

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara demokrasi yang kedaulatannya berada ditangan rakyat. Kata “demokrasi” berasal dari dua kata yaitu *demos* yang berarti rakyat dan *kratos/cratein* yang berarti pemerintahan.<sup>1</sup> Sehingga demokrasi dapat diartikan sebagai pemerintahan dari rakyat, dijalankan oleh rakyat, untuk kepentingan rakyat. Dalam negara demokrasi yang mana kedaulatan berada di tangan rakyat, penyaluran kedaulatan rakyat tersebut secara langsung dilakukan melalui Pemilihan Umum.

Pemilihan Umum merupakan sarana untuk mengekspresikan kebebasan rakyat untuk memilih dan menentukan pemimpinnya. Pemilihan Umum atau Pemilu adalah sarana dimana rakyat berdaulat untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), yang pelaksanaannya memiliki prinsip langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan berdasar pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun

---

<sup>1</sup> Panjalu Wiranggani, *Demokrasi*, (Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2017), hlm. 1

1945.<sup>2</sup> Istilah Pemilu sendiri sudah dikenal sejak tahun 1945 melalui Maklumat X atau Maklumat Wakil Presiden Mohammad Hatta. Maklumat ini dikeluarkan pada tanggal 3 November 1945 yang berisi dorongan untuk membentuk partai-partai politik guna mempersiapkan rencana Pemilu yang diselenggarakan pada tahun 1946. Selain dorongan untuk membentuk partai-partai politik, maklumat ini juga mengamanatkan penyelenggaraan Pemilu untuk memilih anggota DPR yang rencananya digelar pada Januari 1946, walau pada akhirnya rencana Pemilu tersebut tidak dapat terlaksana dikarenakan beberapa faktor yaitu belum adanya aturan perundangan yang mengatur penyelenggaraan Pemilu, stabilitas keamanan negara yang masih rendah, serta pemerintah dan rakyat masih terfokus untuk mempertahankan kemerdekaan Indonesia.<sup>3</sup>

Pemilu di Indonesia pertama kali diadakan pada tahun 1955. Pemilu tersebut diadakan untuk memilih anggota DPR dan anggota Konstituante. Kedua pemilihan ini tidak dilaksanakan secara bersamaan, melainkan pada waktu yang berbeda yaitu pemilihan anggota DPR dilakukan pada tanggal 29 September 1955 dan pemilihan anggota Konstituante dilakukan tanggal 25 Desember 1955. Hingga saat ini, Pemilu di Indonesia sudah berjalan 12 kali dengan jumlah peserta pemilu yang mengalami pasang surut.

---

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Pasal 1 Ayat 1.

<sup>3</sup> Sejarah Pemilihan Umum Republik Indonesia. Diakses melalui [https://www.kpu.go.id/koleksigambar/1\\_OK\\_-\\_SEJARAH\\_PEMILU\\_1-5.pdf](https://www.kpu.go.id/koleksigambar/1_OK_-_SEJARAH_PEMILU_1-5.pdf)

Tabel 1.1

## Daftar Peserta Pemilu di Indonesia tahun 1955-2019

No.	Tahun	Peserta
1.	1955 (Masa Parlementer)	Pemilihan anggota DPR : 118 peserta (36 partai politik, 34 organisasi kemasyarakatan, dan 48 perorangan) Pemilihan anggota Dewan Konstituante : 91 peserta (39 partai politik, 23 organisasi kemasyarakatan, dan 29 perorangan)
2.	1971 (Masa Orde Baru)	Pemilihan anggota DPR : peserta (10 partai politik)
3.	1977 (Masa Orde Baru)	Pada periode ini Pemilu secara konsisten hanya diikuti oleh 3 partai politik yaitu :
4.	1982 (Masa Orde Baru)	1. Partai Persatuan Pembangunan (PPP) merupakan penggabungan dari : NU, Parmusi, Perti, dan PSII
5.	1987 (Masa Orde Baru)	2. Partai Demokrasi Indonesia (PDI) merupakan penggabungan dari : PNI, Parkindo, Partai Katolik, Partai IPKI, dan Partai Murba
6.	1992 (Masa Orde Baru)	
7.	1997 (Masa Orde Baru)	3. Partai Golongan Karya (Golkar)
8.	1999 (Masa Reformasi)	Pemilihan anggota DPR : 48 peserta (48 partai politik)
9.	2004	Pemilihan anggota DPR, DPD, dan DPRD serta presiden dan wakil presiden : 24 partai politik dan 5 pasangan calon presiden dan wakil presiden
10.	2009	Pemilihan anggota DPR, DPD, dan DPRD serta presiden dan wakil presiden : 44 partai politik (38 partai nasional dan 6 partai lokal Aceh) dan 3 pasangan calon presiden dan wakil presiden
11.	2014	Pemilihan anggota DPR, DPD dan DPRD serta presiden dan wakil presiden : 15 partai politik (12 partai nasional dan 3 partai lokal Aceh) dan 2 pasangan calon presiden dan wakil presiden
12.	2019	Pemilihan anggota DPR, DPD, dan DPRD serta presiden dan wakil presiden : 20 partai politik (16 partai nasional dan 4 partai lokal Aceh) dan 2 pasang calon presiden dan wakil presiden

Sumber: diolah dari berbagai sumber

Melihat keberjalanan proses Pemilu di Indonesia yang mana disetiap pelaksanaannya memiliki jumlah peserta yang mengalami pasang

surut, menggambarkan sistem pemerintahan di Indonesia yang sangat mempengaruhi dinamika partai politik. Terlebih pada saat berakhirnya masa Orde Baru yang dinilai sangat otoriter. Sistem demokrasi digadagadag dan tidak sedikit kelompok yang mendirikan partai politik dengan mengatasnamakan demokrasi.<sup>4</sup> Pada Pemilu tahun 1999 yang merupakan pemilu pertama dimasa reformasi, terdapat 141 partai politik yang mendaftar untuk turut serta dalam Pemilu walaupun pada akhirnya hanya tersisa 48 partai politik yang memenuhi syarat dan lolos menjadi peserta Pemilu. Salah satu hal yang mendorong lahirnya sistem multi partai pada pemilu 1999 adalah kontribusi dari Partai Rakyat Demokratik (PRD). PRD merupakan partai yang berdiri pada tanggal 15 April 1996, yang mengkonsolidasikan gerakan multisektor yang diprakarsai oleh anak muda, buruh, dan tani.<sup>5</sup> PRD menuntut dibuatnya sistem multi partai, dalam alinea terakhir Manifesto PRD, yang dibacakan pada saat deklarasi PRD tanggal 22 Juli 1996, disebutkan, "dan berdirinya PRD merupakan salah satu manifestasi dan jawaban untuk menjawab kebekuan dan kebuntuan dari alat-alat politik ekstra parlementer, serta meningkatkan kualitatif gerakan rakyat menuju suatu rakyat demokratik multi partai kerakyatan yang damai tanpa kekerasan." Dalam pidato pertanggungjawaban politik PRD yang dibacakan di dua tempat yaitu di

---

<sup>4</sup> Dian Aulia, *Penguatan Demokrasi: Partai Politik dan (Sistem) Pemilu Sebagai Pilar Demokrasi*, 2016, Diakses melalui <http://jmi.ipk.lipi.go.id/index.php/jmiipk/article/view/362/463>

<sup>5</sup> Petrus Hariyanto, *Catatan Seorang Aktivist: PRD dan Penggulingan Soeharto (I)*, (Historia, 21 Mei 2018) Diakses melalui <https://historia.id/politik/articles/catatan-seorang-aktivis-prd-dan-penggulingan-soeharto-1-Dr978>

Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan pada tahun 1997, Budiman Sudjatmiko mengajukan tuntutan untuk dilaksanakannya Pemilu yang diatur oleh undang-undang baru, dimana penyelenggaraan Pemilu diselenggarakan oleh satu panitia pemilihan independen, dengan komposisi peserta pemilu yang terdiri dari seluruh partai secara bebas, seperti Pemilu 1955.<sup>6</sup> Dengan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa lahirnya sistem multi partai dalam pemilu di Indonesia tidak lepas dari pengaruh gerakan anak muda yang peduli dengan politik Indonesia.

Pada saat ini, sistem politik di Indonesia menggarisbawahi peran utama partai politik dalam mengemban tugas penyelenggaraan demokrasi di negara ini.<sup>7</sup> Hal ini terjadi karena mengingat sistem dan aturan main dalam Pemilu yang belum dapat menerima calon perseorangan (kecuali DPD). Semua kandidat di luar DPD, harus berasal dari partai politik. Entah itu kader partai politik, maupun bukan kader partai politik namun dicalonkan oleh partai politik.

Pada Pemilu 2019, terdapat 20 peserta partai politik yang terdiri dari 16 partai politik nasional dan 4 partai politik daerah. Dua puluh partai politik tersebut adalah:

---

<sup>6</sup> Budiman Sudjatmiko, *Pidato Pertanggungjawaban Politik Partai Rakyat Demokratik (PRD)*, diakses melalui <http://budimansudjatmiko.net/files/pledoi.pdf>

<sup>7</sup> Artis. *Eksistensi Partai Politik dan Pemilu Langsung dalam Konteks Demokrasi di Indonesia*. Diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/40448-ID-eksistensi-partai-politik-dan-pemilu-langsung-dalam-konteks-demokrasi-di-indones.pdf>

1. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)
2. Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)
3. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P)
4. Partai Golongan Karya (Golkar)
5. Partai Nasional Demokrat (Nasdem)
6. Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda)
7. Partai Beringin Karya (Berkarya)
8. Partai Keadilan Sejahtera (PKS)
9. Partai Persatuan Indonesia (Perindo)
10. Partai Persatuan Pembangunan (PPP)
11. Partai Solidaritas Indonesia (PSI)
12. Partai Amanat Nasional (PAN)
13. Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)
14. Partai Demokrat
15. Partai Aceh (PA)
16. Partai Sira
17. Partai Daerah Aceh (PDA)
18. Partai Nanggroe Aceh (PNA)
19. Partai Bulan Bintang (PBB)
20. Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)

Dari 20 partai tersebut, terdapat empat partai politik nasional yang untuk pertama kalinya berpartisipasi dalam kontestasi pemilu. Partai-

partai baru tersebut meliputi Partai Garuda, Partai Berkarya, Partai Perindo, dan PSI.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dibentuk pada tanggal 16 November 2014. Seperti yang dikatakan oleh elitnya, PSI lahir karena ingin mengembalikan etika politik, menolak modal partai yang bertumpu pada kekuatan figur, menghargai kemajemukan, dan menjunjung kesetaraan dan solidaritas. Secara khusus, PSI memiliki keinginan untuk mendukung pemberdayaan perempuan dan pemberdayaan pemuda. PSI memiliki pandangan bahwa partai politik merupakan kendaraan untuk membangun negara dalam sistem yang disebut demokrasi.<sup>8</sup>

Partai Solidaritas Indonesia mengambil posisi sebagai partai anak muda. Hal ini tercermin dari Buku ABC PSI yang merupakan buku panduan bagi kader PSI, dimana dalam buku tersebut dituliskan bahwa syarat untuk menjadi anggota dari PSI salah satunya adalah berusia dibawah 45 tahun. Partai ini memang berhasil menarik anak muda untuk bergabung, hal ini dibuktikan dengan anggota PSI yang usia rata-ratanya berkisar 20 sampai 30 tahun. Selain itu, partai ini juga menarik bagi beberapa selebriti muda seperti Giring Ganesha, Tsamara Amany, dan Rian Ernest.

Sebagai partai anak muda, PSI merupakan salah satu pembuktian bahwa anak muda bukanlah generasi yang apolitis. Berdasarkan survei Youth and Contemporer Society yang dilakukan oleh S. Rajaratnam

---

<sup>8</sup> Apa itu PSI? Diakses melalui [https://www.youtube.com/watch?v=9WUk\\_0E-NSc](https://www.youtube.com/watch?v=9WUk_0E-NSc)

School of International Studies (RSIS) pada tahun 2010, anak muda pada umumnya memiliki kecenderungan untuk bersifat apolitis dan pasif.<sup>9</sup> Dapat dikatakan bahwa kehadiran PSI sebagai partai anak muda membawa angin segar yang menggambarkan anak muda yang sedang bergerak.

PSI membangun identitas partai yang berbeda dengan partai politik lain baik itu partai lama maupun partai baru. Selain identitas kepemudaan, di beberapa pidatonya, Ketua Umum PSI Grace Natalie mengatakan bahwa PSI adalah partai yang berbeda dengan partai-partai lainnya. Menurut Grace Natalie dalam pidatonya di Medan pada tanggal 11 Maret 2019, PSI adalah sebuah gagasan baru dalam politik Indonesia, yang mendasarkan diri pada semangat membangun politik yang bersih, politik yang melayani rakyat, dan politik yang terbuka,<sup>10</sup> tetapi bagaimanakah gagasan “baru” ini sampai kepada segmen pemilih yang menjadi target PSI dan berbuah pada imbalan suara inilah yang menarik untuk dikaji.

Berdasarkan pada uraian di atas, tampak bahwa PSI memposisikan diri sebagai partai yang tersegmentasi. Sebagai partai yang tersegmentasi, PSI membatasi dirinya untuk para pemilih muda yang merupakan generasi milenial. Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1983 hingga 2000.<sup>11</sup> Generasi milenial ini merupakan kelompok masyarakat

---

<sup>9</sup> Leonard C. Sebastian, *Youth and Contemporer Society*, S. Rajaratnam School of International Studies (RSIS), 2014, diakses melalui <http://www.jstor.com/stable/resrep05897.6>

<sup>10</sup> “Beda Kami — PSI — Dengan Partai Lain” Pidato Politik Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia Grace Natalie. Diakses melalui [https://psi\\_id/berita/2019/03/11/beda-kami-psi-dengan-partai-lain/](https://psi_id/berita/2019/03/11/beda-kami-psi-dengan-partai-lain/)

<sup>11</sup> Kemenpppa & BPS, *Profil Generasi Milenial Indonesia 2018*, Diakses melalui <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>

yang paling banyak memanfaatkan media sosial berbasis internet sebagai sarana untuk berkomunikasi, sehingga hal ini memungkinkan mereka untuk memiliki jaringan sosial yang luas dengan individu dari berbagai belahan dunia.<sup>12</sup> Kemudahan komunikasi dengan beragam orang dari seluruh dunia membuat generasi milenial menjadi lebih terbuka akan adanya perbedaan, sehingga timbul sifat toleran dalam diri mereka. Karena itu, dapat dikatakan generasi ini memiliki tingkat toleransi keberagaman yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi milenial cenderung menuntut kesetaraan dan inklusivitas politik yang lebih besar dan PSI dengan identitas kepemudaan lahir untuk merespon kecenderungan perubahan sosial-politik generasi ini.

Pada pemilu 2019, berdasarkan riset yang dilakukan oleh Lembaga survei Kelompok Diskusi Kajian Opini Publik (KedaiKOPI) yang diolah dari data BPS, Indonesia memiliki populasi penduduk berusia 22 – 36 tahun (generasi milenial) sejumlah 37,7% dan populasi penduduk berusia 17 – 21 tahun (pemilih pemula) sejumlah 12,7%. Artinya, pada pemilu tahun 2019, setengah dari jumlah pemilih merupakan pemilih generasi milenial dan pemilih pemula. Dalam pemilu berlaku aturan *one person one vote*, atas dasar itu generasi milenial dan pemilih pemula memiliki peran besar dalam menentukan kepemimpinan nasional baik itu wakil rakyat

---

<sup>12</sup> Roebuck, Smith & Haddaoui, *Cross-Generational Perspectives on Work-Life Balance and its Impact on Women's Opportunities for Leadership in the Workplace*, 2013, Diakses melalui [https://pdfs.semanticscholar.org/c156/eecb2d3a81be198ec85f19363220bd7835ad.pdf?\\_ga=2.177289318.2137103462.1595569386-784343600.1595569386](https://pdfs.semanticscholar.org/c156/eecb2d3a81be198ec85f19363220bd7835ad.pdf?_ga=2.177289318.2137103462.1595569386-784343600.1595569386)

maupun pemimpin di eksekutif seperti presiden dan wakil presiden di Pemilu 2019.

Berdasarkan hasil pemilu 2019, PSI hanya memperoleh suara 1,8% dari total suara sah secara nasional, PSI tidak memenuhi syarat *parliamentary threshold* (PT) sebesar minimal 4% yang disyaratkan dalam UU No.7 tahun 2017 sebagai syarat perolehan suara dihitung untuk dikonversi menjadi kursi di DPR. PSI juga kalah suara dari dua partai baru lainnya, perolehan suara Perindo 2,67% dan perolehan suara Partai Berkarya 2,09%. Apabila dilihat dari sebaran suara, perolehan suara PSI terkonsentrasi di wilayah perkotaan. Adapun capaian perolehan suara tertinggi PSI adalah di DKI Jakarta.

PSI yang membangun citra diri sebagai partai tersegmentasi pada pemilih muda dengan membangun identitas kepemudaan terbukti gagal meraup suara dari target pasar pemilih muda yang berjumlah 50,4% dari total penduduk, sokongan suara PSI yang signifikan berasal dari wilayah perkotaan di Jawa. Hal ini menunjukkan PSI tidak hanya segmented dari sisi pemilih yang ditarget untuk pemilih muda tetapi juga segmented bagi pemilih perkotaan. Lantas apakah yang membuat PSI belum berhasil meraup suara dari pemilih muda? Penelitian ini bermaksud menjelaskan strategi dari kampanye politik yang digunakan PSI dalam Pemilu Legislatif 2019.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi kampanye politik yang digunakan PSI dalam Pemilu Legislatif 2019?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

Menganalisis strategi kampanye yang digunakan PSI dalam Pemilu Legislatif 2019.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu terkait dengan strategi kampanye yang digunakan oleh Partai Solidaritas Indonesia pada saat Pemilu Legislatif tahun 2019.

### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi bagi penelitian serupa dimasa yang akan datang. Serta diharapkan dapat

memberikan rujukan informasi bagi partai politik peserta pemilu dikemudian hari.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Penelitian terdahulu

Strategi Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) pada Segmentasi Pemuda di Kota Pekanbaru, oleh Rifdah Hayani Nasution, 2019. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori pendekatan Lees-Marshment untuk menganalisis pendekatan pemasaran politik yang digunakan PSI Pekanbaru, dan menggunakan teori marketing politik 3p Adman Nursal untuk menganalisis strategi teknik promosi PSI di Kota Pekanbaru. Temuannya adalah PSI merupakan partai dengan model Sales Oriented Party (SOP), Dalam menentukan orientasi partai di Kota Pekanbaru, PSI menggunakan segmentasi dan targeting, Proses mencari dan mengembangkan pendukung lebih menggunakan model Push Marketing.

Political Publik Relations Strategy of the Indonesian Solidarity Party (PSI) in Riau 2019 Legislatif Election, oleh M. Tazri, dkk., 2019. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data

menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori *political publik relation* dan teori marketing politik 4p untuk menganalisis bagaimana politisi menangani kebutuhan publik dan membangun hubungan yang harmonis dengan para *stakeholder*. Temuan dari penelitian ini adalah Strategi *publik relations* yang dilakukan oleh politisi PSI adalah menggabungkan pembentukan citra, branding politik, dan *political marketing*.

Strategi Partai Politik dalam Menghadapi Pemilu 2014, oleh Debora Sanur Lindawati, 2013. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori partai politik untuk menganalisis peta politik pemilu 2014, dan menggunakan teori kampanye politik / *marketing* politik 3p Adman Nursal untuk menganalisis strategi partai untuk pemilu 2014. Temuan dari penelitian ini adalah Efektifitas sistem pemilu diukur dari apakah sistem tersebut menghasilkan sistem politik yang stabil atau tidak; Marketing politik tidak hanya dilakukan selama masa kampanye namun selama terus menerus dan jangka Panjang; Dalam strategi pemenangan pemilu, kampanye secara kolektif perlu untuk diorganisir partai; Belanja kampanye yang dikeluarkan caleg dan partai harus dikontrol dan harus ada pedoman etika serta penegakannya; dan Para politisi dan parpol harus aktif untuk

mengedukasi masyarakat bahwa masih ada politisi yang bertanggungjawab terhadap konstituennya.

Strategi Kreatif PSI dalam Kampanye Politik 2019, oleh Abdalah Hamam, dkk., 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana menitikberatkan pada penelusuran data yang berkaitan dengan kampanye kreatif partai PSI. Temuan dari penelitian ini adalah Berbagai kampanye kreatif yang dijadikan program utama bagi Partai PSI tentunya bertujuan untuk meraup dukungan masyarakat pada pemilu nanti. Berbagai kampanye kreatif PSI yaitu kampanye melalui media massa, kampanye poster, dan kampanye tertutup dan kreatif (Safari Toleransi). PSI menjalankan program kampanyenya semaksimal mungkin karena target mereka adalah kaum milenial atau kaum pemuda yang kreatif. PSI lebih banyak melakukan kampanye kreatif dibandingkan dengan kampanye terbuka.

Media dan Politik: Strategi Kampanye Perindo dan PSI dalam Mempengaruhi Suara Pemilih Kota, oleh Ken Bimo Sultoni, 2020. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi komparatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara, telaah dokumen dan pustaka. Temuan dari penelitian ini adalah secara prinsip, strategi kampanye politik yang menggunakan media yang dilakukan oleh Partai Perindo dan PSI tidak secara signifikan berdampak pada perolehan suara partai.

Namun, dalam konteks ini, media memiliki peran krusial sebagai alat bantu dalam mengenalkan partai politik dan meningkatkan popularitasnya sebelum meningkatkan elektabilitasnya. Selain itu, penggunaan strategi pelengkap seperti pemetaan politik yang baik dan penekanan pada isu serta visi misi partai menjadi faktor penting yang perlu digaungkan untuk dapat dikombinasikan dalam strategi kampanye media.

Election Media and Youth Political Engagement, oleh Diana Owen, 2008. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Temuan dari penelitian ini adalah media tradisional selalu menekankan bahwa anak muda kurang berminat dan tidak mau terlibat dalam politik, yang mana hal ini menghambat orientasi aktifis. Dengan adanya evolusi jenis media seperti blog, sosial media, dll anak muda memiliki peluang lebih besar untuk hadir dan terlibat dalam kampanye pemilu. Oleh karena itu, anak muda beralih dari media tradisional dan beralih ke sumber pemilihan berbasis online.

Dari temuan penelitian-penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan fokus kajian mengenai strategi kampanye yang digunakan oleh partai politik sudah pernah dilakukan. Namun kebanyakan, fokus penelitiannya ada pada strategi yang dilakukan partai politik pada saat pemilu, sedangkan dalam penelitian ini, fokus penelitiannya ada pada strategi yang dilakukan PSI pada saat

kampanye politik, mulai dari pembuatan produk politik hingga kampanye pemilu menjelang pemilihan legislatif 2019.

#### 1.5.2 Partai Politik dalam Pemilu

Partai politik merupakan suatu organisasi yang dibentuk atas kesamaan tujuan, ide, atau cita-cita untuk mendapatkan atau mempertahankan kekuasaan pemerintah melalui pemilihan umum. Dalam pandangan Miriam Budiharjo, partai politik merupakan suatu kelompok terorganisir yang anggotanya memiliki kesamaan orientasi, nilai, dan cita-cita, yang memiliki tujuan untuk mendapatkan kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan program-program yang telah direncanakan.<sup>13</sup>

Indonesia sendiri merupakan negara demokrasi, yang mana berarti untuk mencapai tujuan mendapatkan kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik, partai politik di Indonesia akan ikut serta dalam pemilihan umum. Pada pemilu tahun 2019 berdasarkan UU Nomor 7 Tahun 2017 pasal 168, sistem yang digunakan dalam pemilihan anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota adalah sistem proporsional terbuka. Dalam sistem ini, pemilih memiliki pilihan untuk memberikan suara kepada partai politik atau calon tertentu dengan cara mencoblos atau mencontreng, pemilih juga memiliki kebebasan untuk secara langsung memilih

---

<sup>13</sup> Miriam Budihardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: Gramedia, 2008), hlm 404

calon legislatif yang mereka inginkan sebagai anggota dewan, atau memilih partai politik sebagai opsi alternatif.<sup>14</sup> Kemudian untuk metode penghitungan suara pada Pileg 2019, digunakan metode Sainte Lague seperti yang tertulis dalam ayat 3 di UU Nomor 7 Tahun 2017 Pasal 415, “Dalam hal penghitungan perolehan kursi DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota, suara sah setiap partai politik dibagi dengan bilangan pembagi 1 dan diikuti secara berurutan oleh bilangan ganjil 3; 5; 7; dan seterusnya”. Dengan sistem yang seperti itu, partai politik harus mendulang sebanyak mungkin suara, agar mendapatkan kursi di parlemen.

Dalam pemilu, terdapat siklus pemilu. Siklus pemilu atau tahapan pemilu merupakan sejumlah bagian pemilu yang dilakukan oleh penyelenggara pemilu meliputi pembuatan peraturan, registrasi pemilih, pendaftaran dan penetapan calon peserta pemilu, pelaksanaan kampanye, pemungutan suara, penghitungan suara, tabulasi hasil penghitungan suara, penetapan dan pengumuman hasil Pemilu, penyelesaian sengketa, pelaporan hasil, serta pengarsipan hasil dan audit manajemen.<sup>15</sup> Siklus pemilu ini berlangsung secara terus menerus dari satu pemilu ke pemilu berikutnya. Berikut ini

---

<sup>14</sup> Fachrur Razi Juned, *Perluakah Sistem Pemilu Diubah*, 2019, Diakses melalui <https://kpud-medankota.go.id/perluakah-sistem-pemilu-diubah/>.

<sup>15</sup> Ramlan Surbakti & Kris Nugroho, *Studi Tentang Desain Kelembagaan Pemilu yang Efektif*, (Jakarta: Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan, 2015) Hlm 21.

adalah sejumlah tahapan penyelenggara pemilu yang berlaku secara universal:<sup>16</sup>

1. Pembuatan landasan hukum mengenai pemilu
2. Perencanaan dan pembuatan kebijakan anggaran untuk mendukung kebutuhan logistik pemilu
3. Perekrutan, pelatihan, pendidikan, dan penyebaran informasi pemilu
4. Pendaftaran pemilih
5. Perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemilu
6. Pemungutan suara
7. Pengesahan hasil pemilu
8. Tahapan setelah pemilu.

Karena Indonesia menggunakan sistem demokrasi, yang berarti masyarakat dilibatkan untuk berpartisipasi dalam pengelolaan pemerintahan, masyarakatlah yang menentukan siapa yang akan mendapatkan kekuasaan politik dan memimpin mereka. Ditambah dengan sistem pemilu proporsional terbuka dan siklus pemilu seperti yang sudah disebutkan diatas, penting bagi partai politik untuk menjalankan semua fungsinya agar keberjalanan pemilu dapat terlaksana dengan baik.

Dalam sistem perpolitikan nasional yang seperti ini, partai politik memiliki peran sebagai wadah seleksi kepemimpinan

---

<sup>16</sup> *Loc.cit.*

nasional dan daerah. Hal ini tercermin dalam salah satu fungsi partai politik yaitu fungsi rekrutmen, dimana terjadi proses seleksi dan pemilihan individu untuk melaksanakan peranan dalam sistem politik melalui pemilu.<sup>17</sup>

Selain fungsi tersebut, partai politik memiliki beberapa fungsi, yang *pertama* adalah fungsi perantara (*broker*) yaitu fungsi dari partai politik untuk turut mendiskusikan serta menyebarkan rencana dan kebijakan pemerintah, disini dapat dikatakan bahwa partai politik adalah perantara antara pemerintah dengan masyarakat.

Fungsi yang *kedua* adalah fungsi sosialisasi politik, yang mengacu proses pembentukan sikap dan pandangan politik individu dalam masyarakat, contohnya adalah seperti penanaman nilai-nilai ideologis negara. Melalui sosialisasi politik, partai politik juga mendidik, mengarahkan, membujuk pemilih berperilaku tertentu, untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik dan memilih partai, calon dan kebijakan yang diusulkan oleh partai politik yang bersangkutan.

Fungsi yang *ketiga* adalah mengatur konflik, partai politik sebagai salah satu lembaga demokrasi memiliki fungsi untuk bisa menjadi pengendali konflik. Salah satu caranya adalah melalui dialog dengan pihak yang berseteru, menampung kepentingan dan

---

<sup>17</sup> Debora Sanur Lindawati. 2013. Strategi Partai Politik dalam Menghadapi Pemilu 2014. Jurnal Politikca Vol. 4 No. 2

aspirasi pihak yang berkonflik, kemudian membawa masalah atau problematika tersebut ke musyawarah DPR untuk mendapatkan solusi berupa keputusan politik.<sup>18</sup>

### 1.5.3 Strategi Politik

Strategi merupakan suatu tindakan atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan jangka panjang. Istilah strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni untuk memimpin pasukan atau *strategos* yang berarti memimpin.<sup>19</sup> Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi politik adalah suatu rencana yang terorganisir dan diimplementasikan untuk mencapai tujuan kemenangan dalam ranah politik. Menurut Schroder strategi politik merupakan strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik.<sup>20</sup> Schroder membagi strategi menjadi dua:<sup>21</sup>

1. Strategi Ofensif (menyerang) – yang mana merupakan strategi menyerang, dimana strategi disusun untuk menembus pasar yang disasar guna membentuk kelompok pemilih atau basis massa.

---

<sup>18</sup> *Loc.cit*

<sup>19</sup> André Hardjana, *Komunikasi Strategis: Konsep & Pendekatan*, 2017, Diakses melalui <https://jpri.perhumas.or.id/ojs/index.php/jpri/article/download/18/15/>

<sup>20</sup> Schröder, Peter, *Strategi Politik*, (Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, 2010), hlm.26

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm.185

2. Strategi Difensif (bertahan) – strategi yang digunakan mempertahankan konstituen yang telah dimiliki dan menutup penyerangan partai lain.

Strategi politik ini selalu terkait erat dengan strategi kampanye, dengan tujuan guna mendapatkan pengaruh dan kekuasaan sebanyak mungkin dengan cara mendapatkan suara maksimal dalam pemilihan umum.

#### 1.5.4 Kampanye

Kampanye adalah sebuah usaha terstruktur yang dilakukan oleh suatu kelompok dengan maksud untuk meyakinkan orang lain atau target tertentu agar menerima, mengubah, atau meninggalkan ide, sikap, praktik, dan perilaku tertentu.<sup>22</sup> Dalam politik, kampanye dapat didefinisikan sebagai salah satu bentuk komunikasi politik yang bersifat persuasif, yang dilakukan orang atau sekelompok orang atau suatu organisasi politik untuk membujuk orang lain agar memperoleh dukungan politik.

Terdapat dua jenis kampanye menurut Firmansyah yaitu kampanye pemilu dan kampanye politik.<sup>23</sup> Kampanye pemilu merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi dari partai politik kepada pemilih yang dilakukan pada masa tertentu menjelang adanya pemilu. Kampanye jangka pendek menjelang pemilu ini,

---

<sup>22</sup> Kotler dan Roberto (1989) dalam Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 229

<sup>23</sup> Firmansyah, *Marketing Politik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm.9

ditandai dengan pengeluaran biaya yang tinggi oleh kandidat atau partai politik, ketidakpastian hasil, dan penggunaan segala upaya untuk mempengaruhi pemilih agar memberikan suara kepada mereka.<sup>24</sup> Sedangkan kampanye politik merupakan suatu bentuk interaksi dan komunikasi antara partai politik dan masyarakat yang tidak hanya sebatas pada periode waktu menjelang pemilu. Proses ini berperan penting dalam pembentukan *image* politik yang nantinya akan berpengaruh pada perilaku pemilih.<sup>25</sup> Kampanye oleh partai politik dengan demikian merujuk pada perilaku memasarkan partai politik kepada pemilih atau aktivitas marketing politik.

Menurut Robi Cahyadi Kurniawan, terdapat beberapa perbandingan antara kampanye politik dan kampanye pemilu yaitu:

1. *Jangka waktu* pelaksanaan kampanye politik adalah terus menerus, sedangkan pelaksanaan kampanye pemilu jangka waktunya tertentu dan periodic.
2. *Tujuan* dari kampanye politik adalah membangun *image* atau citra politik, sedangkan tujuan dari kampanye pemilu adalah untuk mendapatkan suara.
3. *Strategi* yang digunakan dalam kampanye politik adalah membangun dan membentuk reputasi politik, sedangkan strategi kampanye pemilu adalah mobilisasi dan berburu pendukung.
4. *Komunikasi politik* yang digunakan dalam kampanye politik adalah interaksi dan upaya untuk memahami serta menawarkan solusi terhadap masalah yang

---

<sup>24</sup> Kahn dan Kenny dalam Firmanzah *ibid*, hlm. 272

<sup>25</sup> *Op.cit*, hlm. 275

dihadapi oleh masyarakat, sedangkan bentuk komunikasi politik kampanye pemilu adalah satu arah dan penekanan pada janji dan harapan politik jika berhasil memenangkan Pemilu. 5. *Sifat hubungan antara kandidat dan pemilih* dalam kampanye politik adalah hubungan relasi sedangkan dalam kampanye pemilu adalah pragmatis atau bersifat transaksional. 6. *Produk politik* yang dihasilkan dalam kampanye politik adalah pengungkapan masalah dan solusi serta ideologi dan sistem nilai yang melandasi tujuan partai, sedangkan produk politik yang dihasilkan dalam kampanye pemilu adalah janji dan harapan politik, serta figure kandidat dan program kerja. 7. *Sifat program kerja* dari kampanye politik adalah konsisten dengan sistem nilai partai, sedangkan sifat program kerja kampanye pemilu adalah *market oriented* serta berubah-ubah setiap periode Pemilu. 8. *Retensi memori kolektif* dalam kampanye politik adalah sulit hilang dalam ingatan kolektif, sedangkan dalam kampanye pemilu cenderung mudah hilang. 9. *Sifat kampanye* dari kampanye politik adalah bersifat laten, kritis dan menarik simpati masyarakat, sedangkan kampanye pemilu bersifat jelas terukur dan dapat dirasakan langsung kegiatannya.<sup>26</sup> Kampanye pemilu sendiri merupakan salah satu bagian dalam kampanye politik dimana keberhasilan kampanye pemilu dapat dilihat dari jumlah suara yang diperoleh pada saat pemilihan umum.

---

<sup>26</sup> Robi Cahyadi Kurniawan, *Kampanye Politik: Identitas dan Tantangan*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 12, Nomor 3, 2009, hlm. 311

### 1.5.5 Anak Muda dan Kampanye Politik

Anak muda selalu memiliki peran yang penting dalam kehidupan bernegara. Dalam pembentukan agenda 2030 untuk SDGs, anak muda juga menjadi aktor sentral dengan prioritas masa depan sesuai dengan yang mereka inginkan dengan penekanan khusus pada Pendidikan, pekerjaan, dan pemerintahan yang jujur dan responsif.<sup>27</sup> Meskipun anak muda merupakan aktor penggerak perubahan dalam Gerakan sosial politik, tetap saja politik formal didominasi orang-orang yang berusia diatas 35 tahun.

Anak muda sering dianggap tidak peduli dengan politik yang mana merupakan salah satu pilar penting dalam kehidupan bernegara. Mereka dianggap apolitis, dibuktikan dengan survei Youth and Contemporer Society yang dilakukan oleh S. Rajaratman School of International Studies (RSIS) pada tahun 2010 yang mengatakan bahwa kaum muda umumnya memiliki kecenderungan untuk bersifat apolitis dan pasif, lebih sadar politik jika dibandingkan dengan pemuda jaman orde baru, namun jarang berpartisipasi dalam acara / organisasi yang berkaitan dengan politik atau berafiliasi dengan partai politik.<sup>28</sup> Hal ini didukung dengan persentase partisipasi pemuda dalam pemilu yang mengalami penurunan jumlah yang signifikan. Dimana pada pemilu tahun 2004 jumlah

---

<sup>27</sup> UNDP, *Youth Participation in Elektoral Processes Hand Book for Elektoral Management Bodies*, 2017

<sup>28</sup> Leonard C. Sebastian, Youth and Contemporer Society, S. Rajaratnam School of International Studies (RSIS), 2014, diakses melalui <http://www.jstor.com/stable/resrep05897.6>

partisipasi anak muda berjumlah 85%, pada pemilu tahun 2009 berjumlah 72%, dan pada pemilu tahun 2014 berjumlah 70%.<sup>29</sup> Hal tersebut tidak hanya terjadi di Indonesia, namun juga banyak negara-negara lain di dunia. Salah satu contohnya adalah di Eropa dimana pada dua dekade terakhir, partisipasi politik anak muda mengalami penurunan dibuktikan dengan partai politik yang kesulitan merekrut anggota baru berusia muda dan tingkat abstain dalam pemilu yang cukup tinggi hingga 70%.<sup>30</sup>

Dalam penelitian di Amerika Serikat, *traditional election media* disana mengatakan bahwa anak muda kurang minat dan tidak mau untuk terlibat dalam politik, anggapan ini pun kemudian menghambat orientasi aktifis dan menyebabkan anak muda meninggalkan media tradisional dan kemudian beralih ke sumber informasi pemilihan berbasis online agar mereka tetap menjadi garis depan inovasi terkait media dalam kampanye.<sup>31</sup>

Dalam pelaksanaan kampanye yang melibatkan anak muda sebagai aktor didalamnya, berbagai macam bentuk kampanye politik dilakukan sesuai dengan kreativitas dan idealisme mereka. Berbagai platform juga mereka gunakan untuk menjangkau target mereka.

---

<sup>29</sup> *Loc.cit*

<sup>30</sup> Tomaz Dezelan, *Youth and Political Parties: Toolkit for Youth-Friendly Politics in Europe*, European Youth Forum, 2018, diakses melalui <https://www.youthforum.org/sites/default/files/publication-pdfs/Toolkit%20Youth%20and%20Political%20Parties%20-%20w%20Key%20Recommendations.pdf>

<sup>31</sup> Diana Owen, *Election Media and Youth Political Engagement*, 2008. *Jurnal of Sosial Science Education* Vol.7/8 No.2/1, hal 14-24.

Pembuatan produk politik, hingga kampanye-kampanye kreatif lahir dari ide-ide segar anak muda.

Kampanye kreatif merupakan kampanye positif menggunakan karya dan ide kreatif seperti video, gambar, humor (meme), lagu, permainan, poster, kaos, tulisan, dan kegiatan kreatif lainnya.<sup>32</sup> Contohnya adalah menggunakan media sosial dengan konten seperti video dan gambar dengan desain kreatif sebagai media kampanye politik mereka, entah itu sosialisasi produk politik, maupun membangun komunikasi aktif dengan target politik mereka yang mana sebagian besar juga merupakan anak muda. Keterlibatan anak muda dalam kampanye politik tentunya membuat kampanye menjadi lebih menarik dan berwarna karena anak muda menginginkan sesuatu yang baru dan berbeda dari kampanye politik biasanya.

## 1.6 Kerangka Analisis

Untuk dapat melihat bagaimana strategi kampanye Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam Pemilu Legislatif tahun 2019, maka peneliti menggambarkannya dengan berawal pada strategi politik yang digunakan PSI, dimana bentuk dari rencana sistematis untuk memenangkan Pemilu Legislatif tersebut dijalankan dalam bentuk

---

<sup>32</sup> Bambang Arianto, *Kampanye Kreatif dalam Kontestasi Presidensial 2014, 2015*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.19 No.1, hal 1.

kampanye politik mulai dari pembuatan produk politik hingga kampanye pemilu. Kampanye PSI yang identik dengan aktor anak muda nan kreatif akan dianalisis bagaimana strategi dan bagaimana keberjalanannya.

### 1.7 Operasional Konsep

1. Strategi politik : merupakan rencana yang sistematis dan diimplementasikan untuk mencapai tujuan memenangkan dibidang politik.
2. Kampanye : merupakan salah satu bentuk pelaksanaan strategi politik. Dalam politik, kampanye dapat didefinisikan sebagai salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau sekelompok orang atau suatu organisasi politik untuk membujuk orang lain agar memperoleh dukungan politik. Terdapat dua jenis kampanye, pertama adalah kampanye politik dan yang kedua adalah kampanye pemilu.
3. Anak muda dan kampanye politik : saat ini, anak muda sudah bukan hanya menjadi objek politik, melainkan juga sebagai aktor politik. Dengan kreatifitas mereka, anak muda memiliki bermacam ide-ide segar untuk membentuk produk politik, hingga membuat kampanye kreatif.

## 1.8 Metodologi Penelitian

### 1.8.1 Desain Penelitian

Penelitian mengenai strategi kampanye PSI dalam Pemilu Legislatif 2019 ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut John W Creswell, "*A qualitative study is defined as an inquiry process of understanding a sosial or human problem, based on building a complex, holistic picture, formed with words, reporting detailed views of informants, and conducted in a natural setting*"<sup>33</sup>

Definisi Creswell diatas menerangkan bahwa studi kualitatif didefinisikan sebagai proses pemahaman dari permasalahan sosial atau manusia, didasari pada pembangunan yang kompleks (permasalahan sosial yang kompleks), gambaran analisis secara keseluruhan, disusun dengan kata-kata, memberitakan informasi detail dari informan, dan dilakukan sesuai dengan keadaan yang terjadi.

Pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam penelitian yang dapat memberikan deskripsi serta analisa mengenai isi dari suatu pengalaman manusia. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, kita dapat menggambarkan dan menganalisis gambaran kehidupan dari perspektif yang berbeda, melihatnya dari sudut pandang setiap individu yang mengamatinya. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mendapatkan

---

<sup>33</sup> Creswell, J. W, *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*, (Thousand Oaks, CA: Sage, 1994), hlm.15

pemahaman yang sifatnya umum terhadap suatu fenomena sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman ini tidak ditentukan sebelumnya, tetapi diperoleh setelah fenomena sosial yang menjadi fokus penelitian dianalisis.<sup>34</sup> Dalam metode kualitatif, berlaku logika induktif, induktif merupakan proses peneliti mengumpulkan data kemudian mengembangkan teori dari data-data yang diperoleh tersebut.

#### 1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian adalah lokasi dimana peneliti menangkap keadaan aktual dari objek yang ingin diteliti. Situs penelitian juga dapat dikatakan sebagai tempat atau masyarakat yang menjadi subyek penelitian. Dalam penelitian ini, situs yang dipilih adalah DPP Partai Solidaritas Indonesia.

#### 1.8.3 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memiliki pemahaman dan keahlian yang mendalam terkait dengan isu yang diteliti, serta terlibat secara langsung dengan masalah yang menjadi fokus penelitian. Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Snowball sampling* atau *Chain sampling*. Teknik *Snowball sampling* atau *Chain sampling* merupakan teknik pemilihan informan kedua berdasarkan informasi dari informan pertama, informan ketiga berdasarkan rekomendasi

---

<sup>34</sup> Pupu Syaeful Rahmat, *Penelitian Kualitatif*, Jurnal EQUILIBRIUM Vol.5 No.9, 2009

informan kedua dan seterusnya.<sup>35</sup> Metode ini dipilih karena sangat baik untuk penggunaan wawancara mendalam. Informan dalam penelitian ini memiliki peran yang penting dalam perencanaan maupun pelaksanaan kampanye politik Partai Solidaritas Indonesia. Orang yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah

1. Sumardy MA – Ketua Tim Kampanye PSI pada Pemilu 2019
2. Raja Juli Antony – Pendiri PSI dan Sekretaris Jendral DPP  
PSI
3. Vivi Teskri Lidia George – Caleg DPR RI PSI Dapil  
Sulawesi Utara
4. Febry Wahyuni Sabran – Caleg DPR RI PSI Dapil Sumatera  
Barat

#### 1.8.4 Sumber Data

##### 1. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapatkan langsung oleh pengumpul data / peneliti.<sup>36</sup> Data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan pengurus DPP Partai Solidaritas Indonesia, dan juga hasil jawaban responden (pemilih muda) melalui kuesioner.

---

<sup>35</sup> Ade Heryana, S.St, M.KM. *Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif*. Diakses melalui

[https://www.researchgate.net/profile/Ade\\_Heryana2/publication/329351816\\_Informan\\_dan\\_Pemilihan\\_Informan\\_dalam\\_Penelitian\\_Kualitatif/links/5c02c716299bf1a3c159bd92/Informan-dan-Pemilihan-Informan-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ade_Heryana2/publication/329351816_Informan_dan_Pemilihan_Informan_dalam_Penelitian_Kualitatif/links/5c02c716299bf1a3c159bd92/Informan-dan-Pemilihan-Informan-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf)

<sup>36</sup> Dr. Harnovinsah, Ak. *Modul 3 Metodologi Penelitian*. Pusat Bahan Ajar dan Elearning Universitas Mercu Buana. Diakses melalui <https://mercubuana.ac.id/files/MetodeLogiPenelitian/Met%20Pen%20UMB%203-ok.pdf>

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau sudah tersedia.<sup>37</sup> Data sekunder ini diperoleh oleh peneliti melalui proses membaca, mempelajari, atau memahami hasil penelitian lain yang berasal dari buku, dokumen pendukung, atau literatur yang dapat dikumpulkan dari perpustakaan, organisasi, dan kantor pemerintahan seperti data yang disediakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), data hasil riset, dan sumber informasi lainnya yang terkait dengan subjek penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung data primer.

### 1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara merupakan suatu proses untuk mendapatkan keterangan yang menjadi tujuan penelitian dengan memberikan sejumlah pertanyaan secara lisan melalui tanya jawab sambil bertatap muka langsung antara peneliti dengan informan, dengan panduan maupun tanpa panduan.<sup>38</sup> Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam (*indepth interview*)

---

<sup>37</sup> *Loc.cit*

<sup>38</sup> Noor Wahyuni. *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*. Diakses melalui <https://qmc.binus.ac.id/2014/10/28/in-depth-interview-wawancara-mendalam/>

merupakan metode penggalan informasi atau pemahaman yang lebih rinci dan mendalam tentang suatu subjek atau konsep.<sup>39</sup>

Dalam wawancara mendalam ini, peneliti menggunakan kategori wawancara semi terstruktur (*semi-structured*). Wawancara semi terstruktur merupakan kategori wawancara dimana pewawancara memiliki daftar area atau topik, yang mana bukan hanya pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>40</sup> Dalam kategori wawancara ini, pertanyaan yang akan diajukan adalah tentang area atau topik tertentu, yang mana nantinya percakapan akan terus berkembang dan berbagai pertanyaan akan terus bermunculan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh keterangan yang mendalam dari informan tanpa terpaku hanyapada pertanyaan yang telah ditentukan / bisa menggali lebih dalam jawaban informan.

## 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada individu atau sekelompok orang guna mendapatkan jawaban, tanggapan, dan informasi yang dibutuhkan oleh

---

<sup>39</sup> Showkat, Nayeem & Parveen, Huma, *In-depth Interview*, 2017, Diakses melalui [https://www.researchgate.net/publication/319162160\\_In-depth\\_Interview](https://www.researchgate.net/publication/319162160_In-depth_Interview)

<sup>40</sup> *Loc.cit*

peneliti.<sup>41</sup> Kuesioner memiliki tujuan untuk memperoleh informasi tentang apa yang dialami atau diketahui oleh responden. Kuesioner dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu, kuesioner terbuka, kuesioner tertutup, dan keusioner campuran.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan klasifikasi kuesioner campuran dimana terdapat beberapa pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya dan ada pula pertanyaan yang bebas dijawab responden menggunakan kalimatnya sendiri. Keuntungan dari kuesioner campuran adalah responden dapat memberikan jawaban selain yang ditentukan oleh peneliti.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data kualitatif yang melibatkan observasi serta analisis dokumen yang telah dibuat oleh subjek penelitian atau orang lain terkait dengan subjek tersebut.<sup>42</sup> Hasil yang diperoleh dari metode ini adalah dokumen, yang merupakan kumpulan data yang akan ditulis, dilihat, disimpan, dan digulirkan dalam penelitian.<sup>43</sup> Dokumen ini tidak dipersiapkan karena adanya

---

<sup>41</sup> Mardalis, *Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi aksara, 2006), hlm. 66.

<sup>42</sup> Anggito, Albi & Setiawan, Johan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak 2008), hlm. 153

<sup>43</sup> *Ibid*, hlm. 146

permintaan seorang peneliti, namun sudah tersedia sebelumnya. Bentuknya dapat berupa foto, video, memo, surat, catatan harian, dan sebagainya.

#### 1.8.6 Keabsahan Data

Keabsahan data yang ada dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah suatu metode yang digunakan untuk memastikan kebenaran data dengan menyintesis informasi dari metode pengumpulan data lain atau melalui penggabungan paradigma triangulasi yang berbeda.<sup>44</sup> Triangulasi adalah upaya yang dilakukan oleh peneliti saat mengumpulkan dan menganalisis data.

Menurut Norman K. Dekin, teknik triangulasi adalah suatu gabungan atau kombinasi beberapa metode guna mengkaji suatu fenomena yang saling terkait, dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda.<sup>45</sup> Hal ini dilakukan agar validitas data dalam penelitian kualitatif meningkat. Dalam triangulasi, Sutopo (2006) mengatakan bahwa terdapat 4 jenis teknik triangulasi yaitu, 1. triangulasi metode, yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan menggunakan metode yang berbeda, 2. triangulasi antar peneliti, yang dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu orang dalam

---

<sup>44</sup> Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif*, 2010, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10 No.1, hlm. 46.

<sup>45</sup> H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar teori dan Terapannya dalam Penelitian*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret 2006).

pengumpulan dan analisis data, 3. triangulasi sumber data, yaitu peneliti menggali data melalui berbagai sumber data, dan 4. triangulasi teori, yaitu menguji keabsahan data menggunakan perspektif lebih dari satu teori untuk menghindari bias peneliti.

Dalam penelitian ini, teknik triangulasi data yang dilakukan adalah teknik triangulasi metode dan triangulasi sumber data dimana data yang digunakan berasal dari hasil wawancara dengan DPP PSI dan Caleg PSI, serta jawaban responden (masyarakat / pemilih muda) terhadap kuesioner penelitian.

#### 1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Dimana teknik analisis data kualitatif yang digunakan mencakup reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan / verifikasi. Miles dan Hubberman dalam Muri Yusuf (2016) menjelaskan ketiga kegiatan tersebut menjadi sebagai berikut:

##### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengolahan data dengan menyaring, menyederhanakan, memfokuskan, dan mempertajam data dalam satuan konsep tertentu,

kategori tertentu, dan tema tertentu dimana kesimpulan akhir nantinya dapat diverifikasi.<sup>46</sup>

## 2. *Display Data* / Penyajian Data

Setelah data mengalami proses reduksi, tahapan kedua dalam analisis data adalah *display data* atau penyajian data. Pada tahap ini, peneliti menyajikan data yang telah tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data ini akan membantu peneliti agar dapat lebih memahami suatu fenomena yang diteliti dan membantu pembuatan analisis lebih lanjut sesuai dengan pemahaman yang bersangkutan.<sup>47</sup>

## 3. Kesimpulan

Tahapan ketiga atau yang terakhir dalam tahapan analisis data adalah menarik kesimpulan. Kesimpulan merupakan tahapan untuk mencari makna dari data yang telah dikumpulkan dengan mencari keterhubungan, kesamaan, atau perbedaan. Kesimpulan ini diambil berdasarkan data yang telah didapat, disusun, dan disajikan sebelumnya.

---

<sup>46</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 407.

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm. 409.