

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu) pada hakikatnya merupakan sebuah wujud pengakuan hak-hak politik rakyat sekaligus merupakan sebuah pendelegasian hak kepada wakilnya di pemerintahan.¹ Dalam hal ini, pemilu merupakan salah satu bentuk dari pelaksanaan kedaulatan rakyat berdasarkan undang-undang sebagai perwujudan negara hukum dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.² Hal ini selaras dengan Perubahan Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945) yang menyatakan bahwa kedaulatan rakyat sepenuhnya tidak lagi dilaksanakan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), melainkan menurut ketentuan UUD 1945.³ Tujuan dari penyelenggaraan pemilu itu sendiri tidak lain yaitu untuk memilih wakil-wakil rakyat; dan untuk memilih calon presiden dan wakil presiden (Tataq: 2004:1).⁴ Selain itu, menurut Syamsuddin, tujuan pemilu dalam sebuah negara demokrasi secara universal semata-mata bertujuan untuk mendapatkan sebuah keabsahan untuk/dalam memerintah sebuah pemerintahan.⁵

¹ Karim, M. Rusli. (1991). *Pemilu Demokratis Kompetitif*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya. Hlm. 2

² Pasal 1 ayat (1) UU No 12 Tahun 2003 (UU Pemilu Legislatif) *juncto* Pasal 1 ayat (1) UU No 23 Tahun 2003 (UU Pemilu Presiden)

³ Pasal 1 ayat (2) Perubahan UUD NRI 1945

⁴ Pasal 22 E ayat (2) UUD 1945

⁵ Haris, Syamsuddin. (1998). *Menggugat Politik Orde Baru*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. Hlm. 153

Dalam konteks pemerintahan lokal, secara demokratis pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah merupakan manifestasi daripada wujud kedaulatan rakyat pada tingkat lokal dalam kerangka NKRI.⁶ Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, maka pengisian jabatan kepala daerah dan wakil kepala daerah dengan dipilih langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada). Pilkada merupakan sebuah proses politik yang diatur oleh Undang-Undang dalam rangka menciptakan kehidupan politik yang demokratis, transparan dan bertanggung jawab. Dalam pelaksanaannya, kandidat calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dapat dicalonkan baik melalui partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilu yang sebelumnya telah mempunyai sejumlah kursi DPRD dan/atau telah memperoleh dukungan suara dengan jumlah tertentu dalam pemilu legislatif.⁷ Partai politik itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah kelompok masyarakat yang didasarkan oleh kepentingan-kepentingan untuk mencapai cita-cita dan aspirasi politik tertentu. Sementara itu, tujuan dari partai politik berkaitan dengan perjuangan politik berdasarkan sistem nilai dan visi politik yang diembannya. Selain itu, partai politik juga memiliki fungsi-fungsi

⁶ Pasal 18 ayat (4) UUD 1945

⁷ Natalia, A. (2015). Peran Partai Politik Dalam Mensukseskan Pilkada Serentak Di Indonesia Tahun 2015. *Jurnal TAPIS*, 11(1), 47–68.

politik yang terdiri atas artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, sosialisasi politik, rekrutmen politik dan komunikasi politik.⁸

Dalam rangka mencapai tujuan utamanya, partai politik dan/atau seorang kandidat harus memenangkan Pemilu dengan perolehan suara terbanyak diantara kontestan-kontestan lainnya. Semakin tinggi tingkat persaingan antara partai politik, maka partai politik harus mampu menjual produk, program yang disertai dengan inovasi, kreatifitas, dan yang terpenting mampu menggerakkan hati masyarakat untuk memilih partai tersebut. Sebab dalam pemilihan umum terutama Pilkada, masyarakat dihadapkan dengan berbagai alternatif pilihan. Oleh karena itu, partai politik harus memiliki kapasitas yang lebih dibanding peserta lain dalam rangka memecahkan segala permasalahan yang berhubungan dengan bangsa dan negara.

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) merupakan salah satu partai politik yang ada di Indonesia yang mempunyai sederet pengalaman dan sejarah yang panjang berkaitan dengan pemilihan umum. PDI Perjuangan merupakan partai politik yang didirikan oleh Ir. Soekarno pada tanggal 4 Juli 1927 yang pada saat itu masih bernama Partai Nasional Indonesia (PNI). PNI merupakan gabungan partai yang terdiri atas Ikatan Pendukung Kemerdekaan (IPKI), Partai Kristen Indonesia (Parkindo), Partai Katolik dan

⁸ Susilo Utomo. (2015). Peran Partai Demokrasi I Indonesia Perjuangan Dalam Memenangkan Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko Pada Pilgub Jateng 2013, *Jurnal Ilmu Sosial, Volume 14 Nomor 2*, 2015, Hal. 3.

Partai Musyawarah Rakyat Banyak (Partai Murba). Kemudian, tepat pada 10 Januari 1973, gabungan beberapa partai tersebut berubah nama menjadi Partai Demokrasi Indonesia (PDI). Setelah keberjalannya yang mengalami beberapa gejolak politik, maka bertepatan pada Kongres V Partai Demokrasi Indonesia pada tanggal 1 Februari 1999, PDI mengubah nama partai menjadi PDI Perjuangan dengan berazaskan Pancasila dan bercirikan kebangsaan, kerakyatan dan keadilan sosial.

Dewan Pimpinan Cabang (DPC) PDI Perjuangan Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu keterwakilan PDI Perjuangan pada tingkat kabupaten/kota di Indonesia. PDI Perjuangan menjadi partai pemenang Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Klaten sebanyak dua kali periode secara berturut-turut yakni pada Pilkada 2010 yang mengusung Sunarna dan Sri Hartini dengan perolehan suara 397.106 suara atau 64,23 %. Kemudian pada Pilkada 2015, PDI Perjuangan mengusung Sri Hartini dan Sri Mulyani dengan perolehan suara 321.593 suara atau 48,90 %. Dengan demikian, yang menjadi pertanyaan menarik adalah apakah PDI Perjuangan dapat mengulangi kemenangannya atau tidak pada kontestasi Pilkada 2020 ini.

Diketahui Pilkada tahun 2020 merupakan pemilihan umum kepala daerah yang diadakan serentak seluruh Indonesia untuk memilih calon Bupati dan Wakil Bupati atau Walikota dan Wakil Walikota. Dikutip dari www.news.detik.com, Pilkada Serentak tahun 2020 digelar di 270 daerah yang terbagi menjadi 9

provinsi, 224 kabupaten, dan 37 kota. Diantaranya, Kabupaten Klaten merupakan salah satu daerah yang ikut melaksanakan Pilkada Serentak. Proses penyelenggaraan Pilkada tahun 2020 sendiri sempat terhambat sebagai akibat dari dampak Pandemi Covid-19.⁹ Namun, melalui berbagai pertimbangan yang ada pemerintah pusat pada akhirnya memutuskan untuk tetap melaksanakan Pilkada Serentak tahun 2020 dengan penggunaan protokol kesehatan secara ketat.¹⁰

Pilkada Kabupaten Klaten 2020 diikuti oleh tiga pasangan calon. Berikut adalah tabel dari ketiga pasangan calon yang akan berkontestasi pada Pilkada Kabupaten Klaten tahun 2020.

Tabel 1.1.

Daftar Kandidat Calon Bupati – Wakil Bupati Pada Pilkada Kabupaten Klaten 2020

No	Pasangan Calon	Partai Politik Pengusung
1	Sri Mulyani – Yoga Hardaya	PDI Perjuangan, Partai Golkar
2	One Krisnata – Muhammad Fajri	Partai Demokrat, PKS, dan Partai Gerindra
3	Arif Budiyono dan Harjanta	PAN, PKB, PPP, dan Partai Nasdem

Sumber: KPU Kabupaten Klaten tahun 2020

⁹ Keputusan KPU Nomor 179/PL.02-Kpt/01/KPU/III/2020 tentang Penundaan Tahapan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau WaliKota dan Wakil WaliKota Tahun 2020

¹⁰ Perppu Nomor 2 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota,

Diketahui bahwa, Sri Mulyani merupakan kandidat calon yang diusung PDI Perjuangan Klaten dimana dirinya merupakan calon petahana pada kontestasi Pilkada Kabupaten Klaten 2020 yang didampingi oleh Yoga Hardaya. Sri Mulyani sendiri sebelumnya merupakan wakil bupati yang diangkat menjadi bupati pada tahun 2017 menggantikan Sri Hartini yang sebelumnya ditangkap KPK lantaran terkena kasus jual beli jabatan pada tahun 2016. Sementara itu, One Krisnata – Muhammad Fajri dan Arif Budiyono – Harjanta merupakan kedua pasangan calon penantang dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Klaten tahun 2020 ini.

Dikutip dari www.cnnindonesia.com, Sri Mulyani kembali diusung oleh Dewan Pimpinan Pusat (DPP) PDI Perjuangan sebagai bakal calon Bupati Klaten pada Pilkada Klaten 2020. PDI Perjuangan memasang Sri Mulyani dengan Ketua DPD Golkar Klaten, Yoga Hardaya sebagai bakal wakil bupati yang menggantikan rekomendasi bakal wakil bupati sebelumnya yakni, Aris Prabowo yang merupakan kader PDI Perjuangan Klaten. Koalisi PDI Perjuangan dengan Partai Golkar ini membuat pasangan calon tersebut mengantongi kursi terbanyak dibandingkan dua pasangan calon lainnya yakni sejumlah 26 kursi dari total 50 kursi yang tersedia di DPRD Klaten. Sementara pasangan calon One Krisnata – Muhammad Fajri yang diusung oleh Partai Demokrat, PKS, dan Partai Gerindra memiliki 13 kursi dan pasangan calon Arif Budiyono – Harjanta yang diusung oleh PAN, PKB, PPP, dan Partai Nasdem memiliki 11 kursi dari total 50

kursi DPRD Klaten. Demikian dapat dikatakan bahwa pasangan calon Sri Mulyani – Yoga Hardaya merupakan kandidat terkuat diantara kandidat lainnya pada Pilkada Klaten tahun 2020 ini.

Meskipun demikian, ditengah-tengah keberjalanannya menuju Pilkada Klaten Tahun 2020, Sri Mulyani sebagai kandidat calon bupati yang diusung oleh PDI Perjuangan mendapat sorotan tajam dari publik. Sri Mulyani mendapatkan sorotan tajam dari publik setelah beberapa foto wajahnya terpampang di *hand sanitizer* bantuan dari Kementrian Sosial (Kemensos) pada April 2020 silam.¹¹ Hal ini secara tidak langsung berimplikasi terhadap turunnya citra positif yang dimiliki oleh bakal calon bupati yang diusung oleh PDI Perjuangan.

Seperti yang diketahui, bahwa capaian yang ditorehkan PDI Perjuangan Kabupaten Klaten pada Pilkada Klaten dua periode yang lalu yaitu tahun 2010 dan 2015 secara tidak langsung menempatkan PDI Perjuangan sebagai partai yang mempunyai posisi yang unggul diantara partai-partai lainnya baik dari Kabupaten Klaten itu sendiri sebagai kabupaten yang merupakan basis massa '*partai wong cilik*' juga dari PDI Perjuangan yang mengusung Sri Mulyani yang merupakan seorang petahana (*incumbent*). Hal ini pun dibarengi dengan koalisi PDI Perjuangan dengan Partai Golkar yang mengantongi total 26 kursi pada DPRD Klaten, maka pada Pilkada Klaten 2020 ini '*partai wong cilik*' atau PDI

¹¹ Bupati Klaten Akui Ada Kekeliruan soal Hand Sanitizer Berstiker Gambar Wajahnya, <http://regional.kompas.com/read/2020/04/27/23012711/bupati-klaten-akui-ada-kekeliruan-soal-hand-sanitizer-berstiker-gambar>, diakses pada tanggal 16 November 2020 pukul 23.28 WIB.

Perjuangan secara tidak langsung merupakan kandidat terkuat untuk memenangkan kontestasi ini. Namun, seperti yang diketahui bahwa Pilkada merupakan sebuah kompetisi, yang didalamnya terdapat pertarungan ideologi, pertarungan gagasan, pertarungan visi-misi, pertarungan program antar kandidat calon yang diusung oleh partai-partai politik terlebih terdapat dua pasangan calon (penantang) dari latar belakang yang berbeda pula. Hal ini dapat berarti bahwa bangunan politik itu sendiri dapat runtuh akibat satu titik noda yang dalam hal ini berupa kasus yang menjerat kandidat calon yang diusung PDI Perjuangan Klaten pada Pilkada Klaten tahun 2020 ini karena pada akhirnya sasaran yang ditujukan adalah pemilih. Pemilih tidak hanya akan memilih produk politik berupa visi dan misi, tetapi juga memikirkan tentang tingkat kepercayaan dan kenyamanan dari seorang kandidat calon bupati (figur) itu sendiri. Hal ini ditambah dengan situasi Pandemi Covid-19 yang ada ditengah-tengah suasana Pilkada, sehingga hal ini menarik untuk diteliti lantaran strategi-strategi yang direncanakan serta produk-produk politik yang diangkat bisa jadi berbeda dari pemilihan sebelumnya. Dengan demikian, PDI Perjuangan Klaten sebagai kendaraan politik mempunyai andil yang cukup besar didalam menyusun taktik atau strategi kemenangan untuk menjual kandidat kepada masyarakat untuk dapat merebut hati serta meyakinkan pemilih untuk dapat memilih kandidat calon yang diusung guna memenangkan Pilkada Klaten tahun 2020.

Secara garis besar penelitian ini bermaksud untuk menganalisis strategi pemenangan yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten dengan meminjam perspektif *marketing* politik. Strategi pemenangan ini dilakukan oleh PDI Perjuangan Kabupaten Klaten dengan tujuan untuk memperoleh suatu dukungan dari masyarakat agar semata-mata mendapatkan legitimasi dari masyarakat tersebut, sehingga partai politik dan kandidat dapat memenangkan kontestasi politik dan dengan tujuan akhir untuk memperoleh kekuasaan. Hal ini kemudian akan diidentifikasi dengan meminjam perspektif *marketing* politik. Menurut Adman Nursal sendiri, konsep *marketing* politik adalah rangkaian strategi yang telah direncanakan yang mempunyai dampak jangka pendek ataupun jangka panjang yang digunakan untuk menyebarkan pesan politik kepada para pemilih. Dengan demikian, diharapkan dapat membentuk dan menanamkan sebuah keyakinan sehingga pemilih dapat menggunakan hak pilihnya kepada salah satu partai atau kandidat tertentu.¹²

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengidentifikasi strategi pemenangan yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten untuk memenangkan Pilkada Klaten tahun 2020. Penulis tertarik untuk menganalisis strategi pemenangan tersebut dengan menggunakan perspektif *marketing* politik. Namun, penggunaan perspektif *marketing* politik pada penelitian ini hanya menggunakan

¹² Adman Nursal. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 45

garis besarnya saja, tidak mengacu teori marketing yang rigid, mengingat karakteristik proses politik dan ekonomi tetap berbeda. Dengan demikian hanya menggunakan beberapa aspek dari gagasan *marketing* yang digunakan untuk menjelaskan strategi pemenangan PDI Perjuangan Klaten yaitu dengan menggunakan perspektif *marketing* politik 4P (*product, promotion, price, place*). Pun melalui perspektif *marketing* ini, strategi pemenangan PDI Perjuangan Kabupaten Klaten untuk memenangkan kandidat diharapkan dapat dipandang dari sisi *marketing* tanpa menghilangkan proses politik yang terjadi.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemenangan yang digunakan oleh PDI Perjuangan Kabupaten Klaten untuk memenangkan Pilkada Kabupaten Klaten Tahun 2020 dengan menggunakan perspektif *marketing* politik ?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk menjelaskan strategi pemenangan yang dipilih oleh PDI Perjuangan Kabupaten Klaten pada Pilkada Kabupaten Klaten tahun 2020 dengan meminjam perspektif *marketing* politik.
- 1.3.2. Untuk menganalisis pilihan strategi pemenangan PDI Perjuangan Klaten dengan menggunakan pendekatan *marketing* politik apakah pendekatan tersebut efektif dan efisien untuk digunakan dalam rangka membantu kemenangan calon yang diusung PDI Perjuangan Kabupaten Klaten pada Pilkada Kabupaten Klaten tahun 2020.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih pengetahuan, wawasan khususnya dalam upaya pengaplikasian ilmu politik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan teoritis kepada PDI Perjuangan Klaten dan kepada partai lain agar dapat menjadi partai yang lebih berkualitas.

1.4.2. Praktis

1.4.2.1. Bagi peneliti

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih pengetahuan dari terjun langsung ke lokasi penelitian dan senantiasa menambah pengalaman, kemampuan dan ketrampilan peneliti. Melalui penerjunan langsung ke lokasi penelitian, peneliti dapat menambah pengetahuan, wawasan, pengalaman dan ketrampilan dari setiap tahapan penelitian yang dilakukan dilapangan dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan.

1.4.2.2. Bagi partai

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih masukan dan kritik bagi partai sebagai studi politik bagi para kader maupun partai untuk dipraktikkan kedalam politik praktis serta sebagai kritik masukan terhadap PDI Perjuangan

Klaten atas capaian yang telah diraih pada Pilkada Klaten 2020. Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh partai lain sebagai referensi dalam pengaplikasian ilmu politik terutama dalam ranah politik praktis sehingga marwah demokrasi pada pemilihan umum di Kabupaten Klaten selanjutnya dapat terbangun kembali dan senantiasa terjaga.

1.5. Kerangka Teoritis

1.5.1. Strategi Pemenangan Politik

1.5.1.1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*”, yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Kata strategi pada mulanya sangat akrab di kalangan militer, secara etimologis berasal dari kata majemuk bahasa Yunani, yaitu *Strategos* yang berarti pasukan dan *agein* yang berarti memimpin atau *Strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan, seni memimpin pasukan.¹³ Kemudian istilah strategi ini meluas ke berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi, politik dan komunikasi politik. Hal tersebut penting dalam upaya memenangkan

¹³ Schröder, Peter. (2009). *Strategi Politik*. Jakarta: Frederick-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit.

kompetisi dalam pemilihan umum dan dalam pengambilan keputusan politik lainnya.

Tipe strategi menurut Koteen, antara lain yaitu:¹⁴

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi), strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, nilai, tujuan, nilai-nilai, inisiatif-inisiatif strategi yang pembahasannya dibutuhkan yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa;
2. *Program Strategy* (Strategi Program), strategi ini memberikan perhatian implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu, apa dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi;
3. *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya), strategi ini memusatkan perhatian kepada maksimalisasi pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan dan teknologi;
4. *Institutional Strategy* (Strategi Institusi), fokus dari strategi institusional adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi. Pada dasarnya, strategi kemenangan mencakup beberapa tipe strategi, diantaranya strategi

¹⁴ *Ibid*

organisasi yang dalam hal ini adalah organisasi tim pemenang, yang di dalamnya mencakup perumusan misi, nilai, tujuan, nilai-nilai, inisiatif-inisiatif strategi serta strategi program karena strategi ini memberikan perhatian implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu.

1.5.1.2. Strategi Politik

Strategi politik adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang teknik, taktik dan cara seseorang yang digunakan dalam mewujudkan cita-cita dalam rangka memperoleh kekuasaan. Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik.¹⁵ Strategi politik ini biasa digunakan dalam usaha merebut atau mempertahankan kekuasaan, terutama saat pemilihan umum. Strategi ini berkaitan dengan strategi kampanye, dengan tujuan untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin dengan cara meraih hasil (suara) yang maksimal dalam pemilu, guna mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah pada perubahan masyarakat.

Pada dasarnya strategi politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih partai politik atau kontestan tertentu. Makna inilah yang

¹⁵ Schröder, Peter. (2009). *Strategi Politik*. Jakarta: Frederick-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit.

menjadi output penting strategi politik yang menentukan pihak-pihak mana yang akan dicoblos para pemilih.¹⁶ Tujuan akhir dalam strategi politik adalah untuk membawa calon kepala daerah yang didukung oleh strategi politiknya menduduki jabatan kepala daerah yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat.

Menurut Schröder (2009: 24-40) terdapat sistematika 10 langkah strategi politik, yaitu:

a. Merumuskan misi

Perumusan menjabarkan hal apa saja yang perlu direncanakan secara strategi. Hal ini harus mencakup tiga elemen yakni tujuan secara keseluruhan yang menguraikan posisi yang ingin kita capai melalui perencanaan strategi tersebut, alasan pentingnya pencapaian tujuan secara keseluruhan dan kerangka waktu (kurun waktu) dimana keseluruhan tujuan harus dicapai.

Dalam sebuah strategi politik, misi dapat diartikan persetujuan atas suatu posisi tertentu, partisipasi dalam suatu tugas tertentu, dipilih sebagai kandidat. Dalam sebuah perencanaan karir politik, misi harus menyatakan untuk siapa strategi itu

¹⁶ Adman Nursal. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 23

direncanakan. Dengan demikian misi dapat menetapkan suatu kerangka atau batasan.

Misi harus mengidentifikasi jangka waktu, hingga kapan keseluruhan sasaran harus dicapai, dan misi tidak boleh dirumuskan secara terlalu optimis sehingga menjadi tidak realistis.

b. Penilaian Situasional dan Evaluasi

Analisa situasional dan evaluasi membahas fakta-fakta yang dikumpulkan, yang dikelompokkan ke dalam kekuatan dan kelemahan serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi

1. Pengumpulan fakta

Pengumpulan fakta berarti pengumpulan fakta-fakta internal dan eksternal yang relevan. Fakta internal adalah fakta yang menyangkut organisasi sendiri. Fakta eksternal adalah fakta yang menyangkut para pekerja atau lingkungan dimana akan realisir. Pembatasan antara fakta internal dan eksternal tidak terlalu mudah, tapi pembatasan dilakukan sebelum proses pengumpulan fakta dimulai, untuk menghindari munculnya kesalahpahaman. Fakta kompetitor atau pesain adalah fakta yang berasal dari organisasi-organisasi, yang merupakan pesaing langsung dari organisasi kita sendiri. Fakta lingkungan

adalah fakta yang berasal dari masyarakat yang akan dijalankan.

2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan

Fakta-fakta terkumpul, secara sistematis digolongkan dan ditimbang berdasarkan kadar relevansi, ukuran, kepentingan, dan urgensi. Setiap fakta diteliti untuk menentukan apakah fakta-fakta tersebut mendukung atau justru mengganggu pelaksanaan. Apabila sebuah fakta mendukung, fakta ini menjadi kekuatan. Sebaliknya, apabila mengganggu pelaksanaan, ia akan menjadi kelemahan.

3. Analisis kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan dan kelemahan telah diketahui, maka keduanya harus dievaluasi setelah mengelompokkan mereka berdasarkan kadar kepentingan, perlu untuk menetapkan apakah kita memiliki pengaruh terhadap kelemahan-kelemahan tersebut dalam arti dapat mengeliminir atau setidaknya mengurangi. Dalam menganalisis dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan kita, yang dihadapkan dengan pesaing atau lawan dalam konteks perencanaan strategi politik dan mengamati lingkungan eksternal.

4. Umpan balik (*feedback*)

Setelah menganalisis kekuatan dan kelemahan, langkah berikutnya adalah menentukan apakah hal yang dimaksud dalam dicapai dalam kurun waktu yang telah ditetapkan. Apabila analisis kekuatan dan kelemahan menunjukkan bahwa ada keuntungan strategi yang jelas sehingga kemenangan pasti dapat diperoleh, dan kelemahan cukup dapat dilindungi, maka hal tersebut memiliki kemungkinan untuk dapat dicapai.

c. Perumusan Sub-strategi

Sementara langkah penilaian situasional lebih menyibukkan diri dengan keadaan dan situasi masa lalu, fokus kita harus bergerak maju kedepan untuk perumusan sub-strategi. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut: menyusun tugas-tugas, merumuskan strategi dan mengevaluasi strategi. Apabila penilaian situasional sudah selesai, hal ini akan mendapat kejelasan dari sesuatu yang telah dirumuskan, apakah akan dijalankan atau masih perlu direvisi.

1) Menyusun tugas-tugas

Berdasarkan analisis kekuatan dan kelemahan, lahir tugas-tugas yang harus diselesaikan yaitu meneliti kelemahan kita yang harus dieliminir, memberikan pertahanan dengan cara menutupi, mengalihkan perhatian yang harus dibangun, setelah itu menelaah kekuatan kita untuk menyerang lawan dan jika

lawan menunjukkan kelemahan yang tidak berhubungan dengan kekuatan kita maka kita harus membangun kekuatan ini.

2) Merumuskan strategi

Pertama-tama harus memilih isu-isu yang diperhadapkan dengan pesaing atau lawan. Isu-isu ini hendaknya berupa isu atau argumen yang membawa keuntungan yang jelas. Lingkungan dimana sebuah isu dijalankan memainkan peranan yang penting dalam penentuan isu dan memusatkan kekuatan serta semua penyerangan hanya satu isu dalam waktu tertentu saja.

3) Mengevaluasi strategi

Masing-masing strategi yang dipilih untuk menyelesaikan tugas haruslah saling melengkapi. Mereka harus saling cocok baik ditingkat sub-sub strategi maupun secara menyeluruh. Karena selanjutnya akan membutuhkan evaluasi terhadap strategi-strategi yang dipilih setelah strategi itu rumuskan.

d. Perumusan Sasaran

Setelah sasaran itu diputuskan, tanggung jawab untuk memindahkan strategi ke unit-unit teknis, dan diimplementasikan melalui pembagian tugas. Strategi telah ditetapkan, maka pendekatan untuk memanfaatkan kekuatan dan kelemahan lawan

dan untuk memecahkan kelemahan sendiri juga ditetapkan. Tujuan harus menggambarkan keadaan pada akhir sebuah proses dalam jangka waktu tertentu. Tujuan ini harus dapat dicapai dan tidak boleh menjadi ilusi belaka. Tujuan sudah dirumuskan, masing-masing strategi harus direalisasikan dan dijalankan. Tujuan ini masing-masing harus dibagi ke dalam unit taktis yang bertanggung jawab untuk pencapaian tujuan. Karena itu, kuantitas, kualitas, jangka waktu dan tanggung jawab harus ditetapkan setelah tujuan dirumuskan.

e. *Target Image*

Strategi untuk kegiatan kehumasan atau *public relations (PR)* dirumuskan dan diimplementasikan di tingkat “PR”, setelah keputusan mengenai “citra yang diinginkan” (*target image*) ditetapkan. *Target image* melukiskan citra yang diharapkan, yang hendak dicapai setelah dijalankannya rangkaian pekerjaan kehumasan yang panjang dalam kelompok target. *Target image* ditentukan oleh keputusan strategis mengenai perumusan tugas dan pilihan-pilihan yang berkaitan dengan isu, gaya, jenis konfrontasi dan orang-orang yang diperhitungkan.

f. Kelompok-kelompok Target

Kelompok target adalah kelompok-kelompok masyarakat atau organisasi mereka yang penting untuk pencapaian misi. Kelompok

ini diidentifikasi dengan menginterpretasikan keputusan strategis, khususnya tujuan taktis, dan melalui analisis citra yang diinginkan (*target image*). Apabila kelompok target telah didefinisikan, fondasi untuk implementasi strategi yang komunikatif ditetapkan. Fondasi ini dilengkapi dengan pesan kelompok target dan instrumen-instrumen kunci.

g. Pesan Kelompok Target

Kelompok target yang telah dibahas diatas membutuhkan informasi-informasi tertentu berdasarkan keputusan strategis yang telah diambil sebelumnya untuk memungkinkan beraksi sesuai dengan apa yang telah direncanakan secara strategis. Informasi ini dapat komunikasikan secara khusus dengan masing-masing kelompok target, dan tidak untuk semua kelompok target yang ada. Perlu diperhatikan bahwa pesan yang diterima masing-masing kelompok target tidak boleh saling bertentangan. Perluasan pesan kelompok target merupakan instrumen yang kerap digunakan pada tahap akhir masa kampanye, untuk memberikan janji tertentu kepada kelompok pemilih tertentu.

h. Instrumen-instrumen strategi

Pemilihan instrumen kunci terutama berkaitan dengan aksi-aksi dan alat komunikasi yang akan digunakan. Instrumen-instrumen dan aksi ini disesuaikan secara khusus bagi kelompok target. Untuk

itu ada syarat bahwa kelompok yang dijadikan kelompok target telah dikenali terlebih dahulu, karena setiap kelompok target hanya diraih melalui pendekatan atau komunikasi tertentu. Pemilihan instrumen-instrumen kunci yang akan digunakan sekaligus menghasilkan keputusan-keputusan penting yang berhubungan dengan sumber daya untuk mengimplementasikan strategi serta efektifitas kampanye. Keputusan ini, beserta kelompok target yang dipilih menjadi prasyarat keberhasilan pelaksanaan strategi.

i. Implementasi Strategi

Dalam pengimplementasian strategi, faktor manusia dan faktor operasional perlu diperhitungkan. Sebelum implementasi strategi dilakukan terlebih dahulu pengambilan keputusan mengenai tujuan taktis, perumusan citra yang diinginkan, identifikasi kelompok target, pesan kelompok target dan instrumen kunci. Setelah itu baru lah peraturan untuk implementasi strategi perlu ditetapkan. Dalam mengimplementasikan strategi politik, faktor manusia menjadi signifikan untuk tiga aspek yaitu pimpinan politik, pimpinan partai yang bekerja penuh dan anggota partai yang bekerja paruh waktu atau sukarelawan. Hubungan antara ketiga pihak ini, kuantitas, kualitas, pendidikan, motivasi dan etika merupakan syarat awal bagi keberhasilan implementasi strategi. Sementara dalam bidang

operasional, syarat awal untuk keberhasilannya tergantung pada prinsip-prinsip kecepatan, penyesuaian diri dan tipu daya.

j. Pengendalian strategi

Pengendalian strategi terdiri dari dua elemen yang menentukan keberhasilan penerapan suatu strategi. Elemen yang pertama adalah prinsip pengumpulan data intelijen dan perolehan informasi. Elemen yang kedua adalah prinsip perlindungan informasi di pihak sendiri.

Setelah itu dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT, yakni *Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats* yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sementara SWOT membatasi diri pada penilaian situasi perumusan strategi yang bergerak lebih jauh pada evaluasi strategi dan terutama pelaksanaannya.¹⁷

Langkah strategis yang utama, selain mengukur diri dengan analisis SWOT, adalah pengumpulan informasi secara objektif. Hal ini perlu terutama untuk mengidentifikasi para pesaing dan bisa di dapat dari informasi kubu pesaing, *spionase*, analisis survei, analisis media, penjelasan dari aliansi pesaing. Selain itu, juga perlu

¹⁷ Schröder, Peter. (2009). *Strategi Politik*. Jakarta: Frederick-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit. Hlm. 11-13

secara jelas mengetahui aturan main yang tertuang dalam produk perundang-undangan yang berlaku.¹⁸

1.5.1.3. Strategi Pemenangan Politik

Strategi pemenangan dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah massa pemilihnya. Dalam hal ini harus ada lebih banyak orang yang memiliki pandangan dan pemikiran yang positif terhadap kandidat dan partai pengusungnya, sehingga nantinya kampanye pemenangan yang dilaksanakan oleh partai dan kandidat dapat berjalan baik dan berhasil. Strategi politik yang dilakukan oleh setiap kandidat dalam rangka memenangkan pemilihan umum merupakan bentuk strategi pemenangan politik.

Strategi pemenangan politik adalah suatu proses yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok yang mempunyai tujuan untuk mencapai kemenangan. Maka, strategi pemenangan politik dapat diartikan sebagai suatu rencana yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh pasangan calon atau partai politik yang bertujuan untuk mencapai sebuah kemenangan atau sasaran yang ditentukan dalam Pilkada (Betsiana, 2017:12).

¹⁸ Alfian, M. Alfian. (2008). *Menjadi Pemimpin Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 302-303

Menurut Zetter (2008), strategi untuk memenangkan Pilkada, Pemilu dan Pilpres secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu : strategi perang udara dan strategi perang darat. Strategi perang udara berkaitan dengan strategi mengumpulkan informasi, propaganda dan menggalang dana. Sebaliknya strategi perang darat berkaitan dengan terjun langsung dalam masyarakat untuk mengumpulkan basis massa, mobilisasi masa untuk memenangkan pemilu secara efisien dan efektif.

Strategi perang udara dalam pemilu dapat dilakukan dengan cara perang telepon, pertempuran kecil, pembunuhan, kantor pusat dan penggalangan dana.

1. Strategi perang telepon adalah strategi politik untuk mengumpulkan beragam informasi mengenai lawan dan menyerang lawan dengan berbagai spekulasi untuk menunjukkan bahwa kesiapan dalam menghadapi pemilihan umum, hal tersebut bertujuan untuk menjaga moral.
2. Strategi pertemuan kecil adalah pertempuran politik pada tingkat lokal seperti pemilihan bupati, walikota dan DPRD.
3. Strategi pembunuhan politik adalah persengkokolan antar media dan partai oposisi mendorong pengunduran diri menteri dalam tubuh pemerintahan. Hal tersebut bertujuan untuk *menguliti* kementrian.

4. Strategi politik kantor pusat, dibagi menjadi dua yaitu staf dan gedung. Staf adalah orang yang bekerja dan loyal pada suatu partai politik. Staf dibagi menjadi beberapa divisi, yaitu: divisi penggalangan dana yang bertugas mengumpulkan uang untuk kegiatan administrasi partai. Divisi keuangan bertugas untuk mengurus pembayaran staf, peralatan dan kebutuhan jasa. Divisi keanggotaan bertugas untuk merekrut anggota baru. Divisi keanggotaan bertugas untuk merekrut anggota baru. Divisi kebijakan atau riset bertugas untuk mengkritisi dan menganalisis kebijakan di suatu daerah. Kemudian strategi gedung adalah strategi yang bertujuan sebagai suatu tempat-tempat partai politik dalam menyusun teknis serta taktis politik dalam menghadapi lawannya.
5. Strategi penggalangan dana dapat dilakukan melalui *broadcast*/siaran (siaran partai politik dan siara pemilu partai), konferensi partai dan iklan. Siaran partai umumnya ditayangkan setelah *event* utama politik, tujuannya untuk meyakinkan publik dalam memperoleh dukungan. Sedangkan siaran pemilu adalah siaran yang dilakukan selama periode pemilu.

Konferensi partai dilakukan guna mengumpulkan basis massa yang terdaftar serta melakukan koordinasi terkait dengan agenda politik

selanjutnya. Ada empat alasan partai politik menyelenggarakan konferensi, yaitu: untuk menggalang dana, menampilkan para pemimpin partai dan tokoh senior partai, mendongkrak moral anggota partai, memformulasikan kebijakan partai. Iklan menjadi salah satu alasan mengapa partai politik harus menggalang dana dalam jumlah yang cukup besar untuk bertarung dalam pemilu. Keuntungan melakukan kampanye melalui iklan adalah partai dapat mencapai sasaran kelompok tertentu yang akan dijadikannya sebagai basis massa.

Selanjutnya strategi politik perang data adalah strategi yang digunakan untuk menetapkan sikap dalam kontestasi secara langsung, yakni dapat dilakukan melalui :

- a) menetapkan pilihan;
- b) pengumpulan informasi;
- c) proses seleksi;
- d) pemilihan dewan;
- e) komunikasi politik;
- f) jadwal pemilihan;
- g) pengeluaran untuk kampanye;
- h) sumbangan;
- i) kelayakan;
- j) menyamakan seragam;

- k) memasang selebaran;
- l) metode pemungutan suara;
- m) alamat pemilih;
- n) menggalang dukungan kampanye;
- o) kampanye pengalihan;
- p) daerah pemilihan sasaran;
- q) hari pencoblosan; dan
- r) penghitungan suara

Firmanzah pun mengklasifikasikan bentuk-bentuk strategi politik untuk memenangkan pemilihan umum, yaitu :¹⁹

1. Strategi politik pesaing adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan oleh lawan. Hal ini diartikan sebagai semua cara, metode dan teknik yang digunakan oleh musuh untuk mencapai tujuan-tujuan politik yang mereka rumuskan. Strategi ini perlu dicermati karena strategi ini tidak hanya menentukan kemenangan politik pesaing, tetapi juga mempengaruhi perolehan suara terkait.
2. Strategi komunikasi politik adalah suatu analisis media massa milik kandidat atau suatu partai terhadap masyarakat. Komunikasi

¹⁹ Firmanzah. (2007). *Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hlm. 244

intensif yang dilakukan oleh kandidat atau partai politik menandakan suatu agresifitas pesaing dalam menanamkan suatu *image* tertentu dalam benak masyarakat. Analisis secara masif terkait strategi komunikasi politik ini tidak hanya menyangkut isi, melainkan juga sebagai wadah saluran media informasi dan komunikasi. Strategi komunikasi politik ini bertujuan untuk tidak membiarkan lawan politik mendominasi suatu media politik.

3. Strategi lobi politik adalah strategi yang dilakukan oleh kandidat atau partai politik untuk membangun *bargaining power* dan kekuatan, yang biasanya dilakukan secara berkoalisi dengan partai maupun kandidat lain. Strategi lobi politik juga harus mempertimbangkan kedekatan ideologis dengan partai maupun kandidat lain yang akan diajak beraliansi agar *image* partai politik tetap terjaga.
4. Strategi isu politik adalah strategi yang dilakukan secara terus menerus untuk memonitor cara pesaing dalam membangun isu politik. Strategi isu politik digunakan untuk mencari isu lain yang belum terekspos oleh lawan, sehingga nantinya suatu yang *genuine* dari suatu partai politik dapat terekam dalam benak masyarakat.

1.5.2. Partai Politik

Partai berasal dari bahasa Latin '*partire*' yang bermakna membagi. Menurut Burdiarjo (2008). Partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Partai politik kemudian didefinisikan sebagai organisasi publik yang bertujuan untuk membawa pemimpinnya berkuasa dan memungkinkan para pendukungnya untuk mendapatkan keuntungan dari dukungan tersebut.²⁰ Sedangkan, Duverger menjelaskan partai politik sebagai suatu kelompok politik yang mengikuti pemilihan umum dan melalui pemilihan umum itu mampu menempatkan calon-calonnya untuk menduduki jabatan-jabatan publik.²¹ Dengan itu, partai politik dapat disimpulkan sebagai kelompok orang yang terorganisasi dan memiliki kesamaan ideologi dan memiliki tujuan untuk memperjuangkan cita-cita bersama.

La Paromba dan Weiner (1966) mengidentifikasi empat karakteristik dasar yang menjadi ciri khas organisasi partai politik :²²

1. Organisasi jangka panjang. Organisasi partai politik diharapkan dapat terus hadir meskipun pendirinya sudah tidak ada. Partai

²⁰ Firmanzah. (2007). *Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hlm. 66

²¹ Duverger, Maurice. (1972). *Party Politics and Pressure Groups*. New York: Thomas E. Cromwell.

²² *Ibid*

politik bukan sekedar gabungan dari para pendukung yang setia dengan pemimpinnya. Maka dari itu, partai politik dapat berfungsi dengan baik apabila memiliki sistem dan prosedur yang mengatur aktivitas organisasi serta ada mekanisme suksesi yang dapat menjadi keberlangsungan partai politik untuk jangka waktu yang lama.

2. Struktur organisasi. Partai politik dapat menjalankan fungsinya dengan baik apabila didukung oleh struktur organisasi mulai dari tingkat lokal maupun nasional dan ada pola interaksi yang teratur diantara keduanya. Partai politik dilihat sebagai organisasi yang meliputi suatu wilayah teritorial serta dikelola secara prosedural dan sistematis. Struktur organisasi partai politik yang sistematis dapat menjamin aliran informasi dari atas kebawah, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas fungsi kontrol dan koordinasi.
3. Tujuan berkuasa. Partai politik didirikan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan, baik di level lokal maupun nasional.
4. Dukungan publik luas, adalah cara untuk mendapatkan kekuasaan. Partai politik perlu mendapatkan dukungan luas dari masyarakat. Karakteristik ini menunjukkan bahwa partai politik harus mampu diterima oleh mayoritas masyarakat serta sanggup memobilisasi sebanyak mungkin elemen masyarakat.

Fungsi dan peran partai politik secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu peran dan tugas internal organisasi dan tugas eksternal organisasi.²³ Dalam hal internal, organisasi partai politik memainkan peran penting dalam pembinaan, edukasi, pembekalan, kaderisasi dan melanggengkan ideologi politik yang menjadi latar belakang pendirian partai politik. Sedangkan fungsi eksternal organisasi partai politik yaitu terkait dengan masyarakat luas, bangsa dan negara. Kehadiran partai politik memiliki tanggung jawab konstitusional, moral dan etika untuk membawa kondisi dan situasi masyarakat menjadi lebih baik.

Secara lebih detail, partai politik memiliki beberapa peran dan fungsi, yaitu :

1. Rekrutmen dan seleksi pemimpin

Partai politik sebagai suatu organisasi sangat berperan dalam mencetak pemimpin yang berkualitas dan berwawasan nasional. Maka diperlukan suatu proses pendidikan formal maupun non-formal yang mampu membentuk jiwa dan karakter pemimpin. Untuk itu, partai politik bertanggung jawab dalam mencetak kader yang berkualitas, melalui pengembangan sistem rekrutmen, seleksi dan kaderisasi politik.

²³ Firmanzah. (2007). *Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hlm. 69

Rekrutmen adalah sistem awal partai politik dalam mendapatkan sumber daya yang baik, kemudian dilanjutkan dengan adanya sistem seleksi yang nantinya akan didapatkan orang-orang yang memiliki kesesuaian antara karakteristik kandidat dengan sistem nilai dan ideologi partai politik. Setelah merekrut dan menyeleksi, selanjutnya adalah pengkaderan, dimana sistem kaderisasi ini merupakan cara untuk mentransfer pengetahuan politik (sejarah, visi misi, strategi politik, keahlian berpolitik dan ketrampilan politik).

2. Program politik dan opini publik

Program politik didefinisikan sebagai semua program yang terkait dengan semua agenda kerja partai, terkait dengan isu nasional, kontestasi persaingan, dll. Partai politik memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat, sekaligus mengembangkan solusi yang dapat digunakan untuk menyelesaikannya. Program politik perlu dikomunikasi kepada publik sehingga tercipta opini publik tentang suatu permasalahan sosial.

3. Kontrol pemerintah

Dalam melakukan kontrol terhadap pemerintah, terdapat dua mekanisme partai politik dalam menyalurkan sikap kritis terhadap pemerintah. Pertama, sikap kritis yang disalurkan dan

dicerminkan oleh wakil-wakil partai politik yang terdapat pada lembaga legislatif. Kedua, partai politik dapat menyuarakan analisis dan sikap kritisnya melalui jalur non parlementer, misalnya melalui diskusi dan debat publik tentang kebijakan pemerintah.

4. Integrasi sosial dalam ideologi politik.

Partai politik berfungsi untuk memfasilitasi integrasi kolektif sosial. Organisasi partai politik harus didesain sedemikian rupa agar tercipta integrasi antar individu dan kelompok masyarakat. Proses integrasi antar individu dan kelompok masyarakat. Proses integrasi dapat menggunakan dua mekanisme, yaitu : pertama dengan melakukan kontrol internal dengan cara membuat suatu peraturan yang berlaku bagi semua anggota partai, seperti AD/ART dan *reward and punishment* partai politik. Kedua adalah melalui fungsi koordinasi yang bertujuan untuk agar adanya keterikatan antara satu individu dan kelompok dengan yang lainnya, sehingga gerak dan aktifitas organisasi partai politik dapat dilakukan secara stimulan dan mendapat dukungan dari semua pihak.

5. Edukasi politik

Partai politik juga berperan dalam mengedukasi masyarakat tentang apa itu politik dan bagaimana menyuarakannya. Edukasi politik yang dilakukan partai politik dapat berupa cara berpolitik

yang sehat, berkompetisi yang baik dan menghormati peraturan yang telah disepakati bersama. Masyarakat membutuhkan sosok individu yang dianggap dapat memimpin untuk mengarahkan mereka.

Almond, selanjutnya menjelaskan partai politik memiliki fungsi-fungsi politik, yaitu :²⁴

1. Fungsi representasi, yaitu fungsi partai politik untuk memberikan sarana politik langsung kepada kepentingan yang diwakilinya, misal : petani, buruh, dll.
2. Fungsi konversi, yaitu fungsi partai politik mentransformasi dari apa yang disebut bahan-bahan mentah politik, yaitu: kepentingan dan tuntutan menjadi kebijaksanaan dan keputusan.
3. Fungsi integrasi (partisipasim sosialisasi, mobilisasi). Sosialisasi adalah proses dimana kumpulan norma-norma sistem politik ditransmisikan kepada orang-orang yang lebih muda. Mobilisasi adalah variasi ekstrem dan sosialisasi, yaitu partai berusaha memasukkan secara cepat sejumlah besar orang yang sebelumnya berada diluar sistem tersebut, juga mereka yang apatis, terasing, tidak tahu menahu, tidak tertarik, takut kedalam sistem itu untuk

²⁴ Almond, Gabriel. (1974). *Comparative Politics Today: A World View*. Boston: Little, Brown, and Co.

menanamkan kepentingan dan menjamin dukungan massa. Partisipasi berdiri diantara mobilisasi dan sosialisasi, ini berarti bahwa melalui partai di semua sistem, medium ekspresi kepentingan dan partisipasi dalam pemilihan pemimpin dan kebijaksanaan, terbuka untuk semua pihak.

4. Fungsi persuasi, yaitu kegiatan-kegiatan partai yang dikaitkan dengan pembangunan dan pengajuan usul-usul kebijaksanaan agar memperoleh dukungan seluas mungkin bagi kegiatan-kegiatan tersebut.
5. Fungsi represi, yaitu partai melalui pemerintah atau secara langsung mengenakan sanksi baik kepada anggota maupun bukan anggota, mengendalikan nasib semua asosiasi dan partai lain, serta berusaha menuntut ketaatan dan membentuk pikiran dan loyalitas anggota dengan cara yang tidak hanya mengizinkan adanya oposisi tetapi juga menghukum pihak oposisi dan pembangkak.
6. Fungsi rekrutmen, yaitu digunakan dalam pengertian yang seluas mungkin untuk menunjukkan latihan dan persiapan untuk kepemimpinan terbuka untuk masyarakat, penampilan badan legislatif, pemerintah atau fungsi-fungsi lain oleh anggota partai, dan tentu saja. Kompetisi yang baik dalam pemilihan umum.
7. Fungsi membuat pertimbangan, perumusan kebijakan dan kontrol terhadap pemerintah.

8. Fungsi dukungan, yaitu partai tidak hanya memobilisasi dan memerintah, tetapi juga menciptakan kondisi-kondisi bagi kelangsungan hidupnya dan kelangsungan sistem dimana partai tersebut beroperasi.

1.5.3. Pemasaran Politik (*Political Marketing*)

1.5.3.1. Konsep Dasar Pemasaran Politik (*Political Marketing*)

Pemasaran politik (*political marketing*) dikenal sebagai metode pendekatan *marketing* dalam bidang kajian politik. Pemasaran politik menekankan penggunaan pendekatan dan metode *marketing* untuk membantu menjalin komunikasi dua arah antara institusi politik dan aktor politik dengan konstituen dan masyarakat. Secara luas, hubungan ini meliputi komunikasi langsung dan tidak langsung selama periode kampanye maupun sebelumnya.

Pemasaran politik merupakan suatu konsep berkelanjutan yang digunakan oleh kontestan politik atau kandidat dalam rangka membangun *trust* dan *image* publik. Oleh sebab itu, pemasaran politik perlu dipandang secara komprehensif antara lain: *pertama*, pemasaran politik lebih dari sekedar komunikasi politik; organisasi politik yang mempraktikkan pemasaran politik bukan hanya soal kampanye saja namun soal bagaimana membentuk sebuah simbol, *image*, platform, program ke dalam tahapan formulasi produk; pemasaran politik lebih dari merupakan konsep

marketing yang luas yang di dalamnya tidak hanya terbatas pada teknik, namun terdapat strategi, ide publikasi, desain produk sesuai pangsa pasarnya serta pemrosesan informasi; di dalam pemasaran politik terdapat disiplin ilmu seperti sosiologi (produk politik) dan psikologi (kedekatan emosional).²⁵

Strategi pemasaran politik yang tepat dapat memutuskan preferensi politik terhadap kandidat politik yang diusung dengan memberikan suaranya pada saat pemilihan, dengan tujuan akhir atas riset politik, survei, *polling*, dan *political marketing*.

1.5.3.2. Strategi Pemasaran Politik 4P (*Political Marketing 4P*)

Pemasaran politik melihat citra politik sebagai sesuatu yang digunakan tidak hanya untuk menarik perhatian masyarakat saja namun lebih menekankan tentang isu institusi politik atau kandidat calon. Sehingga, masyarakat tidak salah dalam menilai karakteristik dari institusi politik atau kandidat calon untuk dapat dipilih. Hal ini selanjutnya dapat diidentifikasi menggunakan pemasaran politik 4P yaitu produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*) dan tempat (*place*).²⁶

1. Produk (*Product*)

²⁵ Firmanzah. (2012). *Marketing Politik (Antara Pemahaman dan Realitas)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hlm. 198

²⁶ *Ibid.*, Hlm. 200

Dalam pemasaran politik, produk dapat diartikan sebagai institusi politik, kandidat dan ide gagasan yang dimiliki. Dalam hal ini, produk dapat berupa konsep, ideologi partai, program serta kebijakan. Selain itu, *image* partai dapat terbentuk melalui isu politik yang dihasilkan oleh produk politik. Pada penelitian ini, produk yang dimaksud adalah konsep, gagasan, ideologi partai, program kerja serta identitas kandidat calon yang diusung oleh PDI Perjuangan Kabupaten Klaten serta bagaimana produk ini dikampanyekan pada Pilkada Klaten tahun 2020.

2. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menjual pilihan produk yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pemilihan media yang digunakan untuk promosi juga harus dipertimbangkan, sebab tepat atau tidak tepatnya media yang digunakan untuk promosi itu relatif. Dalam artian, pemilihan media harus mempertimbangkan apakah media tersebut dapat terjangkau, tersampaikan dan dirasakan oleh lapisan masyarakat. Pada penelitian ini, promosi yang dimaksud adalah pemilihan media kampanye yang digunakan atau cara komunikasi politik PDI Perjuangan Kabupaten Klaten kepada masyarakat Kabupaten Klaten pada Pilkada Klaten tahun 2020.

3. Harga (*Price*)

Harga merupakan akumulasi nilai yang ditawarkan dari sebuah produk, dikorbankan oleh kontestan politik dan calon pemilih pada saat

pemilihan. Dalam hal ini, produk yang dimiliki oleh institusi politik mempunyai nilai tawar tersendiri untuk dijual kepada calon pemilih. Selain itu, institusi diharuskan untuk mengorbankan baik nilai materiil maupun non materiil guna memperoleh dukungan calon pemilih. Pada penelitian ini, harga yang dimaksud adalah biaya kampanye yang dikeluarkan sekaligus lobi politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Kabupaten Klaten.

4. Tempat (*Place*)

Tempat atau penempatan adalah bagaimana suatu institusi politik tersebut hadir dalam masyarakat. Hal ini dapat diindikasikan melalui seberapa efektif cara distribusi produk politik, kemampuan komunikasi politik dari institusi politik itu sendiri. Dalam artian, untuk dapat memperoleh hasil yang efektif institusi politik terlebih dahulu harus memetakan struktur, kondisi geografis ataupun demografis dalam masyarakat. Pada penelitian ini, tempat yang dimaksud adalah bagaimana segmentasi, pemilihan media kampanye atau cara komunikasi politik kepada masyarakat oleh PDI Perjuangan Klaten dalam rangka menjual produk politik.

1.6. Operasionalisasi Konsep

1.6.1. Strategi Pemenangan Politik

Strategi merupakan tindakan taktis atau terencana yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang digunakan untuk mencapai tujuan

tertentu. Tujuan dari strategi dapat berupa tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang. Oleh sebab itu, sifat dari strategi itu sendiri adalah untuk mengungguli individu atau kelompok yang dianggap sebagai lawan kompetisi.

1.6.2. Pemasaran Politik (*Political Marketing*)

Pemasaran politik merupakan konsep yang berupa metode, teknik yang dilakukan oleh institusi politik untuk mengidentifikasi pola perilaku konsumen atau calon pemilih agar produk politik yang dimiliki dapat memenuhi kebutuhan mereka. Bagi institusi politik, pemasaran politik bertujuan untuk dapat mempertahankan ekistensi partai dalam masyarakat ataupun dalam kontestasi pemilu.

1.6.3. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan)

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau yang biasa disebut PDI Perjuangan yang saat ini diketuai oleh Megawati Soekarnoputri merupakan salah satu partai politik yang telah lama ada di Indonesia. PDI Perjuangan merupakan partai politik yang didirikan oleh Ir. Soekarno pada tanggal 4 Juli 1927 yang pada saat itu masih bernama Partai Nasional Indonesia (PNI). PNI merupakan gabungan partai yang terdiri atas Ikatan Pendukung Kemerdekaan (IPKI), Partai Kristen Indonesia (Parkindo), Partai Katolik dan Partai Musyawarah Rakyat Banyak (Partai Murba). Kemudian, tepat pada 10 Januari 1973, gabungan beberapa partai tersebut

berubah nama menjadi Partai Demokrasi Indonesia (PDI). Setelah keberjalannya yang mengalami beberapa gejolak politik, maka bertepatan pada Kongres V Partai Demokrasi Indonesia pada tanggal 1 Februari 1999, PDI mengubah nama partai menjadi PDI Perjuangan dengan berazaskan Pancasila dan bercirikan kebangsaan, kerakyatan dan keadilan sosial.²⁷

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pemilihan metode penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data. Dengan menggunakan metode ini, strategi pemenangan politik yang dipilih oleh PDI Perjuangan Klaten pada Pilkada Klaten 2020 dapat diidentifikasi dan dijelaskan secara lebih detail. Menurut Moleong (2007: 6), penelitian kualitatif merupakan sebuah desain penelitian yang digunakan untuk memahami secara utuh fenomena-fenomena yang dialami oleh subjek-subjek penelitian dan untuk menjelaskan fenomena-fenomena tersebut ke dalam kata-kata dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Sedangkan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dikarenakan hal tersebut sesuai dengan tujuan penelitian ini,

²⁷ *Piagam Perjuangan PDIP*, <https://www.pdiperjuangan.id/article/category/child/25/Partai/Piagam-PDI-Perjuangan>., diakses pada tanggal 15 Februari 2021, pukul 22.17 WIB.

yaitu untuk menggambarkan hasil analisis strategi pemenangan politik PDI Perjuangan Klaten pada Pilkada Klaten 2020. Ada beberapa syarat umum pada metode deskriptif, yaitu : (1) memusatkan pada pemecahan masalah yang ada pada sekarang (aktual), (2) data yang dikumpulkan disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa (analitik)²⁸

1.7.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang ditentukan sebagai sumber dalam memperoleh data penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Klaten dan Kantor DPC PDI Perjuangan Klaten serta PAC merupakan lokasi untuk memperoleh data penelitian.

1.7.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang dapat memberikan sebuah informasi yang berkontribusi terhadap keberjalanan sebuah penelitian. Berkaitan dengan hal ini, peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan siapa saja subjek penelitian yang diperlukan. Teknik *purposive sampling* adalah teknik untuk menimbang siapa saja sampel yang dapat dijadikan sumber data. Hal yang perlu dipertimbangkan dalam teknik ini adalah apakah sampel dinilai paling mengerti tentang apa yang diteliti dan apakah sampel dapat mempermudah

²⁸ Surakhmad, Winarno. (1998). *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Tarsito, Hlm. 40

jalannya penelitian.²⁹ Berdasarkan hal ini, informan yang dipilih adalah sebagai berikut:

- Ketua Umum DPC PDI Perjuangan Klaten
- Sekretaris Umum DPC PDI Perjuangan Klaten
- Wakil Bidang Pemenangan Pemilu DPC PDI Perjuangan Klaten
- PAC PDI Perjuangan Klaten

1.7.4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan berupa kata-kata dan sebagian berupa angka. Sumber-sumber data yang dapat membantu penelitian ini diantaranya:

1. Data Primer

Data primer merupakan semua data yang diperoleh peneliti dari sampel/subjek penelitian secara langsung melalui wawancara. Untuk memperoleh informasi secara lebih detail, wawancara langsung harus mengacu pada panduan wawancara (*interview guide*) yang telah dirumuskan sebelumnya. Data primer ini antara lain :

- a. Catatan hasil wawancara.
- b. Hasil observasi lapangan.
- c. Data-data mengenai informan.

2. Data Sekunder

²⁹ Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, Hlm. 219

Data sekunder merupakan kumpulan data yang diperoleh melalui sumber selain subjek penelitian. Sumber lain ini dapat berupa studi kepustakaan (buku referensi, jurnal) yang berkaitan dengan strategi pemenangan politik sehingga nantinya dapat dijadikan referensi dalam mengerjakan penelitian.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1.7.5.1. Wawancara

Menurut Moleong (2007: 186), wawancara merupakan percakapan yang memiliki maksud tertentu. Wawancara dapat dilakukan apabila terdapat dua belah pihak yang berinteraksi yaitu antara pewawancara (*interviewer*) dengan yang diwawancarai (*interviewee*). Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2009), wawancara diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu wawancara terstruktur, semi struktur dan tidak struktur.³⁰ Penelitian ini menggunakan wawancara semi struktur sebagai teknik untuk mengumpulkan data.

Wawancara semi terstruktur atau *in-depth interview* merupakan wawancara yang dilaksanakan secara lebih bebas dibandingkan wawancara terstruktur. Dalam hal ini, peneliti tetap membuat pedoman

³⁰ *Ibid.*, Hlm. 233

berupa rumusan *draft* pertanyaan namun pertanyaan yang telah dirumuskan tersebut dapat berkembang seiring dengan berlangsungnya wawancara dengan tujuan untuk menggali informasi lebih dalam. Selain itu, melalui wawancara tersebut peneliti juga dapat mengetahui pendapat, pengalaman dan ide-ide dari informan secara langsung.

1.7.5.2. Studi Kepustakaan

Nazir (1988: 111) menyatakan bahwa studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan menelaah informasi yang terdapat pada buku, literatur, catatan dan laporan data sekunder yang mempunyai keterkaitan dengan strategi kampanye politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten.

1.7.5.3. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa foto, arsip, artikel dan jenis dokumentasi lain sebagai data tambahan berupa data *visual* ataupun *non-visual* berhubungan dengan PDI Perjuangan Klaten khususnya dalam hal strategi pemenangan politik pada saat Pilkada Klaten tahun 2020.

1.7.6. Analisis dan Interpretasi Data

Menurut Bodgan dan Biklen dalam Moleong (2007: 248), analisis data merupakan upaya mengorganisasikan data agar dapat dikelola dan diolah menjadi sesuatu yang penting sehingga dapat disampaikan kepada

orang lain. Sedangkan, menurut Moleong (2007: 247), analisis dan interpretasi data terdiri dari beberapa tahapan, antara lain:

1.7.6.1. Telaah Data

Telaah data dilakukan dengan cara menguraikan data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan observasi lapangan, dokumentasi, dan lain sebagainya.

1.7.6.2. Reduksi Data

Reduksi data dapat dilakukan dengan cara abstraksi yaitu usaha membuat intisari dari proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya.

1.7.6.3. Keabsahan Data

Tahapan terakhir yang perlu dilakukan adalah menarik sebuah kesimpulan. Dalam menarik sebuah kesimpulan sangat bergantung pada akumulasi hasil catatan lapangan. Terlebih apabila menarik sebuah kesimpulan dari sebuah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, maka peneliti harus dapat memberi kesimpulan gambaran akan suatu realitas sosial secara keseluruhan. Maka data yang harus digambarkan oleh peneliti dalam kesimpulan dapat berupa angka-angka maupun kata-kata.