyampaikan seruan retorik positif dan optimisme yang ditempa melalui program kampanye dengan panggilan *spirit of conquest* dan memberikan konsep daya tarik retorik negatif terhadap program Marine Le Pen dengan panggilan *spirit of defeat*.

Coalition Formation

Setelah Emmanuel Macron memilih institusi, isu kampanye dan seruan retorika yang tepat, strategi kampanye Emmanuel Macron dilanjutkan pada tahap pembentukan formasi koalisi. Dalam setiap kampanye demokrasi langsung, ada dua jenis koalisi, koalisi pemerintah yang mempertahankan posisi mayoritas dan koalisi oposisi yang mempertahankan posisi oposisi. Pilihan ini selalu terletak di antara status quo dan alternatif-isu spesifik (Kriesi, 2007:30-37; Cerahwati, 2018).

Tahap *Configuration of Actors* menjelaskan faktor-faktor politik yang mempengaruhi seorang aktor politik dalam membentuk koalisinya. Dalam sistem kepartaian Prancis, ada dua partai utama yang terkait dengan panggung politik Prancis. Yang membedakan pemilu ini dengan pemilu lainnya adalah disingkirkannya dua partai Prancis yang berkuasa, Partai Republik (kanan) dan Partai Sosialis (kiri), dari arena pemilu. Dengan kata lain, kebangkitan Macron bisa menandakan kedatangan periode pasca partisan di

Prancis. Artinya, pengaruh partai-partai besar di Prancis, setidaknya dalam waktu yang tidak terlalu lama, akan menurun, dan sebaliknya, partai-partai yang akan memasuki politik Prancis adalah mereka yang selama ini jarang mendapat liputan media. Oleh karena itu, masuk akal jika Macron mendukung salah satu faksi tersebut dalam kampanye kepresidenannya. Saat itu, Partai Sosialis berkuasa, tetapi kebijakannya tidak sejalan dengan agenda Macron. Macron membuat keputusan untuk memutuskan hubungan dengan *status quo* (Partai Sosialis) saat ini dan meluncurkan gerakannya sendiri, aliansi baru yang menawarkan jawaban atas masalah tertentu di Prancis (pro-liberal dan pro-UE). Benoit Hamon dan Jean-Luc Melenchon dari partai sosialis dan komunis Prancis (sayap kiri) mendukung Emmanuel Macron pada putaran kedua pemilihan presiden Prancis 2017 setelah Emmanuel Macron dan Marine Le Pen memenangkan putaran pertama. Anehnya, François Fillon dari Partai Republik (kanan) juga mendukung Macron, karena menurut Fillon, Marine Le Pen adalah kandidat yang

akan membawa sial bagi Prancis (Rahadi, 2017).

Tahap *Goals/Beliefs* menjelaskan peran ideologi dan tujuan partai mempengaruhi aktor politik dalam pembentukan koalisi. Partai Sosialis, yang telah mengalami transformasi luar biasa, kemungkinan besar paling terpengaruh oleh pemilihan presiden Prancis. Aktivisme Partai Sosialis ditentang sejumlah pemimpin partai, termasuk Manuel Valls, yang tergabung dalam tim Emmanuel Macron. Hal ini menunjukkan bagaimana partai-partai berhaluan kiri ini menyadari status organisasi mereka sendiri dan kini ingin membuat aliansi dengan partai lain. Krisis ideologis dalam koalisi sayap kirilah yang mendorong Emmanuel Macron untuk membentuk poros kampanyenya sendiri, sebuah manuver yang terbukti bermanfaat bagi Macron, pada fase kedua pemilihan Presiden Prancis, banyak tokoh politik Prancis mendukungnya. Di sisi lain, Marine Le Pen dan partai Front National-nya adalah partai yang berkarakter radikal dan rasis, yang sangat bertolak belakang dengan nilai-nilai demokrasi

yang menjadi salah satu ciri negara dengan pemerintahan republik, sehingga Le Pen cenderung tidak disukai oleh para politisi dan elit politik Prancis.

Tahap *Resources* menjelaskan sumber kekuatan sebuah koalisi partai dalam sebuah pemilihan. Pada tahap sebelumnya telah dijelaskan manuver politik macron yang memutuskan mengikuti pemilihan dengan diusung En Marche! (Partai poros tengah) yang didirikannya sendiri memberi keuntungan kepada Emmanuel Macron dan meningkatkan kekuatan politik Macron pada tahap kedua pilpres Prancis 2017. Marine Le Pen dan Front National merupakan partai dari sayap kanan yang menjadi oposisi pada tahun 2017, dapat disimpulkan bahwa Marine Le Pen memiliki kekuatan politik tersendiri bagi pemilih hingga mengantarkan Marine Le Pen pada pemilihan tahap kedua, ideologi Partai yang nasionalis-konservatif tentu menarik bagi beberapa kelompok pemilih.

Strategies (Mobilizing / Crafting The Message)

Setelah Emmanuel Macron menentukan posisi institusi dan koalisinya dalam Pemilihan Prancis 2017. Emmanuel Macron melanjutkan strategi kampanyenya ke tahap mobilisasi aspirasi dan pesan kampanye serta pengolahan pesan kampanye terkait isu, dan aspirasi kampanye yang telah ada. Pengaturan waktu, penargetan, dan pemilihan saluran komunikasi adalah tiga langkah utama dari rencana mobilisasi yang perlu dipertimbangkan (Kriesi, 2007:30-37).

Pada tahap *Timing*, konten kampanye harus disesuaikan dengan iklim politik dan isu spesifik yang terjadi di lokasi pemilihan dalam hal ini Pemilihan Presiden Prancis 2017. Tahap timing ini dipengaruhi oleh kejutan eksogen yang digunakan sebagai bahan kampanye berupa janji-janji politik. Isi kampanye Emmanuel Macron dan Le Pen sendiri disesuaikan dengan keadaan Prancis saat itu. Marine Le Pen menekankan anti-imigran, frexit (Prancis keluar dari Uni Eropa seperti Inggris) dan

beberapa program di bidang ekonomi, salah satunya adalah mengganti mata uang *euro* ke *franc*. Sementara itu, Macron berkampanye sebaliknya dengan menjadi pro-imigran, pro-UE dan memiliki agenda ekonomi progresif. Selanjutnya tahap *targetting*, adalah tahap memilih kelompok-kelompok masyarakat yang menjadi target kampanye dan sumber suara pada pemilihan. Dengan memberdayakan setiap kelompok sasaran pemilih, penargetan berusaha memaksimalkan perolehan suara. Emmanuel Macron menyiapkan pesan kampanyenya selama fase penargetan ini dengan terlebih dahulu melakukan survei selebaran dari pintu ke pintu dengan para sukarelawan dari *En Marche!* untuk melihat apa kebutuhan dan keinginan pemilih.

Pada tahap *choosing the communication channel* Aktor politik dituntut untuk menentukan bentuk daya tarik pesan politik yang mereka gunakan. Seruan retorik dalam kampanye harus disesuaikan dengan keinginan media dan pemilih, seperti dijelaskan sebelumnya aktor politik membutuhkan media dalam

menyampaikan pesan kampanyenya kepada pemilih. Dalam tahap *predispositions* telah dijelaskan bahwa seruan retorik positif dan negatif memiliki kelemahan dan keunggulannya masing-masing. Namun, pemilik media dan penerbit menggunakan hal-hal negatif sebagai nilai jual. Hipotesis *malaise media* (ditemukan di situs web Teori Komunikasi) berpendapat bahwa kerangka politik jurnalisme saat ini sangat condong ke arah negatif. Mereka lebih suka rasa sakit daripada kompromi, perpecahan daripada keharmonisan, dan berita yang tidak menguntungkan (tentang biaya, kegagalan, bahaya, krisis, seks dan skandal, kematian, bencana alam, ketidakadilan, kekuasaan pemerintah dan korupsi, dan sensasionalisme lainnya) daripada berita yang menguntungkan (manfaat, kemenangan), kisah sukses, peluang, dan solusi). Dalam arti luas, media ofensif mendorong para pemain politik untuk berkampanye secara negatif dengan meremehkan saingan mereka daripada membuat argumen mereka sendiri. Posisi Marine Le Pen sebagai calon oposisi tentu

menggunakan retorika negatif dalam pesan kampanye nya sehingga dalam hal ini posisi Marine Le Pen sangat diuntungkan. Seruan retorik negatif Marine Le Pen terlihat dari isu kampanye pada pemilihan Presiden Prancis 2017 kebanyakan berawal dari ide program nasionalis dan populisnya Le Pen, hal ini membuktikan seruan retorika negatif lebih disukai media. Mengetahui hal itu Emmanuel Macron memilih untuk menggunakan keduanya, Macron menggunakan seruan retorik positif dalam program-program kampanyenya, Macron memberikan solusi terhadap isu spesifik yang diangkat Le Pen dan media dengan sikap optimis. Disisi lain Macron tetap menggunakan seruan retorika negatif terkait figur Marine Le Pen.

Setelah mobilisasi, pembuatan pesan (*crafting the message*) adalah pendekatan selanjutnya. Dalam metode ini, ada dua jenis proses yang berbeda: *framing* (pembingkai), yang melibatkan penekanan masalah, dan *persuading* (meyakinkan), yang melibatkan analisis pola politik sebelumnya dan memberikan suara

kepada para pemain politik. Inti dari pendekatan kampanye pemenang pemilu Emmanuel Macron adalah taktik pembingkaihan (*framing*) dan persuasi (*persuading*).

Pada Tahap *Framing* dijelaskan bahwa, upaya *framing* yang dilakukan Marine Le Pen terhadap figur Dalam acara debat capres ketiga pemilihan presiden Prancis 2017 yang disiarkan oleh sebuah saluran televisi swasta di Prancis, Emmanuel Macron menemui jalan buntu karena Le Pen mencoba mengeksploitasi reputasi Macron dengan merujuk pengalamannya sebagai mantan menteri ekonomi di bawah Presiden. Hollande yang ternyata gagal memenuhi janji politiknya, terutama terkait program ekonomi Macron di Prancis. Kepemimpinan Le Pen, yang tidak dapat secara akurat memprediksi efek agendanya, membuat takut para pemilih, tetapi Macron memberikan kerangka tandingan dengan mencaip Le Pen sebagai pembohong kepada rakyat Prancis karena kecenderungannya memilih untuk mengisolasi Prancis dari sistem global, Macron menyebut ini sebagai

"semangat kekalahan". Kemunduran yang dimaksud Macron berkaitan dengan isu-isu yang diangkat oleh kampanye Le Pen, khususnya yang berkaitan dengan imigran dan Uni Eropa. Le Pen mengajukan proposal untuk memutuskan hubungan dengan Uni Eropa, mengusir imigran ilegal, membatasi jumlah imigran resmi yang dapat memasuki negara tersebut, dan menolak untuk menandatangani perjanjian perdagangan bebas seperti Perjanjian Ekonomi dan Perdagangan Global UE-Kanada (CETA). Menurut Macron, kebijakan isolasi diri terencana Le Pen merupakan langkah mundur bagi Prancis sebagai negara bahasa, budaya, dan ekonomi, yang sebelumnya disebut sebagai salah satu dari lima kekuatan dunia, dan bahwa rencana tersebut bertentangan dengan standar internasional atau internasional. sistem global.

Macron mengangkat ungkapan "*spirit of French conquest*" selama debat presiden Prancis 2017, yang dia gunakan saat itu untuk mencirikan visi dan tujuannya untuk Prancis dan warganya di negara ini, pada tahap persuasi. Menurut sejarah Prancis,

penaklukan dimulai ketika Kekaisaran Napoleon Bonaparte, atau imperialisme, dibawa ke Prancis pada tahun 1830-an. Imperialisme adalah sistem pemerintahan, serta ikatan ekonomi dan politik antara negara-negara kaya dan kuat yang memerlukan pembinaan dan dominasi negara-negara terbelakang yang kurang berkembang untuk mengeksploitasi sumber daya alam mereka dan mendapatkan lebih banyak kekayaan dan kekuasaan untuk negara-negara colonial.

The Spirit of Conquest adalah taktik persuasif yang digunakan Macron untuk meyakinkan para pemilih bahwa kepentingan publik rakyat Prancis akan sejalan dengan agendanya. Macron menggunakannya untuk menggambarkan visi dan tujuannya untuk kepemimpinan Prancis. Dalam teknik ini, aktor politik akan mencerna informasi mendalam yang diberikan kepada pemilih dan mengatur perilaku lawan politik mereka, tetapi Emmanuel Macron berhasil mempengaruhi pemilih di putaran ketiga debat presiden Prancis karena kelihaiannya untuk mengkritik

program Marine Le Pen dan mengalahkannya dalam debat. Karena orang-orang takut pada Le Pen dan merasa bahwa mereka mengendalikan nasib Prancis, tema sistem pro-imigrasi, pro-UE, dan pro-internasional yang diartikulasikan oleh Macron dalam platform andalannya dapat menarik perhatian publik. Ada kemungkinan kemampuan Macron membujuk *Spirit of Defeat* untuk menentang posisi Marine Le Pen pada *Spirit of Conquest* membantunya memenangkan pemilihan presiden Prancis 2017 (EFE, 2017).

Marine Le Pen akhirnya kalah dari Emmanuel Macron di putaran kedua pemilihan presiden Prancis. Sementara Le Pen dan Macron memiliki kekuatan yang sama untuk mengangkat isu dan membentuk koalisi (sebagaimana dijelaskan dalam draf Strategi Kampanye untuk Aktor Politik), Le Pen mengalami kesulitan dalam hal teknik pbingkaian dan persuasi. Macron yang saat itu reputasinya diremehkan oleh Le Pen, bahkan mampu menawarkan *counter framing*. Program dari Le Pen dikenal

sebagai "*The Spirit of Defeat*." Macron memiliki strategi menentang Le Pen yang disebutnya sebagai "*The Spirit of Conquest*" (EFE, 2017).

Impact

Tahap dampak yang digambarkan oleh Kriesi, Bernhard, dan Hanggli sebagai tahap terakhir dari strategi kampanye aktor politik menjelaskan dampak atau hasil dari rangkaian strategi kampanye yang dilakukan oleh aktor politik berupa perhatian terhadap pesan dan ajakan kampanye dan terutama kepada mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam bentuk suara.

Ketika Emmanuel Macron memenangkan pemilihan presiden Prancis 2017, pendekatan kampanyenya mencapai puncaknya. Emmanuel Macron akan menggantikan Francois Hollande sebagai presiden Prancis menyusul hasil pemungutan suara pemilihan presiden pada putaran kedua pemilihan tersebut. Dengan 66% suara, Macron dengan mudah mengalahkan Marine Le Pen, yang mendapat suara 34% lebih sedikit.

Tabel 1. Hasil Pemilihan Presiden 2017 Prancis Putaran Kedua

Calon	Partai	Suara	Persentase
Emmanuel Macron	<i>En Marche!</i>	20.703.694	66%
Marine Le Pen	<i>Front National</i>	10.637.120	34%

Sumber: Ministry of The Interior France

Gambar 1. Hasil Putaran Kedua Pilpres Prancis Menurut Departemen



Sumber: Ministry of The Interior France

SIMPULAN

Emmanuel Macron memutuskan untuk meninggalkan Partai Sosialis dan mendirikan gerakan politik sentralnya sendiri, *En Marche!*. Ini dipengaruhi oleh kemunduran elektabilitas Partai Sosialis dan penurunan kepercayaan publik Prancis terhadap pemerintahan Hollande yang menjabat kursi Presiden Prancis sejak 2012. Dalam sistem kepartaian Prancis, ada dua

partai utama yang terkait dengan panggung politik Prancis dan yang membedakan pemilu ini dengan pemilu lainnya adalah disingkirkannya dua partai Prancis yang berkuasa, Partai Republik (kanan) dan Partai Sosialis (kiri), dari arena pemilu. Dengan kata lain, kebangkitan Macron mungkin menandakan dimulainya era pasca-partisan Prancis. Saat itu, Partai Sosialis berkuasa, tetapi kebijakannya tidak sejalan dengan agenda Macron. Macron membuat keputusan untuk memutuskan hubungan dengan *quo* (Partai Sosialis) saat ini dan meluncurkan gerakannya sendiri, aliansi baru yang menawarkan jawaban atas masalah tertentu di Prancis (pro-liberal dan pro-UE). Keputusan Emmanuel Macron untuk membuat poros politiknya sendiri sebagai tanggapan atas perpecahan ideologis koalisi sayap kiri berhasil baginya karena menghasilkan dukungan dari beberapa tokoh politik Prancis selama putaran kedua pemilihan presiden Prancis.

Emmanuel Macron menentukan pesan kampanyenya dengan terlebih

dahulu melakukan survei melalui selebaran dari pintu ke pintu yang dilakukan oleh sukarelawan dari *En Marche!*, untuk mengetahui apa yang dibutuhkan, dan keinginan pemilih. Macron menggunakan seruan retorik positif dalam program-program kampanyenya, Macron memberikan solusi terhadap isu spesifik yang diangkat Le Pen dan media dengan sikap optimis. Disisi lain Macron tetap menggunakan seruan retorika negatif terkait figur Marine Le Pen. Selama kampanye pemilu, Emmanuel Macron membuat kebijakan pro-imigrasi dan pro-UE yang terutama dimotivasi oleh hubungan yang masuk akal yang dapat ia ciptakan dengan masyarakat, media, dan lawan politiknya. Marine Le Pen akhirnya kalah dari Emmanuel Macron di putaran kedua pemilihan presiden Prancis. Sementara Le Pen dan Macron memiliki kekuatan yang sama untuk mengangkat isu dan membentuk koalisi (sebagaimana dijelaskan dalam draf Strategi Kampanye untuk Aktor Politik), Le Pen mengalami kesulitan dalam hal teknik pbingkaian dan persuasi. Macron yang saat itu reputasinya diremehkan oleh Le Pen, justru

mampu menawarkan strategi counter framing. Dia menyebut program Le Pen sebagai *spirit of defeat*. Dalam platform "*Spirit of Conquest*", Macron memanfaatkan antitesis program Le Pen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Program Studi Ilmu Politik FISIP USU yang telah memberikan kesempatan dalam berproses dan minimba ilmu. Kepada para staf di Prodi dan segenap dosen dan khususnya kepada dosen pembimbing dan penguji.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Jhon. 2017. Debat Pilpres Prancis: Macron Unggul 20% atas Le Pen. Diakses dari: <https://kabar24.bisnis.com/read/20170504/19/650670/debat-pilpres-prancis-macron-unggul-20-atas-le-pen> Pada tanggal 31 Februari 2022
- BBC. 2017. Rakyat Prancis Memilih Macron Atau Le Pen, Diakses dari: <http://www.bbc.com/indonesia/dunia-39834468/> Pada Tanggal 13 Juni 2021
- Cerahwati Noviarin. 2018. Keberhasilan Emmanuel Macron mengatasi isu imigran dalam pemilihan presiden perancis tahun 2017. Yogyakarta: Skripsi Studi Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah.
- Communicationtheory. Media Malaise Theory. Diakses dari: <https://www.communicationtheory.org/media-malaise-theory/> Pada tanggal 20 Januari 2022
- Caton. 2015. *France and the Politics of European Economic and Monetary Union*. UK: Palgrave Macmillan.
- EVE. 2017. Macron: "The French have chosen optimism, spirit of conquest". Diakses dari: <https://www.efc.com/efc/english/portada/macron-the-french-have-chosen-optimism-spirit-of-conquest/50000260-3265948> Pada Tanggal 5 Maret 2022
- Geotimes. 2017. Kolom Internasional Setelah Emmanuel Macron Menang Telak. Diakses dari: <https://geotimes.co.id/kolom/internasional/setelah-emmanuel-macron-menang-telak/> Pada tanggal 17 Juni 2021
- Kaskus. 2017. Antara Macron Dan Le Pen Prancis Gelar Pilpres. Diakses dari: <https://www.kaskus.co.id/thread/590eae0114088de0028b4569/antara-le-pen-dan-macron-prancis-gelar-pilpres-putaran-kedua/> Pada Tanggal 16 Juni 2021
- Kriesi, H, dkk. 2007. *Political Strategies in Direct-Democratic Campaigns*. Zurich: National

- Centre of Competence in Research (NCCR)
- Maulida, Hannah. 2012. Makalah Pranata Pemilu Prancis. Diakses dari: <https://www.slideshare.net/MaulidaHannah/makalah-pranata-pemilu-prancis> Pada Tanggal 10 Juni 2021
- Parstoday. Tantangan-Tantangan Pemerintahan baru Prancis. Diakses dari: https://parstoday.com/id/radio/world-i39094-tantangan_tantangan_pemerintahan_baru_perancis Pada Tanggal 25 Januari 2022
- Pontusson, Jonas. 1995. Explaining the Decline of European Social Democracy: The Role of Structural Economic Change. *Journal Article JSTOR*. Vol 47. No. 4
- Rahadi, Fernan. 2017. Wajah Prancis Usai Kemenangan Macron. Diakses dari: <https://www.republika.co.id/berita/oq1r2l291/wajah-prancis-usai-kemenangan-macron> Pada Tanggal 22 Januari 2022
- Rasmah, dkk. 2019. Eksistensi Populisme Pada Pemilu Prancis 2017. *Wanua: Jurnal Hubungan Internasional*. Vol. 4. No. 1
- Ritonga, A. D. (2020). Mencermati Populisme Prabowo Sebagai Bentuk Gaya Diskursif Saat Kampanye Politik Pada Pemilihan Presiden 2019. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 12(1), 1-13.
- Sihite, Ezra. 2017. Emmanuel Macron Menang Pemilu, Keberuntungan atau Strategi?. Diakses dari: https://www.viva.co.id/berita/dunia/913094-emmanuel-macron-menang-pemilu-keberuntungan-atau-strategi?page=2&utm_medium=page-2 Pada Tanggal 7 Maret 2022
- Siregar, Reiza Januardhy. 2019. *Analisis kemenangan Donald Trump dalam pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016 (figur politik donald trump)*. Skripsi Studi Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan.
- Sofwan, Rinaldy. 2017. Hollande Imbau Warga Prancis Pilih Macron Ketimbang Le Pen. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20170425021206-134-209838/hollande-imbau-warga-Prancis-pilih-macron-ketimbang-le-pen/> Pada Tanggal 12 Juni 2021
- Wall. 2014. *France Votes: The Election of François Hollande*. UK: Palgrave Macmillan.
- Wicaksono, Rizky. 2017. *Strategi Kampanye Politik dan Kampanye Pemilu Relawan Teman Ahok Pada Pilkada DKI Jakarta 2017*. Skripsi Studi Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
- World Socialist Web Site. 2013. French President Hollande Pledges Austerity, War In Prime Time TV Interview.

Diakses dari:
[https://www.wsws.org/en/
articles/2013/03/29/holl-
m29.html](https://www.wsws.org/en/articles/2013/03/29/holl-
m29.html) Pada Tanggal 17
Januari 2022