

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Partai PDIP

a. Sejarah Partai PDIP

Di Indonesia terdapat partai politik bernama Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Ir Sukarno mendirikan Partai Nasional Indonesia (PNI) pada tanggal 4 Juli 1927, dan disinilah sejarah PDIP dimulai. PNI bergabung dengan Partai Katolik, Partai Kristen Indonesia (Parkindo), Persatuan Pendukung Kemerdekaan Indonesia (IPKI), dan Partai Permusyawaratan Rakyat (Partai Murba). Pada 10 Januari 1973, partai hasil merger tersebut mengadopsi nama Partai Demokrasi Indonesia (PDI).¹

Perbedaan pendapat di internal PDI terus terjadi sejak organisasi ini didirikan dan menjadi lebih buruk karena intervensi pemerintah. Megawati Sukarnoputri, anak kedua Ir Sukarno, didorong untuk menduduki jabatan Ketua Umum (Ketum) PDI guna menyelesaikan perselisihan tersebut. Namun, pemerintahan Suharto tidak menyetujui dukungan tersebut dan kemudian melarangnya digunakan untuk mendukung pencalonan Megawati Sukarnoputri dalam Kongres Luar Biasa (KLB) pada tanggal 2–6 Desember 1993, di Surabaya, Jawa Timur.²

Larangan ini bertentangan dengan keinginan para peserta KLB, sehingga Megawati Sukarnoputri terpilih secara de facto sebagai Ketua DPP PDI untuk tahun 1993 hingga 1998. Megawati Sukarnoputri dengan demikian dikukuhkan secara de facto sebagai Ketua Dewan Pimpinan Pusat PDI (DPP) pada Musyawarah Nasional (Munas) yang diadakan di Jakarta pada tanggal 22-23 Desember 1993.

Perselisihan internal di PDI terus berlanjut hingga diadakannya Kongres di sana pada tanggal 22-23 Juni 1996. Pendukung Megawati Sukarno Putri berdemonstrasi pada tanggal 20 Juni 1996 dan berkelahi dengan polisi yang menjaga kongres.³

Rezim Suharto kemudian mengakui Suryadi sebagai Ketua DPP PDI pada 15 Juli 1996. Terakhir, pada 27 Juli 1996, pendukung Megawati Sukarnoputri menggelar Platform Demokrasi di halaman kantor DPP PDI Jalan Diponegoro Nomor 58 Jakarta Pusat. Itu, muncul sekelompok orang yang mengenakan kaus kubu Suryadi berwarna merah, dan kemudian terjadi konflik dengan partai Megawati Sukarnoputri. Peristiwa ini kadang-kadang disebut sebagai Peristiwa Kudatuli atau Kerusuhan Dua Puluh Tujuh Juli.⁴

¹ <https://pdiperjuangan.id/sejarahpdiperjuangan/> diakses tanggal 29/07/2023

² <https://pdiperjuangan.id/sejarahpdiperjuangan/> diakses tanggal 29/07/2023

³ <https://pdiperjuangan.id/sejarahpdiperjuangan/> diakses tanggal 29/07/2023

⁴ <https://pdiperjuangan.id/sejarahpdiperjuangan/> diakses tanggal 29/07/2023

Setelah kejadian itu, PDI pimpinan Suryadi hanya berhasil memperoleh 11 kursi di DPR. Pengunduran diri pemerintahan Suharto pada reformasi tahun 1998 membuat PDI pimpinan Megawati Sukarnoputri semakin kuat. Pada Kongres V di Denpasar, Bali, Megawati Sukarnoputri diangkat menjadi Ketua DPP PDI periode 1998 hingga 2003.⁵

Pada tanggal 1 Februari 1999, Megawati Sukarnoputri mengganti nama PDI menjadi PDI Perjuangan agar bisa mengikuti pemilu. Rahmat Syamsul Rizal, seorang notaris, mengesahkan nama tersebut dan selanjutnya diumumkan pada tanggal 14 Februari 1999 di Istora Senayan Jakarta. Pada tanggal 27–1 Maret 2000, PDI Perjuangan (PDIP) menyelenggarakan kongres pertamanya di Hotel Patra Jasa di Semarang, Jawa Tengah. Hasil dari Kongres ini adalah Megawati Sukarno Putri kembali dikukuhkan sebagai ketua PDIP periode 2000–2005.⁶

b. Visi dan Misi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)

Bahwa sesungguhnya cita-cita luhur untuk membangun dan mewujudkan Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil dan makmur serta berkeadilan dan berketuhanan sebagaimana tercantum dalam pembukaan UUD 1945 merupakan cita-cita bersama dari seluruh rakyat Indonesia.⁷

1) Visi

- a) Mewujudkan amanat penderitaan rakyat sebagaimana tercantum dalam cita-cita Negara Proklamasi 17 Agustus 1945.
- b) Menjaga dan melaksanakan Pancasila 1 Juni 1945 sebagai dasar dan arah berbangsa dan bernegara, sebagai sumber inspirasi dan harapan bagi rakyat, sebagai norma pengatur tingkah laku kebijakan, kelembagaan dan anggota partai dan sebagai cermin dari keseluruhan jati diri partai.
- c) Mengantarkan Indonesia untuk berdaulat dalam bidang politik, berdirikari dalam ekonomi dan berkepribadian dalam kebudayaan sebagai syarat-syarat minimum bagi perwujudan cita-cita bersama bangsa di atas.⁸

2) Misi

- a) Mewujudkan cita-cita proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.
- b) Membangun masyarakat Pancasila 1 Juni 1945 dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil dan makmur.
- c) Menghimpun dan membangun kekuatan politik rakyat.

⁵ <https://pdiperjuangan.id/sejarahpdiperjuangan/> diakses tanggal 29/07/2023

⁶ <https://pdiperjuangan.id/sejarahpdiperjuangan/> diakses tanggal 29/07/2023

⁷ <https://www.pdiperjuangan.id/partai> diakses tanggal 26/07/2023

⁸ <https://www.pdiperjuangan.id/partai> diakses tanggal 26/07/2023

- d) Memperjuangkan kepentingan rakyat di bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya secara demokratis dan berjuang mendapatkan kekuasaan politik secara konstitusional guna mewujudkan pemerintahan yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Menjadi alat perjuangan guna membentuk dan membangun karakter bangsa.
- e) Mendidik dan mencerdaskan rakyat agar bertanggung jawab menggunakan hak dan kewajibannya sebagai warga negara.
- f) Menghimpun, merumuskan dan memperjuangkan aspirasi rakyat dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan negara.
- g) Menghimpun, membangun dan menggerakkan kekuatan rakyat guna membangun masyarakat Pancasila.
- h) Melakukan komunikasi politik dan partisipasi politik warga negara.⁹

c. Struktur kepengurusan Partai PDIP.

Tabel 4.1

**Susunan dan Personalia Pengurus Harian Dewan Pimpinan Cabang PDIP
Jepara Masa Bakti 2019-2024**

No.	Jabatan	Nama
1.	Ketua	H. Andang Wahyu Triyanto, S.E.,M.M
2.	Bidang Internal	
	Wakil Ketua Bidang Kehormatan Partai	H. Dian Kristiandi, S.Sos.
	Wakil Sekertaris Bidang Pemenangan PEMILU	Budi Laksono, B.Sc.
	Wakil Sekertaris Bidang Ideologi dan Kaderisasi	Sutrisno, SE
	Wakil Sekertaris Bidang keanggotaan dan organisasi	Nur Kholis
3.	Bidang Pemerintahan	
	Wakil Ketua Bidang Politik	Ahmad Rifa'i, S.H.I.
	Wakil Ketua Bidang Hukum, HAM, & perundang-undangan	H. Yuni Sulistyono, S.H
	Wakil Ketua Bidang Perekonomian	Siti Munawaroh, S.Pd
	Wakil Ketua Bidang Kebudayaan	Mersa Nabila, S.H., M.Kn.

⁹ <https://www.pdiperjuangan.id/partai> diakses tanggal 26/07/2023

4.	Bidang Kerakyatan	
	Wakil Ketua Bidang Penanggulangan Bencana, kesehatan, perempuan dan anak	Siti Malikatun
	Wakil Ketua Bidang Industri, tenaga kerja, Jaminan social, koperasi dan UMKM	Ratnasari Hasriningrum
	Wakil Ketua Bidang ekonomi kreatif, ekonomi digital, pariwisata, pemuda dan olahraga	Edy Ariyanto
	Wakil Ketua Bidang keagamaan dan kepercayaan terhadap Tuhan yang maha esa	Nur Syahid
	Wakil Ketua Bidang Pangan, pertanian, kehutanan, lingkungan hidup, kelautan, dan perikanan	Saiful M. Abidin, A.Md.
5.	Sekretaris	Drs. H. Junarso
	Wakil Sekretaris Bidang Internal	Bobby Alfianto
	Wakil Sekretaris Bidang Program	Ari Hendra Probowai, A.Md.
6.	Bendahara	H. Toyib
	Wakil Bendahara	Arinatun Khusna, S.Ak.
7.	Sekretariat	
	Kepala Sekretariat	Muniadi, SE
	Staff Sekretariat	Saiful Latif, S.Pd.I, M.Pd.I

2. Gambaran Umum Partai PPP

a. Sejarah Partai PPP

Di Indonesia terdapat partai politik bernama Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Partai Syarikat Islam Indonesia (PSII), Partai Nahdhatul Ulama, Partai Islam Indonesia (Parmusi), dan Partai Islam Perti digabungkan membentuk PPP yang berdiri pada 5 Januari 1973.

KH Idham Chalid Ketua Umum PB NU, H. Mohammad Syafaat Mintaredja, SH, Haji Anwar Tjokroaminoto Ketua Umum PSII, Haji Rusli Halil Ketua Umum Perti, dan Haji Mayskur Ketua Kelompok Persatuan Pembangunan di DPR, memimpin partai ini. PPP mencap dirinya sebagai "Rumah Besar Umat Islam" berdasarkan hasil gabungan dari partai-partai besar berbasis Islam.¹⁰

Ketika PPP pertama kali didirikan, mereka menggunakan Ka'bah sebagai metafora untuk mewakili cita-cita Islam. Namun karena tekanan politik pada masa Orde Baru berkuasa, PPP mengadopsi asas Negara Pancasila sejak tahun 1984 sesuai dengan kerangka hukum dan sistem politik yang berlaku saat itu. Berdasarkan Kongres PPP I tahun 1984, PPP pun menganut cita-cita Pancasila dan mengangkat bintang segi lima sebagai lambang resminya. Sejak jatuhnya Presiden Soeharto dari kekuasaannya

¹⁰ <http://ppp.or.id/2021/12/06/sejarah-singkat-ppp/> diakses pada tanggal 26/07/2023

pada tahun 1998, PPP kembali mengadopsi nilai-nilai Islam dengan Ka'bah sebagai simbolnya, berkat keputusan yang diambil pada Kongres Keempat pada akhir tahun itu. PPP berjanji akan tetap menjunjung tinggi keutuhan Negara Kesatuan.¹¹

PPP menunjuk ketua umum pertamanya antara tanggal 5 Januari dan Januari 1978. H. Mohammad Syaafaat Mintaredja, SH, menjabat sebagai ketua umum pertama partai tersebut. Hingga saat itu, ketua umum partai tersebut antara lain H. Suryadharma Ali yang terpilih pada Kongres VI tahun 2007, H. Jailani Naro, SH, H. Ismail Hasan Metareum, SH, dan H. Hamzah Haz. DPP PPP kini dipimpin oleh Suharso Monoarfa yang terpilih pada Kongres IX di Kota Makassar. Romahurmuziy (Gus Romy) terpilih secara aklamasi menjadi Ketua Umum DPP PPP pada Kongres VIII tahun 2016. Muhamad Mardiono yang terpilih menjadi ketua umum pada Musyawarah Kerja Nasional (Mukernas) pada 5 September 2022, saat ini menjabat sebagai pemimpin PPP.¹²

PPP memiliki platform yang terbagi dalam beberapa kategori, antara lain isu pendidikan, politik, ekonomi, hukum, dan sosial. Dengan kemitraan yang bersifat simbiosis, sinergis, saling menguntungkan, dan membina, PPP mengedepankan peran agama sebagai kompas moral dan sumber inspirasi dalam kehidupan berbangsa. Sikap saling toleransi antar umat beragama memungkinkan hal tersebut. Untuk meningkatkan standar demokrasi di Indonesia, PPP sangat menekankan pada budaya politik, institusi, dan mekanisme yang demokratis dan bermoral. Dengan melindungi hak asasi manusia (HAM), serta menghormati kebebasan berekspresi, berpendapat, dan berserikat, hal ini ditunjukkan. Selain itu, di bidang perekonomian PPP lebih menitikberatkan pada konsep ekonomi kerakyatan. Menegakkan supremasi hukum akan selalu dijunjung tinggi oleh PPP dengan ikut serta dalam upaya pemberantasan KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme), penguatan institusi dan instrumen penegak hukum serta selalu ikut aktif dalam pembaharuan hukum nasional.

Dengan memberantas budaya kekerasan dan memupuk nilai-nilai sosial budaya, PPP senantiasa berdedikasi untuk mewujudkan eksistensi sosial yang religius dan bermoral. Kemudian, di bidang pengetahuan dan keterampilan, KPS membantu pengembangan manusia berkualitas dan mengutamakan pendidikan dalam proses pembangunan kesejahteraan.¹³

¹¹ <http://ppp.or.id/2021/12/06/sejarah-singkat-ppp/> diakses pada tanggal 26/07/2023

¹² <http://ppp.or.id/2021/12/06/sejarah-singkat-ppp/> diakses pada tanggal 26/07/2023

¹³ <http://ppp.or.id/2021/12/06/sejarah-singkat-ppp/> diakses pada tanggal 26/07/2023

b. Visi dan Misi Partai PPP

1) Visi

Terwujudnya masyarakat yang bertaqwa kepada Allah SWT dan negara Indonesia yang adil, makmur, sejahtera, bermoral, demokratis, tegaknya supremasi hukum, penghormatan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM), serta menjunjung tinggi harkat-martabat kemanusiaan dan keadilan sosial yang berlandaskan kepada nilai-nilai ke-Islaman¹⁴

2) Misi

- a) PPP berkhidmat untuk berjuang mewujudkan dan membina manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, meningkatkan mutu kehidupan beragama, mengembangkan ukhuwah Islamiyah (persaudaraan sesama muslim).
- b) PPP berkhidmat untuk berjuang memelihara rasa aman, mempertahankan, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dengan mengembangkan ukhuwah wathaniyah (persaudaraan sebangsa).
- c) PPP berkhidmat untuk memperjuangkan hak-hak asasi manusia dan kewajiban dasar manusia sesuai harkat dan maetabatnya dengan memperhatikan nilai-nilai agama terutama ajaran Islam, dengan mengembangkan ukhuwah insaniyah (persaudaraan sesama manusia).
- d) PPP berkhidmat untuk memperjuangkan berbagai upaya dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang diridhai Allah SWT.
- e) PPP berkhidmat untuk berjuang melaksanakan dan mengembangkan kehidupan politik yang mencerminkan demokrasi dan kedaulatan rakyat dengan prinsip musyawarah untuk mufakat.¹⁵

c. Struktur Kepengurusan Partai PPP

Tabel 4.2

Susunan dan Personalia Pengurus Harian Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Kabupaten Jepara Masa Bakti 2021-2026

No.	Jabatan	Nama
1.	Ketua	H.Masykuri
2.	Sekretaris	H. M. Habil Mubarak, S.Pt.
	Wakil Sekretaris Bidang Penataan Organisasi	Fatroni, S.Ag
	Wakil Sekretaris Bidang Pengelolaan Program	Ir. H. M. Fahrudin Nasir

¹⁴ <https://dpcpppsitubondo.or.id/visi-misi/> diakses tanggal 26/07/2023

¹⁵ <https://dpcpppsitubondo.or.id/visi-misi/> diakses tanggal 26/07/2023

3.	Bendahara	Hj. Lusiana Afrianti, S.PSI., MM.
	Wakil Bendahara Bidang Pengelolaan Aset	Firman
	Wakil Bendahara Bidang <i>Ex officio</i> Ketua Lembaga ZIS Cabang	Uzilatul Fuaidah, SH.
4.	Wakil Ketua Bidang Fungsional	
	Bidang OKK 1	Muhammad Ibnu Hajar
	Bidang OKK 2	Ali Mansur, S.Ag
	Bidang OKK 3	Haizul Ma'arif, S.H.
	Bidang Data dan Digital	M. Haidar Zaqi Umar, S.K.G.
	Bidang Informasi, Komunikasi, dan Media Sosial	Bustanul Arif
5.	Wakil Ketua Bidang Isu Strategis	
	Bidang Pendidikan, Dakwah, dan Pesantren	Habib Zaenal Abidin Al Jufri
	Bidang Kesehatan dan Sosial	Hj. Tahayun Nihayah
	Bidang Perempuan dan Anak	Hj. Malikhah
	Bidang Ketenagakerjaan, UMKM, dan Industri	Misbakhul Munir
	Bidang Pertanian, Perikanan, dan Kelautan	Romdlon, S.Pd.I.
6.	Wakil Ketua Bidang Pemenangan Dapil	Khoirun Ni'am Dr. H. Agus Sutisna, SH., M.Hum Hj. Saidatul Haznak Ahmad Romli Nining Fitriani, M.Pd., M.Kom Hj. Siti Rodliyah, SH. Hj. Maftuha, SH. Sun'ah. ¹⁶

Tabel 4.3.
Jumlah Kader Partai Perkecamatan

No.	Kecamatan	Anggota PPP	Anggota PDIP
1.	JEPARA	531	272
2.	TAHUNAN	577	306
3.	KEDUNG	627	289
4.	MLONGGO	405	170
5.	BANGSRI	545	289
6.	PAKIS AJI	336	170
7.	DONOROJO	343	170

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Fatroni, S.Ag. anggota DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

8.	KELING	426	204
9.	KEMBANG	436	238
10.	MAYONG	620	425
11.	NALUMSARI	518	255
12.	WELAHAN	515	255
13.	BATEALIT	484	182
14.	KALINYAMATAN	416	182
15.	PECANGAAN	501	170
16.	KARIMUN JAWA	119	68

B. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian yang dimuat merupakan data yang diperoleh dari narasumber pada bidangnya. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan teknik wawancara dengan Ketua dan Anggota pada kedua Partai. Data penelitian merupakan hasil wawancara sudah dikumpulkan peneliti dalam kurun waktu penelitian serta akan diolah dan dijabarkan menggunakan analisis data.

Tabel 4.4
Narasumber Penelitian

No.	Nama	Jabatan
1.	H. Masykuri	Ketua PPP
2.	Fatroni, S.Ag.	Wakil sekretaris bidang penataan organisasi PPP
3.	Dr. H. Agus Sutisna, SH., M.Hum	Wakil Ketua Bidang kemenangan Dapil
4.	Andang Wahyu Triyanto	Ketua PDIP
5.	Saiful Latif, S.Pd.i, M.Pd.i	Staff Sekretariat
6.	Muniadi, S.E.	Kepala Sekretariat

1. Partai PPP

a. Segmentasi

Dalam segmentasi PPP sudah menerapkan Langkah-langkah segmentasi dengan baik dengan mengelompokkan pemilih sesuai dengan kondisinya masing-masing sehingga memudahkan PPP dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat, dan mudah menarik minta masyarakat, seperti pengelompokan berdasarkan gender, usia, status perkawinan dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Bapak khoirun Ni'am dalam wawancaranya

“kami melakukan pendekatan berdasarkan segmen mas, untuk ibu-ibu kita melakukan pengajian, idaroh, bazar, dan cek Kesehatan gratis, untuk keluarga kita melakukan dialog dan silaturahmi, untuk pemilih milenial kita

menggunakan cara media social, baliho, selebaran, dan lain-lain”¹⁷

Gambar 4.1
Kegiatan pemberian bantuan PPP kepada masyarakat



Gambar diatas merupakan kegiatan pemberian bantuan kepada masyarakat yang terkena musibah diharapkan dengan bantuan ini dapat membantu masyarakat untuk bangkit lagi, pemberian bantuan ini juga salah satu upaya partai PPP dalam menarik simpatik masyarakat sehingga masyarakat bisa cenderung memihak PPP dalam Pemilu.

Hal ini selaras dengan hasil wawancara dari bapak Fatroni, sebagai berikut:

“dalam melakukan pendekatan kita melihat dulu target kita ini dalam kelompok mana mas, jika dari kelompok ibu-ibu biasanya kita melakukan pengajian jika kelompok milenial kita mengandalkan social media”¹⁸

Sama seperti yang jawaban diatas wawancara dari 2 narasumber diatas Bapak Agus Sutisna juga menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh partai, sebagai berikut;

“merangkul segmen pemilih milenial, mengaktifkan sayap-sayap PPP, kader PPP diminta untuk mengajak anak-anak untuk bergabung dalam partai, menggaet milenial secara ideologis dengan mengamalkan nilai-nilai keislaman (kesantrian), menawarkan program unggulan PPP, menawarkan calon yang berkualitas dan kompetitif, memperjuangkan aspirasi masyarakat secara maksimal”

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak khoirun Ni'am anggota DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Fatroni, S.Ag. anggota DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

b. Targetting

Targetting yang ditetapkan partai PPP yaitu Ibu-ibu, keluarga, milenial, orangtua, hal ini terjadi karena mereka menargetkan semua kalangan sebagai pendukung PPP sehingga mereka bisa mendapatkan suara yang banyak pada pemilihan umum nantinya, targetting itu didukung oleh strategi-strategi yang dilakukan PPP diantaranya seperti yang hasil wawancara Bapak Agus Sutisna Tim kemenangan Dapil, sebagai berikut:

“merangkul segmen pemilih milenial, mengaktifkan sayap-sayap PPP, kader PPP diminta untuk mengajak anak-anak untuk bergabung dalam partai, menggaet milenial secara ideologis dengan mengamalkan nilai-nilai keislaman (kesantrian), menawarkan program unggulan PPP, menawarkan calon yang berkualitas dan kompetitif, memperjuangkan aspirasi masyarakat secara maksimal”¹⁹

Sedangkan target kursi yang didapatkan ,untuk pemilu yang akan datang lebih banyak dari pemilu yang lalu hal ini disampaikan bapak Khirun Ni’am dalam wawancara kami sebagai berikut:

“Target kami pada pemilu 2019 yaitu 10 kursi dan kami medapatkan 10 kursi dengan perolehan suara 121.000. sedangkan target pada PEMILU 2024 kursi DPR RI 50 kursi, kursi DPRD kabupaten jepara 13 kursi”²⁰

Sedangkan untuk penyuplai suara mereka menargetkan kalangan sebagai berikut:

“Penyuplai suara untuk partai PPP diantaranya yaitu Basis pemilih fanatic partai PPP, Badan otonom partai PPP (GPK, AMK, GMPI, WPP, pemilih turun temurun, kader baru dan milenial, dan kader yang menduduki jabatan yang strategis)”²¹

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Sutisna DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

²⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak khoirun Ni’am anggota DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

²¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Sutisna DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

Gambar 4.2
Kegiatan WPP partai PPP



Gambar diatas merupakan kegiatan pendidikan politik yang dilakukan oleh PPP terhadap kader WPP sehingga hal ini menjelaskan bahwa WPP memiliki peran yang cukup besar dalam menarik simpatik ibu-ibu sehingga tertarik kepada partai PPP dan nantinya diharapkan pada pemilihan hak suaranya akan diberikan kepada PPP.

Dari hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa partai PPP menargetkan semua kalangan dan semua jenis umur yang sudah memiliki hak untuk memilih sebagai pemilih partai PPP

c. Positioning

PPP menggunakan organisasi/badan yang didirikannya bernama LP2 (Layanan Pemenangan Pemilu) sebagai metodenya dalam menyeleksi calon legislatif. LP2 merupakan panitia yang dikoordinasikan oleh DPC. Ketua, sekretaris, bendahara, dan dua pimpinan cabang tambahan merupakan rantap (pengambil keputusan) dari lima anggota LP2. Anggota LP2 akan menentukan nomor urut calon legislatif, dan setelah nomor tersebut ditetapkan, DPC diminta menyampaikan surat rekomendasi kepada DPP melalui DPW.

“ kami punya proses perekrutan yang berbeda dengan partai lain mas, kita memiliki LP 2 yang bertugas mengatur persiapan pemilu sehingga lebih memudahkan kami dalam melakukan persiapan-persiapan menyongsong PEMILU, Selain itu partai PPP memiliki anggota Haizul Maarif sebagai ketua DPRD hal tersebut menguatkan partai PPP dalam menyongsong pemilu 2024”²²

²² Hasil Wawancara dengan Bapak Fatroni, S.Ag. anggota DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

PPP mempunyai LP2 yang membidangi persiapan pemilu dan bertugas menjaring calon legislatif dalam proses pemenangan pemilu legislatif dari awal pendaftaran hingga kemenangan. PPP juga telah memanfaatkan aparatur partainya, yang disusun dalam tingkatan-tingkatan dan bergerak hingga ke tingkat paling bawah. PPP mengikutsertakan 30% kader luar (eksternal) dalam rekrutmen calon legislatif. Kader-kader tersebut antara lain simpatisan, tokoh masyarakat dan agama, intelektual dan profesional, tokoh masyarakat, serta generasi muda yang berpotensi mencalonkan diri.

Dalam hal ini mereka juga memiliki posisi yang cukup baik dimasyarakat dilihat dari hasil pemilu kemarin, hal ini disampaikan Bapak Agus Sutisna dalam hasil wawancaranya sebagai berikut

“Pada pemilu tahun 2019 di Jepara, target dari PPP adalah bisa menduduki 10 kursi dan Alhamdulillah target itu bisa dicapai. Dari segi jumlah suara. Koordinasi antara pimpinan pusat dan pimpinan daerah PPP sendiri berjalan lancar sesuai dengan tingkatannya, yaitu dari DPP ke DPW, DPW ke DPC dan DPC ke PAC serta pimpinan ranting sampai ke tingkat paling bawah. Dan koordinasi untuk DPC PPP di Jepara, antara PAC dan rantingnya sudah dibekali dengan penetapan dan koordinasi pemenangan pemilu dalam rangka penghitungan suara melalui caleg-caleg itu sendiri dan melalui saksi-saksi di TPS.”²³

Sedangkan hambatan yang dilalui pada PEMILU 2019 diantaranya karena adanya pemilu serentak menyebabkan banyaknya kertas suara, banyaknya pemilih yang sudah lansia, sehingga menyulitkan dalam pemilihan, pemilih pemula yang belum bisa menerima ideology serta gambaran partai PPP, banyaknya masyarakat yang golput, serta tingginya biaya pemenangan partai.

Sedangkan dengan adanya hambatan tersebut mereka mengatasinya dengan cara mensosialisasikan secara terstruktur, sistematis, serta terus menerus terkait system pemilu, melakukan sosialisasi di media social agar pemilih pemula paham terkait partai PPP, serta melakukan pembiayaan gotong royong untuk pada kader untuk membantu memperjuangkan partai PPP.

2. Partai PDIP

Sebagai sebuah partai politik tentunya PDIP harus mempunyai modal dan strategi yang berbeda dari partai lain untuk menghadapi para pesaingnya dan memenangkan pencalonan dalam pemilu. Berikut ini adalah penjelasan dari strategi-strategi politik yang digunakan oleh PDIP

²³ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Sutisna DPC Partai Persatuan Pembangunan kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 27 Mei 2023)

a. Segmentasi

Dalam segmentasi PDIP sudah menerapkan Langkah-langkah segmentasi dengan baik dengan mengelompokkan pemilih sesuai dengan Umur dan kondisinya sehingga memudahkan untuk mendekati masyarakat berdasarkan pengelompokannya, seperti pengelompokan berdasarkan, gender, usia, status perkawinan dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Andang selaku ketua PDIP dapil Jepara dalam wawancaranya

“kami sebenarnya menggolongkan masyarakat menjadi beberapa golongan mas, diantaranya yaitu golong pemuda atau remaja, golongan ibu-ibu, golongan bapak-bapak, dan golongan lanjut usia karena penggolongan ini diharapkan supaya pendekatan kita ke masyarakat lebih mudah dan diterima”²⁴

Gambar 4.3
Kegiatan Bela Negara



Gambar diatas merupakan salah satu upaya dari PDIP dalam merekrut anggota, salah satunya yaitu dengan kegiatan bela Negara, dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat mengakrabkan antar anggota sehingga menimbulkan solidaritas yang tinggi yang dapat menguatkan antar anggota sehingga dalam kampanye sebelum PEMILU bisa berjalan sesuai keinginan.

Sedangan penjelasan Pak Munadi menyatakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh partai PDIP merupakan bagian segmentasi dari partai tersebut, adapun kegiatannya dapat dilihat dalam deskripsi wawancara berikut ini:

“kita sering melakukan bakti social mas, semisal kepada warga yang terkena bencana, lalu gotong royong kerja bakti bersi-

²⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Andang Wahyu Triyanto anggota DPC PDIP kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 2 juni 2023)

bersih diharapkan ini dapat mendekatkan kita kemasyarakat dan dapat menjadi nilai lebih kita dimasyarakat²⁵

Gambar 4.4
Kegiatan Donasi Bencana Alam



Dari gambar diatas menjelaskan bahwa PDIP melakukan gotong royong bersih-bersih daerah yang terkena musibah, disamping itu mereka juga memberikan bantuan kepada masyarakat yang terdampak musibah tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat pada partai PDIP sehingga nantinya ketika Pemilu mereka dapat menyumbangkan suaranya untuk PDIP.

Hal ini selaras dengan penjelasan gambar diatas, dimana hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa salah satu segmentasi yang dilakukan partai PDIP yaitu dengan gotong royong dan juga bakti social kepada masyarakat hal ini diharapkan dapat menarik

²⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Muniadi anggota DPC PDIP kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 2 juni 2023)

minat masyarakat sehingga dapat menjadi salah satu alasan memilih partai PDIP dalam PEMILU nantinya.

b. Targeting

Targeting yang ditetapkan partai PDIP hampir sama dengan PPP yaitu menargetkan dari semua kalangan masyarakat diantaranya: Ibu-ibu, keluarga, milenial, orangtua, hal ini terjadi karena mereka menargetkan semua kalangan sebagai pendukung PPP sehingga mereka bisa mendapatkan suara yang banyak pada pemilihan umum nantinya karena semua golongan tersebut memiliki hak untuk menentukan suaranya sehingga bisa menjadi penyuplai suara pada PEMILU nantinya, targeting itu didukung oleh strategi-strategi yang dilakukan PDIP diantaranya seperti yang hasil wawancara Bapak Saiful Latif, sebagai berikut:

“Tujuan kami adalah berkonsentrasi pada daerah-daerah yang konsentrasi kadernya tinggi, sehingga daerah tersebut menjadi sasaran utama PDIP guna menjaga kredibilitasnya di mata masyarakat dan meraih dukungan mereka.”²⁶

Sedangkan target kursi yang didapatkan, untuk pemilu yang akan datang lebih banyak dari pemilu yang lalu hal ini disampaikan bapak Andang dalam wawancara kami sebagai berikut:

“kami pada tahun 2019 mendapatkan 8 kursi tahun ini kami menargetkan 10 kursi untuk diduduki partai kami sehingga kami melakukan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat agar target kami bisa tercapai”²⁷

Sedangkan untuk penyuplai suara mereka menargetkan semua kalangan dengan cara mempertahankan para kader untuk ajang sosialisasi PDIP sebagai berikut:

“melestarikan kader-kader yang telah dibentuk PDIP sebelumnya di Kabupaten Jepara. Partai PDIP fokus pada daerah yang konsentrasi kadernya tinggi dan mengupayakan stabilitas dalam pemeliharaan kadernya. Seluruh tujuan PDIP dapat dicapai melalui berbagai upaya, antara lain dengan menyamakan kebijakan fasilitas dan keuangan serta menanamkan kata hati nurani dalam diri kader yang menekankan pentingnya persatuan.”²⁸

Dari hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa partai PDIP menargetkan semua kalangan dan semua jenis umur yang

²⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Latif anggota DPC PDIP kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 2 juni 2023)

²⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Andang ketua DPC PDIP kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 2 juni 2023)

²⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Andang ketua DPC PDIP kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 2 juni 2023)

sudah memiliki hak untuk memilih sebagai pemilih partai PDIP, serta sudah memiliki strategi dalam memperoleh suara diantaranya adalah adanya kesepakatan kebijakan fasilitas dan keuangan serta nilai kebersamaan satu sama lain dengan menanamkan moral pada kader.

c. Positioning

Positioning adalah penggunaan komunikasi yang kuat untuk memosisikan citra produk di benak konsumen. Hal ini terlihat melalui kegiatan PDIP yang menunjukkan bagaimana barang-barang PDIP diposisikan dekat dengan masyarakat melalui kader-kadernya dan dapat menjadi salah satu daya tarik masyarakat. Diantaranya seperti yang dipaparkan oleh bapak Andang sebagai berikut:

“Dengan cara-cara seperti studi, sekolah politik, kerja bakti, dan gotong royong, secara tidak langsung akan meninggalkan ingatan di masyarakat tentang bagaimana produk tersebut membantu orang-orang dalam kesulitan. Selain itu, PDIP diposisikan sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah, sehingga masyarakat dapat memberikan umpan balik kepada PDIP.”²⁹

Hal Ini juga dilihat dari proses perkrutan caleg PDIP, yang membentuk tim penyaringan caleg dan membuka pendaftaran pencalegkan bagi semua orang. Selain itu, kader PDIP hanya dapat mengikuti pendidikan kader, yang dilakukan dalam PDIP dalam tiga tahap:

- 1) Pendidikan Kader Pratama diberikan kepada caleg tingkat kabupaten kota.
- 2) Pendidikan Kader Madya diberikan kepada caleg tingkat kabupaten provinsi
- 3) Pendidikan Kader Utama diberikan kepada caleg tingkat nasional.

Dengan melaksanakan pendidikan kader awal, PDIP memberikan prioritas kepada calon legislatif yang sudah menjadi anggota organisasi. Jika ada calon yang bukan anggota partai, maka calon tersebut wajib mematuhi aturan yang ditetapkan PDIP. Karena aturan yang ditetapkan PDIP, calon yang memilih tidak mengikuti pendidikan kader juga tidak bisa mengikuti proses pencalonan legislatif

²⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Andang ketua DPC PDIP kabupaten Jepara (Wawancara Pada Tanggal 2 juni 2023)

Tabel 4.5
Perbandingan Strategi Partai

PPP	PDIP
Segmentasi	Segmentasi
<ul style="list-style-type: none"> • pendekatan berdasarkan kelompok masyarakat • merangkul segmen pemilih milenial • mengaktifkan sayap-sayap PPP • menawarkan program unggulan 	<ul style="list-style-type: none"> • penggolongan masyarakat menjadi beberapa bagian • kegiatan social seperti pemberian bantuan • gotong royong bersih-bersih dalam kegiatan bencana
Targeting	Targeting
<ul style="list-style-type: none"> • menargetkan 12 kursi • menargetkan pemilih fanatic partai • pemuda milenial 	<ul style="list-style-type: none"> • menargetkan daerah yang memiliki kader yang banyak • menargetkan 10 kursi • merekrut kader milenial
Positioning	Positioning
<ul style="list-style-type: none"> • haizul maarif sebagai ketua DPRD adalah posisi yang cukup baik • dari hasil pemilu sebelumnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Megawati sebagai sosok PDIP cukup memberikan kontribusi yang besar • menempatkan diri sebagai penghubung antara masyarakat dengan pemerintah • bantuan serta gotong royong ketika ada musibah

C. Analisis Data Penelitian

Strategi politik merupakan cara untuk mencapai tujuan politik tertentu. Taktik politik digunakan untuk mengambil atau mempertahankan kontrol, khususnya selama pemilihan umum. Taktik ini mirip dengan kampanye, yang bertujuan untuk memenangkan suara sebanyak mungkin dalam pemilihan untuk meraih kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin untuk mempromosikan kebijakan yang akan menguntungkan rakyat.

Menurut Tjiptono dan Chandra, Strategi politik terbagi menjadi beberapa poin sebagai berikut³⁰ :

- 1) *Segmentasi*
- 2) *Targetting*
- 3) *Positioning*

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dimana penulis memilih judul Strategi PPP dan PDIP dalam menyongsong Pemilu 2024 di Kabupaten Jepara dengan hasil yang diperoleh setelah

³⁰ Tjiptono, F & Chandra, G. . *Pemasaran Strategik (2th ed.)*.(Yogyakarta: Andi. 2012)

dilakukannya wawancara guna meraih informasi dari sumber terpercaya yaitu kedua partai dalam menyongsong Pemilu mereka menggunakan strategi Segmenting, Targetting, dan Positioning, hal lebih rincinya akan dibahas dibawah ini.

1. Segmentasi

Segmentasi pasar menurut Indriyo Gitosudarmo adalah upaya membagi pasar menjadi segmen-segmen yang homogen dan yang heterogen. Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok atau segmen tertentu sesuai dengan sifat, kebutuhan, dan perilaku tertentu, sesuai dengan kriteria yang diberikan di atas.

Segmentasi atau pengelompokan atau pemilahan pasar heterogen ke dalam satuan pasar homogen, segmentasi pada dasarnya bertujuan untuk lebih jauh mengenal kelompok-kelompok masyarakat hal ini bertujuan untuk mencari peluang dengan menunjukkan produk-produk dari partainya.³¹

Strategi politik menurut Peter Schorder adalah cara suatu partai politik melaksanakan gagasan dan tujuan politiknya. Rencana politik yang segar dan efektif secara otomatis akan mempengaruhi persentase suara pemilu.³² Salah satu strategi politik yang baru di Indonesia adalah strategi yang digunakan oleh PPP dan PDIP yaitu dengan melakukan pendekatan-pendekatan untuk gerakan perubahan.

Kampanye pemilu partai politik sangat dipengaruhi oleh pertimbangan media massa. Hal ini didasarkan pada kebebasan masyarakat Indonesia yang menganut paham demokrasi, yang mencakup kebebasan untuk mengekspresikan tujuan mereka. Media massa memungkinkan masyarakat umum menerima informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya. Partai PPP dan PDIP banyak memanfaatkan media untuk mempublikasikan organisasi politiknya.

Dengan semakin majunya perkembangan zaman, PPP harus bisa mengikuti zaman dan berperan sebagai partai modern. Strategi yang di terapkan Partai PPP salah satunya adalah melalui media massa. dimana Partai PPP berusaha menawarkan beberapa produk baru seperti gagasan-gagasan besar yang berbeda dari partai-partai lain nya. Dengan adanya media massa yang di miliki oleh PPP, PPP dengan gencar gencarnya melakukan kampanye politiknya di media sosial. Sehingga elektabilitas Partai PPP naik pada pemilu 2024. Keberhasilan Partai PPP pada pemilu 2019 tidak terlepas dari faktor media massa. Dengan hal ini PPP berhasil memanfaatkan media massa sebagai salah satu strateginya. Hal yang sama juga dilakukan oleh PDIP dimana dia memnafaatkan Media massa untuk menggaet simpatik kaum milenial, dimana mereka mengabadikan setiap kegiatan yang mereka lakukan dengan tujuan agar masyarakat tau apasaja kegiatan yang dilakukan

³¹ Firmansyah, *Marketing Politik: Antara pemahaman dan realitas*, (Jakarta: Yayasan Obor,2008.). 212

³² Peter Schorder, *Strategi Politik (terj.)*, (Jakarta: friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit, 2013), 3.

oleh PDIP dan dapat menarik minat masyarakat untuk memilih PDIP dalam Pemilu. Dalam strategi politik, Media massa tidak dapat di pisahkan oleh kepentingan suatu partai politik. Karna media massa adalah jembatan partai politik untuk berkampanye menawarkan gagasan-gagasan besar partai politik secara cepat kepada semua elemen masyarakat.

Dalam hal ini, teori sebelumnya berkaitan dengan realitas PDIP, yaitu setiap kader terbagi dalam kelompok berdasarkan wilayah. Salah satu pengelompokan tersebut adalah pembagian tugas ke daerah pemilihan, seperti yang terjadi di daerah pemilihan Jepara. Melalui Tim Khusus di masing-masing daerah, pengelompokan ini akan memudahkan PDIP dalam mengidentifikasi karakteristik masyarakat menurut daerah masing-masing. Terkait pemasaran politik, PDIP juga menaruh perhatian pada segmentasi kader berdasarkan letak geografisnya. Mereka berupaya menjaga kader-kader tersebut tetap aktif agar tetap menjadi anggota PDIP dengan memberikan kesempatan yang sama untuk menempuh pendidikan politik.

Hal ini juga dilakukan oleh PPP yaitu dengan mengelompokkan masyarakat berdasarkan golongan seperti ibu-ibu, pemuda, bapak-bapak, lansia, dengan mengelompokkan ini diharapkan lebih mudah melakukan pendekatan karena kita bisa menyesuaikan pendekatan berdasarkan golongan missal ibu-ibu melakukan pendekatan dengan pengajian, pemuda dengan memanfaatkan media social dan kegiatan-kegiatan seperti sekolah politik hal ini diharapkan lebih memudahkan partai PPP dalam melakukan pendekatan ke masyarakat.

Dari hasil analisis diatas kita tahu bahwa segmentasi dari kedua partai dalam memperoleh suara dilakukan melalui kampanye di media massa, hal ini bisa dilihat dari akun media social kedua partai dimana mereka sama-sama membagikan kegiatan positif mereka di media massa, serta mereka juga sama-sama mengelompokkan masyarakat dalam beberapa golongan untuk mempermudah dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat, hal ini bisa dilihat dari kegiatan-kegiatan mereka, seperti remaja ada pelatihan-pelatihan, ibu-ibu ada kajian, dan lain-lain.

Selain dengan media massa mereka juga sedang gencar-gencarnya melakukan pendekatan-pendekatan dimasyarakat, pendekatan ini dilakukan berdasarkan pada segmentasi pengelompokkan umur, hal ini dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan, baik dari kajian bersama ibu-ibu, pelatihan kader oleh pemuda, gotong royong bersama bapak-bapak dan lain sebagainya.

Hasil penelitian diatas juga menunjukkan betapa pentingnya segmentasi dilakukan oleh partai dalam memperoleh suara di PEMILU baik dari segmentasi pemetaan wilayah, berdasarkan keagamaan, maupun yang lainnya.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Frans B. Tokan dimana hasil penelitian mereka menjelaskan bahwa diterapkannya segmentasi penerapan pada segmentasi politik secara bersamaan dan saling melengkapi antara segmentasi politik satu dan lainnya cukup efektif mendulang dukungan suara bagi calon legislatif.³³

Segmentasi penting juga dijabarkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Taufiqurrahman dimana hasil penelitiannya adalah Seperti halnya pemetaan pemilih, segmentasi juga penting untuk mengumpulkan suara. Selanjutnya dapat dipecah menjadi segmentasi demografi berdasarkan kantong daerah pemilihan dan segmentasi demografi berdasarkan susunan sosial masyarakat. Pemetaan wilayah yang dilakukan tim pemenang didasarkan pada faktor sosial, budaya, kewilayahan, dan agama; ini penting karena berkaitan dengan pemasaran produk. Selain itu, wilayah Ngawi terbagi menjadi selatan dan timur pada peta. Di wilayah barat, agama dan pendidikan sangatlah penting. Di bagian utara, suku abangan merupakan kelompok yang paling kuat beragam dan tradisional, dan karakter wilayah Ngawi tengah, seperti kota Ngawi, Pitu, dan Kawdungan.³⁴

Komunikator dapat membuat program kampanye atau penawaran produk yang memenuhi kebutuhan aktual masyarakat pemilih dengan mengenal mereka lebih baik. Memahami segmentasi gender, agama, dan budaya di Indonesia sangat penting untuk menciptakan taktik komunikasi politik dan rencana kampanye.³⁵

2. Targeting

Penargetan adalah salah satu fase strategi politik, menurut teori strategi politik. Partai politik menargetkan pemilihnya untuk memperoleh suara sebanyak-banyaknya baik dari pemilih baru maupun masyarakat luas di setiap daerah. Penetapan sasaran melibatkan banyak proses, antara lain: Membuat acuan pengukuran terlebih dahulu untuk setiap kategori politik. Selanjutnya, pilih target dari bagian yang sudah ada.

Langkah selanjutnya adalah penargetan setelah segmentasi, yang mencakup profil pengelompokan komunitas. Penting untuk menetapkan standar pengukuran dan titik acuan pada bagian ini untuk kuantitas dan komposisi pemilih. Sasaran utama yang perlu diolah adalah kelompok pemilih yang memberikan suara dalam jumlah besar. Meskipun jumlah kelompok pengaruh tidak bergantung pada kuantitas, kriteria penilaian lainnya adalah dengan melihat sejauh mana suatu

³³ Frans B. Tokan, *SEGMENTASI POLITIK PEMILIHAN LEGISLATIF Studi Kasus Strategi Pemenangan Nining Salmawati Basalamah di Kota Kupang* (Kupang; Segmentasi politik. 2020) 391.

³⁴ Taufiqurrahman, *Strategi Pemenangan pertahanan dalam pemilihan Umum kepada daerah di Kabupaten Ngawi*(Semarang; Fakultas Ilmu social, 2012).7.

³⁵ Yuyun Zunaria, Poppy Ruliana, *Model Orientasi Pemasaran Politik sebagai Strategi Komunikasi Pemenangan Pemilu Legislatif*; (Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol. 5, No. 01. 2022) 88.

kelompok dapat memberikan pengaruh dalam membentuk dan mempengaruhi opini publik. Oleh karena itu, jelas bahwa para kandidat politik memperhatikan dua faktor ketika memutuskan kelompok mana yang akan menjadi target utama mereka: dampak langsung dari pemungutan suara.³⁶

Targetting atau pemilihan satu atau beberapa segmen pasar yang sesuai dengan program organisasi targetting juga biasa diartikan sebagai kegiatan menyeleksi, memilih dan menjangkau masyarakat yang akan ditetapkan sebagai kalayak sasaran kegiatan pemasaran politik. Perencanaan dan targetting yang matang akan menghasilkan *positioning*.³⁷

Disini partai PPP memilih semua segmen pemilih dijadikan target pemasaran politik, serta brand image yang baik yang dibangun juga menjadi salah satu cara PPP dalam memperoleh simpatik masyarakat. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menganggap bahwa salah satu target PPP adalah memenangkan pemilu 2024. Hal ini sudah selaras dengan keterangan yang disampaikan oleh Tim kemenangan Partai PPP dimana mereka memiliki target penyuplai suara dari berbagai kalangan masyarakat.

Hal yang sama juga dilakukan partai PDIP mereka memilih semua golongan masyarakat sebagai taget pemilihnya sehingga dapat diharapkan dengan taget pemilih suara semua segmen dapat mendapatkan hasil sesuai dengan taget dari PDIP itu sendiri. PDIP telah berkonsentrasi pada daerah-daerah yang memiliki banyak anggota di dalamnya, yang menjadi tujuan utama bagi PDIP untuk mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Dengan kata lain, PDIP telah berkonsentrasi untuk mempertahankan anggota yang sudah ada di Kabupaten Jepara. Tujuan Partai PDIP adalah untuk menumbuhkan kader di daerah-daerah yang memiliki jumlah anggota yang besar. Tujuan ini dapat dicapai melalui upaya seperti kolaborasi kebijakan dalam hal fasilitas dan dana, menanamkan nilai kebersamaan satu sama lain, dan memberikan kata hati nurani kepada anggota.

Dari keterangan diatas dapat dibuktikan dengan pemberian bantuan kedua partai ketika ada daerah yang terkena bencana hal tersebut menunjukkan bahwa mereka sedang ingin menciptakan brand image yang baik sehingga dapat menarik simpatik masyarakat terhadap partai mereka, mereka juga memfokuskan pengelompokkan kader pada wilayah agar kampanye yang dilakukan dapat menyeluruh dan bisa mencapai target yang sesuai dengan tujuan kedua partai, hal ini bisa dilihat dari tiap wilayah ketika menjelang pemilu ada kader dari partai

³⁶ Kesi Yovana , Andina Reftiyani Putri Pesat Gatra, *Strategi Kampanye Donald Trump Pada Pemilihan Umum Amerika Serikat*, ((MJIR) MOESTOPO JOURNAL INTERNATIONAL RELATIONS, Volume 2, No. 1, Maret 2022). 5.

³⁷ Linawati, Rialdo Rezeky M. L. Toruan, Purba Indra Gumelar, Khairunnisa Al-Araf, *Komunikasi politik Muhammad Dwikidalam merebut dukungan golongan milenial dalam PEMILU 2019*, JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI, Vol 5, No. 1, Maret 2022. 181

yang mengkampanyekan partainya dengan tujuan agar mendapatkan hasil sesuai targeting mereka.

Dalam penelitian yang dilakukan Ansar Suherman dan Mansur mereka menjelaskan bahwa peran positioning partai dalam memperoleh suara diantaranya yaitu agar masyarakat pemilih dapat dengan mudah mengenali dan membedakan kandidat yang satu dengan kandidat lainnya, maka penting untuk menanamkan brand image dalam proses positioning politik. Namun perbedaan ini tidak serta merta menarik perhatian pada suatu permasalahan yang pada akhirnya dapat berujung pada disintegrasi, serta kerusuhan lokal. Selain itu, para pemilih mungkin menjadi tidak logis ketika mengevaluasi sifat-sifat pribadi calon pemimpin mereka ketika isu mengenai penduduk setempat diangkat dalam cara yang praktis.³⁸

Rahmad Sahid dan Heri Budiarto menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan partai Golkar yaitu targeting dalam konsepnya yakni menerapkan konsep bisnis dalam pemasaran politik. Halk itu dilakukan dengan cara mengetahui keinginan pemilih, menciptakan kandidat yang sesuai, menginformasikan kandidat atau partai melalui promosi, serta mendistribusikan kandidat atau partai agar sampai ke pemilih.³⁹

3. Positioning

Positioning merupakan salah satu fase dalam strategi politik. Positioning merupakan proses penciptaan citra calon politik untuk meningkatkan persepsi pemilih sesuai dengan segmentasi pemilih yang telah ditetapkan. Kebijakan, orang, pihak, dan presentasi merupakan faktor penting dalam posting yang efektif.⁴⁰

Positioning adalah penggunaan komunikasi yang kuat untuk memposisikan citra produk di benak konsumen. merupakan upaya untuk menciptakan gambaran produk yang sangat berbeda (jelas) di mata konsumen. Menawarkan manfaat produk dibandingkan fitur-fiturnya dan menjelaskan proposisi penjualan unik (USP) adalah dasar dari positioning yang sukses. Tugas partai politik selanjutnya adalah menentukan keunggulan dan USP mereka.⁴¹

Organisasi politik perlu mempunyai rencana positioning. Pertama, taktik ini akan membantu pemilih dalam memilih siapa yang akan memberikan suaranya. Pemilih akan lebih mudah mengidentifikasi partai politik jika posisi politiknya jelas, dan anggota partai akan lebih mudah mengembangkan identitasnya jika posisi politiknya berbeda. Ketiga, membantu mengembangkan taktik untuk

³⁸ Ansar Suherman dan Mansur, *Strategi Marketing Politik Calon independen dalam kontestan Pilkada tahun 2017 di kabupaten Buton Selatan*, (Jurnal Ilmu Sosial, Vol 16 No. 1.2017). 17.

³⁹ Rahmat Sahid dan Heri Budianto, *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK AIRLANGGA HARTARTO DALAM MEMBANGUN POLITICAL BRANDING MENJADI CAPRES 2024* (Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Volume 13, No. 2, Desember 2022).248

⁴⁰ Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), 296.

⁴¹ Dan Nimo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 9.

perubahan sosial. Keempat, bekerja sama dengan organisasi politik lain untuk menentukan jenis sumber daya politik apa yang dibutuhkan masyarakat. Kedua, jelas bahwa anggota partai politik mendapat manfaat dari positioning politik dalam mengembangkan identitas mereka sendiri. Ketiga, membantu mengembangkan taktik untuk perubahan sosial. Keempat, membantu mengarahkan jenis sumber daya politik yang dibutuhkan masyarakat.⁴²

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menganggap bahwa salah satu faktor kemenangan partai PPP di pemilu 2024 adalah Strategi pendekatan kepada masyarakat melalui kajian islami, bantuan bencana alam, pendekatan kepada masyarakat milenial, dan juga adanya peran dari Haizul Maarif. Dalam teori positioning ditentukan oleh policy dan person. Dalam kasus kemenangan partai PPP di pileg 2024, Haizul Maarif sebagai anggota Partai dan ketua DPRD menjadi tokoh yang sangat sentral, PPP memiliki kebijakan atau program kerja yang mampu menarik pemilih dalam segmen tertentu. Karena positioning inilah yang membuat Peranan Haizul Maarif sangat berpengaruh dalam kemenangan Partai PPP dalam pemilu 2024.

Hal ini dapat dilihat dari kegiatan PDIP, yang melalui kadernya menempatkan produk PDIP dekat dengan masyarakat dan dapat menjadi daya tarik masyarakat. Dengan cara-cara seperti studi, sekolah politik, kerja bakti, dan gotong royong, secara tidak langsung akan meninggalkan ingatan di masyarakat tentang bagaimana produk tersebut membantu orang-orang dalam kesulitan. Sebaliknya, PDIP menempatkan dirinya sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah. Dengan cara ini, masyarakat dapat memberikan umpan balik kepada PDIP.

Dalam hasil analisis ini juga ditemukan bahwa peranan tokoh didalam kedua partai sangat mempengaruhi kemenangan kedua partai dimana Haizul maarif sebagai tokoh yang cukup menonjol di partai PPP ini bisa memberikan brand image yang baik, serta Megawati ataupun Ganjar Pranowo meskipun bukan berasal dari daerah Jepara kedua orang ini merupakan sosok penting yang sudah mendapatkan brand image partai PDIP sehingga hal inipun dapat mempengaruhi masyarakat dalam menentukan hak pilihnya.

Hal lain juga diterapkan kedua partai yaitu dengan menjadi pen jembatan antara masyarakat dengan pemerintah, mereja berusaha mengerti masyarakat dan memahami kesulitan yang sedang dialami masyarakat serta membantu masyarakat dalam memecahkan masalah sehingga hal tersebut bisa menjadi salah satu factor penyuplai suara untuk kedua partai pada PEMILU nantinya.

⁴² Andrias dan Nurohman, *Analisis Marketing Politik dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya*, (Jurnal ilmu politik dan pemerintahan, Vol 1 No.3 2013).356

Menurut Andries Kargo penerapan marketing yang paling nyata di Indonesia adalah penempatan dalam kampanye politik. Mengingat keberagaman masyarakat Indonesia, maka perlu adanya penempatan kandidat atau partai politik yang berbeda untuk setiap kelompok sosial yang berbeda. Agar partai politik bisa sukses, partai politik harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang demografi pemilih saat ini atau calon pemilih di wilayah tertentu. Pesan-pesan politik yang diangkat di suatu daerah harus disesuaikan dengan keadaan di daerah tersebut, yang mungkin berbeda dengan keadaan di daerah lain.⁴³

Menurut penelitian Suci Emelsi Jeffri, positioning melibatkan pencatatan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan sebagai sebuah citra yang berada dalam sistem kognitif konsumen. Pelanggan akan dapat dengan cepat mengenali dan membedakan barang dan jasa suatu perusahaan dengan barang dan jasa lainnya dengan cara ini. Semakin mudah konsumen mengingat kembali citra produk atau jasa yang bersangkutan, maka semakin tinggi pula citra tersebut terekam di otaknya. Menciptakan kesan di benak masyarakat mengenai organisasi suatu perusahaan secara keseluruhan sama pentingnya dengan menciptakan kesan terhadap barang dan jasanya. Kredibilitas dan reputasi adalah contoh hal yang bisa dijadikan positioning sebuah partai dalam memperoleh suara di masyarakat.⁴⁴

Dalam hal ini Positioning merupakan hal yang sangat penting yang dapat mempengaruhi sebuah partai memperoleh suara, hal ini dapat dilihat dari penjelasan diatas dimana positioning yang diterapkan sebuah partai dapat menciptakan kesan sendiri, sehingga pemilih dapat menentukan hak suaranya salah satunya berdasarkan pada positioning yang diterapkan setiap partai.

⁴³ Andries Kargo, *Marketing Politik dalam Komunikasi Politik*, (Jurnal Farabi, Vol 11. No 1. Juni 2014 (ISSN: 1907-0993)).10.

⁴⁴ Suci Emelsi Jefri, *Strategi Komunikasi Politik Amran Mahmud Dalam Kemenangan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Wajo 2019-2024*, (Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam Vol. 4, No. 01, 2021). 79.