

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Deskripsi Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kerangka teoritis mengenai berbagai macam partai politik. Ada beberapa model atau tipe partai yang berbeda hingga saat ini, antara lain partai elit/kader, partai massa, partai *catch-all*, partai kartel, dan lima partai bisnis. Maka dari itu, teori partai politik umumnya dibahas dalam bab ini. Penulis kemudian membahas salah satu dari model partai yaitu dengan konsep tipologi partai *catch all party* yang menangkap semua secara lebih rinci. konsep ini dimanfaatkan untuk memaknai sistem PDIP dalam meraih simpati pemilih santri atau kyai dalam pileg politik Kabupaten Rembang.

#### 1. Perubahan ke Arah *Catch-all Party*

##### a. Fenomena *Catch-all Party*

Lahirnya konsep yang dilakukan Anthony Downs dalam perspektif perilaku rasional kemungkinan besar memunculkan gagasan *catch-all party*. Down berpendapat bahwa masyarakat lebih menghargai pragmatisme dan rasionalitas ketika lebih modern. adanya partai yang mencakup semua persoalan ideologis. Akibatnya, posisi dan kemampuan partai politik diubah secara mendasar, dan perbedaan ideologis antara kubu "kiri" dan "kanan" menghilang. Struktur partai ini mengutamakan pembangunan horizontal dan menerima berbagai isu dan agenda dari berbagai kelompok sosial, serta pluralisme, inklusivitas, dan non-sektarianisme.<sup>1</sup>

Kondisi partai politik dan organisasi sayap partai saat ini, di mana rona ideologis partai politik tersebut tampak memudar, mencerminkan penetrasi kebijakan pemerintah yang apolitis ini. Dengan berfokus pada semua isu strategis, partai politik cenderung pragmatis dan terkesan merangkul semua ideologi—atau mungkin tidak sama sekali. Sebenarnya, kejadian politik ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi lebih merupakan tanda politik global setelah perang dingin. Dalam konteks yang lebih filosofis,

---

<sup>1</sup> Riswandha Imawan, "*Partai Politik di Indonesia: Pergulatan Hati Mencari Jati Diri*" h.11 dan 13.

partai politik menjadi organisasi catch-all, yang kadang disebut sebagai *the end of ideology*.<sup>2</sup>

Gunther dan Diamond mengembangkan tiga tipologi partai. Tipe partai elektoral adalah nama yang diberikan untuk tipologi ini karena didasarkan pada perilaku dan pendekatan partai terhadap persaingan elektoral. Keluarga elektoral terdiri dari tiga jenis partai: pertama, *catch-all party*, yaitu organisasi yang tidak memiliki banyak ikatan sosial dan partai yang tidak memiliki ideologi atau platform yang jelas. Selain itu, partai terprogram lebih menekankan pada kegiatan program partai atau kandidat. partai personalistik, yang terlalu mengandalkan dukungan pemimpin karismatik.<sup>3</sup> Transformasi partai-partai massa di Eropa Barat, yang berdasarkan hukum pasar, menandai awal sejarah politik *catch all party*. Akibatnya, mereka meninggalkan keyakinan mereka akan pentingnya intelektualitas, moral kader, dan basis massa. mereduksinya ke titik di mana ia sepenuhnya mengabaikan konten ideologis partai. sepenuhnya pada kelompok kepentingan yang menekankan kekuatan dan kinerja pemimpin partai. Dan cobalah untuk mendapatkan dukungan sebanyak mungkin.<sup>4</sup>

Menurut Kircheimer, *catch-all party* dicirikan oleh tiga karakteristik. Pertama, ikatan sosial tradisional berkurang pada akhir 1950-an dan awal 1960-an. Identitas kolektif masyarakat yang dulu kuat menjadi kurang kuat akibat hal ini. Dampak memudahkan untuk menentukan kebutuhan dan kepentingan langsung masyarakat dalam upaya pemilu. Kedua, perluasan ekonomi dan meluasnya peran negara dalam menyebarkan program-program yang diterima oleh semua lapisan masyarakat. Terakhir, masyarakat mulai melihat dampak perkembangan teknologi dalam berbagai hal, termasuk perubahan perilaku

---

<sup>2</sup> Daniel Bell, *The End Of Ideology: On The Exhaustion Of Political Ideas in The fifties*, 1960, hlm. 416.

<sup>3</sup> M. Faishal Aminuddin and Moh. Fajar Shodiq Ramadlan, 'Match-All Party: Pragmatisme Politik Dan Munculnya Spesies Baru Partai Politik Di Indonesia Pasca Pemilu 2009', *Jurnal Politik*, 1.1 (2015) <<https://doi.org/10.7454/jp.v1i1.9>>.

<sup>4</sup> Agust Mellazdan, Pipit Kartawidjaja, *Tipologi Partai Politik Dan Skema Pendanaan Partai Politik " Studi Literatur Untuk Rekomendasi Kebijakan Pendanaan Partai Politik di Indonesia"* (Jakarta: Sindikasi Pemilu Dan Demokrasi), h.8.

pemilih yang lebih cenderung mdenjadi konsumen atau pasif daripada peserta politik aktif.<sup>5</sup>

**Tabel 2.1 Model Karakteristik Partai**

Dimensi/ Karakteristik		Partai elit / kader	Partai massa	Partai catch all	Partai kartel
<b>Elektoral</b>					
1	Basis massa atau pendukung	Melalui kontak pribadi, massa, atau pendukung, terbatas pada kelas atas.	menjadi anggota kelompok sosial tertentu, seperti agama, etnis, atau kelas	Di luar kelompok pendukung inti, muncul dari kelas menengah	"Klien reguler" yang menawarkan dukungan untuk kebijakan yang menguntungkan sebagai gantinya
2	Jenis perekrutan elit	Rekrutmen sendiri, yang dibatasi untuk anggota kelas atas, pemimpin agama, dan kelompok etnis	Perekrutan internal didasarkan pada ideologi dan agama, etnis, dan kelas.	Rekrutmen kelompok kepentingan yang beragam dari luar	Pejabat publik direkrut dari dalam struktur negara.
<b>Dimensi ideologis</b>					
3	Premis atau dasar persaingan partai	Status tradisional kandidat atau individu	Representasi kelompok sosial dan ideologi	Pragmatisme disesuaikan dengan mood mayoritas pemilih.	memupuk kekuatan yang muncul dari pembagian jabatan eksekutif
4	Ekspansi atau arah persaingan partai	Sangat sedikit yang didasarkan pada	Persaingan ideologis dan terpolarisasi (persaingan	Persaingan sentripetal adalah fondasinya.	Konflik mengambil signifikansi simbolis ketika disonansi

<sup>5</sup> Aminuddin and Ramadlan.

	kekayaan dan status pribadi atau individu.	sentrifugal)		politik tumbuh: persaingan tidak adil mengenai masalah
--	--------------------------------------------	--------------	--	--------------------------------------------------------

sumber : *Karakteristik Model kepartaian (Party Models)*

**2. Strategi Marketing Politik (Pemasaran Politik)**

**a. Definisi Marketing Politik**

*Marketing* politik adalah sekumpulan strategi yang dapat bekerja sama dengan pesaing (masyarakat atau kelompok ideologis) dalam menampilkan dorongan politik, pemikiran politik, isu-isu yang didorong oleh kebijakan, sistem kepercayaan politik, kualitas pionir partai, dan proyek kerja partai kepada masyarakat umum. Menampilkan sains sesekali diciptakan untuk melacak strukturnya. Definisi Hughess dan Dann, periklanan adalah segala jenis kemampuan dan asosiasi serta berbagai jenis siklus untuk membuat dan meneruskan penghargaan kepada pelanggan dengan tujuan dapat membantu asosiasi tersebut.<sup>6</sup>

Marketing politik menurut Adnan Nursal (2004), Adnan Nursal melihat promosi politik sebagai sistem misi politik untuk membentuk serangkaian implikasi politik tertentu dalam kepribadian warga negara. Jadi persoalan legislasi merupakan dampak signifikan dari iklan politik yang menentukan partai mana yang akan dipilih dalam pemilu. Barang-barang politik yang disinggung Adnan dapat diartikan sebagai tokoh, pemikiran politik serta visi dan misi. Yang terangkum dalam karakter tertentu dan mantap sebagai sebuah nama, logo. *Push marketing* pada dasarnya adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara yang Lebih *costumized* (personal). Yaitu antara lain *Push Marketing*, *Pull Marketing*, dan *Pass Marketing*:

1) *Push Marketing*

*Push Marketing* adalah metode yang melibatkan penyampaian materi politik secara langsung kepada masyarakat umum. Objek politik yang dimaksud adalah rencana yang akan datang dari setiap proyek yang diperkenalkan. Sistem ini dapat dilakukan

---

<sup>6</sup> Moekijat, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Mandar Maju, 2011), h. 4.

dengan kegiatan kampanye berupa acara silaturahmi keagamaan dan kegiatan bantuan sosial.

2) *Pull Marketing*

Menyampaikan produk politik yang memanfaatkan komunikasi luas. Komunikasi yang luas memainkan peran yang sangat penting dalam aktivitas *Marketing* politik, menghadirkan dan memadukan calon pesaing secara lebih umum. Selain itu, melalui komunikasi yang luas, calon pelamar dapat menyebarkan data tentang visi, misi dan proyeknya ke wilayah lokal yang direncanakan. Teknik *Pull Marketing* biasanya dilakukan dengan memanfaatkan media cetak (kertas) dan media elektronik (TV dan radio).

3) *Pass Marketing*

Penyampaian produk politik (calon atau partai) melalui pihak ketiga yang dianggap mampu memberikan dampak kepada masyarakat, termasuk pionir lokal, pionir pemuda atau tokoh-tokoh lain yang mempunyai pengaruh. Oleh karena itu, partai-partai mempunyai insentif yang penting terhadap calon pesaing karena dengan memberikan dampak, partai-partai tersebut dapat menyampaikan pesan politik pemohon kepada masyarakat umum atau para pemilih. Metodologi promosi dibantu dengan menjalin hubungan politik dengan pelopor ketat, pelopor daerah, dan pelopor pemuda.<sup>7</sup>

**b. Konsep Marketing Politik**

Sejak ide promosi dikemukakan oleh Kotler pada Promosi tahun 1972, ia menyatakan bahwa pameran berlaku baik untuk masyarakat umum maupun bidang non-bisnis. Cakupan pameran ini sangat luas. Diungkapkan oleh Firamanzah dalam Promosi tahun 2004, bahwa perdagangan yang terjadi tidak hanya sekedar perdagangan moneter, perdagangan tersebut juga dapat terjadi di lingkungan sosial yang luas, terbatas pada badan usaha milik swasta, namun juga di lembaga sosial nirlaba, pusat sejarah, pelayanan kesehatan pemerintah. klinik, sebagai

---

<sup>7</sup> Sohibul Watoni and Renny Candradewi Puspitarini, 'Strategi Partai Politik Baru: Studi Kasus Strategi Partai Politik Jaring Dukungan Masyarakat Kota Probolinggo', *Inovasi Penelitian*, 3.1 (2022), 4297–4306.

pertukaran pemikiran, standar dan gambaran.<sup>8</sup> Tiga hal yang mereka tawarkan adalah perkumpulan kelompok ideologi itu sendiri. Tokoh-tokoh partai, dan acara-acara yang diselenggarakannya. Tujuan dari latihan periklanan mereka ada dua, khususnya untuk meraih pendukung, baik lama maupun baru, pada dasarnya sampai keputusan pemilu berikutnya. Untuk membantu sistem mereka, kelompok ideologis harus melakukan serangkaian langkah yang normal dalam pemasaran bisnis dan tidak dapat dibedakan., yaitu *segmenting targeting, dan positioning*:

1) *Segmenting*

Pemasaran politik mungkin dapat mendorong kerja sama pemilih, dukungan pemilih, dan memenangkan keputusan. Selain itu memberikan informasi tentang keadaan politik yang terjadi di suatu negara (Moloney, 2001). Segmentasi Pemilih (pasar);

- a) Penilaian kebutuhan pemilih
- b) Profil pemilih
- c) Identifikasi segmentasi pemilih individu

Dengan menganalogkan Promosi politik Nursal (2004) menyebutkan ada empat proses pembagian (1) merencanakan substansi tawaran politik atau pesaing dengan lebih responsif terhadap berbagai porsi. Karena pembagian berarti juga menyelidiki kepentingan-kepentingan dan isu-isu berpusat pada kebijakan yang menjadi perhatian setiap bagian warga negara; (2) membedah kecenderungan pemilih karena memahami kepribadian setiap kelompok masyarakat memungkinkan pengiklan mengetahui kecenderungan pengambilan keputusan politik setiap kelompok; (3) mengetahui referensi favorit dari masing-masing bagian dan kualitas pesaing akan memberdayakan pengiklan (mitra atau kandidat) untuk menemukan peluang yang dapat dicapai dengan lebih nyata atau efisien; (4) memutuskan prosedur korespondensi yang layak, memilih teknik dan pendekatan korespondensi yang berbeda untuk setiap segmen unik adalah hal yang mendasar. Berikutnya adalah perpecahan yang

---

<sup>8</sup> Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realita*, h.163.



penting untuk diperhatikan oleh para perencana program kampanye.<sup>9</sup>

a) *Segmentasi Berdasarkan Gender*

Segmentasi berdasarkan gender merupakan hal yang patut dicermati dan diharapkan berdampak pada kecenderungan masyarakat. Mendorong perpecahan berdasarkan gender akan menghasilkan manfaat baik bagi pemilih laki-laki maupun perempuan. Dunia wanita menunjukkan bahwa kerinduan mereka mempunyai potensi yang luar biasa dalam menentukan arah kemajuan masyarakat dan negara.<sup>10</sup>

b) *Segmentasi berdasarkan Agama*

segmentasi dalam kaitannya dengan agama merupakan hal yang penting dan penting untuk dibicarakan karena mempunyai relevansi dengan isu kerjasama politik perempuan. Salah satu perlindungan kokoh terhadap pekerjaan perempuan di ranah publik, khususnya dalam kehidupan politik di Indonesia, berasal dari pemahaman akan hikmah atau prinsip ketat yang tertuang dalam teks kitab suci.

c) *Segmentasi Berdasarkan Budaya*

Pemaparan kerangka politik suatu negara pada dasarnya bergantung pada desain dan budaya yang mendukung dan ada di dalam kerangka politik tersebut. Oleh karena itu, cara pandang sosial terhadap masyarakat, khususnya masyarakat yang ada, akan berdampak pada cara memperoleh, mengawasi, dan mempertahankan kekuasaan.

2) *Targeting (Target)*

Dalam *targeting*, hal pertama yang dilakukan adalah menjadikan acuan norma dan estimasi pada masing-masing fragmen politik. Standar yang digunakan sebagai semacam perspektif adalah dengan memanfaatkan jumlah dan besarnya pemilih, sehingga daerah mana yang banyak penduduknya atau berpenduduk banyak, karena daerah itulah yang

---

<sup>9</sup> Joko Sutarto, 'Pendekatan Pemasaran Politik ( Political Marketing )', *Komuniti*, I.1 (2011), 1–19 <file:///C:/Users/saldy/Downloads/2962-6220-1-SM.pdf>.

<sup>10</sup> Sutarto.

menyumbang suara pada pemilu umum. Bukan hanya daerah yang jumlah penduduknya terbesar saja yang dijadikan sasaran kelompok ideologi, pemusatan juga harus bisa dilakukan di daerah yang mempunyai banyak tokoh penting bagi masyarakat, karena dengan ini kelompok ideologi bisa membuka penilaian umum sehingga mereka bisa mendapat banyak suara. Meskipun jumlah pertemuan lokal ini tidak terlalu penting.

Sebagaimana diungkapkan Firmanzah (2011:225), setelah selesai dilakukan pembagian yang memuat profil dari kelompok masyarakat, maka tahap selanjutnya yang difokuskan. Pada bagian ini, membuat standar acuan estimasi jumlah dan besarnya calon pemilih menjadi penting. Berkumpulnya warga yang memilih dalam jumlah besar harus menjadi tujuan mendasar yang harus ditangani. Selain angka, standar estimasi lainnya adalah dengan melihat sejauh mana suatu kelompok dapat berdampak dalam membuat dan mempengaruhi penilaian populer, meskipun jumlah kelompok dampak tidak bergantung pada kuantitas. Dengan demikian, cenderung ada anggapan bahwa ada dua hal yang menjadi kekhawatiran para pesaing politik dalam menentukan pertemuan mana yang akan menjadi sasaran utama, khususnya dampak langsung dari perolehan suara dalam perlombaan politik, dan dampak penggandanya. Konsekuensi dari fokus pada proses inilah yang kemudian menjadi acuan atau tolok ukur bagi para pesaing atau kelompok pemenang pertandingan pendatang baru dalam melakukan situasi politik.<sup>11</sup>

### 3) *Positioning* (posisi)

Penempatan politik dalam promosi politik merupakan keseluruhan gerakan yang bertujuan untuk menanamkan pengaruh pada diri warga negara atau konstituen agar para pemilih dapat membedakan antara item atau pemerintahan yang dibuat atau

---

<sup>11</sup> Ansar Suherman and . Mansur, 'Strategi Marketing Politik Calon Independen Dalam Kontestasi Pilkada Serentak Tahun 2017 Di Kabupaten Buton Selatan', *Jurnal Ilmu Sosial*, 16.1 (2017), 9 <<https://doi.org/10.14710/jis.16.1.2017.9-19>>.



disajikan oleh berbagai pihak.<sup>12</sup> Ada beberapa pengertian posisi. Dibawah ini pengertian positioning diberikan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

- a) Menurut Assauri (1999)  
*Positioning* adalah suatu cara untuk meningkatkan dan menempatkan barang yang kita buat dengan pesaing kita dalam kepribadian pembeli, pada akhirnya penempatan digunakan untuk memenuhi dan memuaskan keinginan pembeli dalam klasifikasi tertentu.
- b) Menurut Kotler (1997)  
 Suatu aktivitas untuk mengonfigurasi penawaran dan *image* sehingga memiliki tempat dan nilai tersendiri bagi pelanggan.
- c) Menurut Basu Swasta (1991)  
 Situasi merupakan sebuah “kesan” dan kesan itu ditujukan pada berbagai objek yang saling bertentangan satu sama lain. Jadi penentuan posisi dapat dilakukan sebagai suatu pekerjaan yang dilakukan oleh organisasi dalam merencanakan produknya sehingga dapat menimbulkan kesan dan gambaran tersendiri pada kepribadian pembelinya sesuai dengan apa yang diharapkan secara umum.<sup>13</sup>

Teknik penentuan posisi politik adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh organisasi-organisasi politik. Pertama-tama, teknik ini akan membantu masyarakat dalam menentukan siapa yang akan mereka pilih. Kejelasan situasi politik akan memudahkan pemilih untuk mengenali suatu kelompok ideologi, serta memisahkannya dari asosiasi politik lainnya. Kedua, situasi politik jelas membantu individu-individu kelompok ideologis itu sendiri dalam membingkai karakternya. Ketiga, membantu perencanaan metodologi penjangkauan (cara menangani) wilayah setempat. Keempat, membantu

---

<sup>12</sup> Suherman and .

<sup>13</sup> Yuliana Rahmi, Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning, Jurnal Stie Semarang, Vol.5, No 2, Edisi Juni 2013.

mengoordinasikan jenis aset apa saja yang dikelola daerah setempat.

Bagaimanapun, kelompok ideologis adalah suatu elemen yang memiliki premis filosofis yang jelas dan spesifik. Metodologi penentuan posisi tidak dapat dipisahkan dari premis filosofis pertarungan kelompok ideologis. Filsafat kelompok ideologis menjadi acuan penting bagi sistem penempatan yang akan dijalankan. Secara praktis, filosofi ini kemudian dipadukan dengan data yang diperoleh dari wilayah lokal yang lebih luas untuk mendapatkan sistem yang tepat.<sup>14</sup>

### 3. Partai Politik

Menurut Friendrich (2009), kelompok ideologis adalah kumpulan manusia yang terkoordinasi secara terus-menerus dan bertekad untuk merebut atau mempertahankan pengaruh pemerintah bagi ketua partainya, dan dengan adanya pengaruh ini, mereka menghasilkan keuntungan material dan material bagi anggota partainya. Sementara itu, menurut William (1967), kelompok ideologis dalam artian mutakhir dianggap sebagai desain sosial yang dapat diandalkan, yang berusaha untuk berdiri teguh pada situasi atau kekuasaan dalam pemerintahan, kemudian menunjukkan hubungan yang terkait dengan fokus pemerintahan. pelopor bagi pendukung individu dalam bidang politik dan lingkungan hidup, dan menghasilkan sudut pandang atau mungkin gambaran pengumpulan bukti atau keandalan yang dapat dikenali.<sup>15</sup>

Secara lugas, partai politik dapat di pahami sebagai kelompok ideologis yang dapat dipersepsikan sebagai cara yang digunakan oleh warga negara untuk mengambil bagian atau mengambil bagian selama waktu yang dihabiskan untuk berurusan dengan negara. Bagaimanapun, keberadaan kelompok ideologi jauh lebih sederhana jika dibandingkan dengan asosiasi negara yang baru-baru ini ada. Negara modern dapat diidentifikasi dengan kehadiran partai politik.<sup>16</sup> Mengutip

---

<sup>14</sup> Moh. Ali dan Taufik Nurohman Andrias, 'Partai Politik Dan Pemilukada (Analisis Marketing Politik Dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya)', *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 1.3 (2013), 352–72 <<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jipp/article/view/MAATN>>.

<sup>15</sup> Watoni and Puspitarini.

<sup>16</sup> Miriam budiarjo, *Dasar-dasar IlmuPolitik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2009), h.397.

definisi dari Sultan Budiardjo mendefinisikan partai politik sebagai "sekelompok warga negara yang bertindak sebagai unit politik, yang kurang lebih terorganisir, yang bertujuan untuk mengontrol pemerintah dan menjalankan kebijakan publiknya dengan menggunakan hak pilihnya." Dengan demikian, partai politik merupakan salah satu lembaga fundamental demokrasi kontemporer.<sup>17</sup>

menunjukkan jaringan terstruktur yang menumbuhkan pandangan atau simbol yang mengidentifikasi dan loyalitas kelompok dengan menghubungkan pemimpin yang kuat di pusat kekuasaan dengan pendukung yang signifikan di akar rumput dan di ruang politik. Partai-partai politik pada umumnya condong ke Islam. Namun, tidak ada pemisahan dari kedua karakter tersebut. Sering terjadi perpecahan di antara mereka.

#### 4. **Tipologi partai politik**

Dalam tipologi partai politik hal pendekatan terhadap konstituen, Banyak partai politik yang menggunakan ragam identitas, atribut, simbol, dan jargon yang mewakili karakteristik ideologis partai dalam pendekatannya terhadap konstituen. Hubungan langsung dengan konstituen, seperti memberikan bantuan langsung kepada mereka yang terkena dampak bencana alam, merupakan salah satu dari dua pola hubungan partai dengan konstituen yang selama ini banyak dilakukan. Sedangkan ormas yang merupakan sayap partai menjalankan pola hubungan tidak langsung.<sup>18</sup> Inilah konteks munculnya banyak partai, termasuk partai-partai baru yang terbentuk akibat hengkangnya elite dari partai sebelumnya. Ilmuwan politik semakin berusaha untuk mengkategorikan partai politik mengingat proliferasi mereka.

Ketika banyak orang melihat realitas partai politik, seringkali mereka membuat kesalahan mendasar, mereka memperlakukan semua partai politik seolah-olah mereka adalah satu kesatuan, padahal kenyataannya tidak demikian. Partai adalah entitas yang rumit. Hubungan antara dua pihak tidak selalu sama. Asal-usul pembentukan, orientasi partai, pengelompokan organisasi, dan sebagainya, di antara faktor-

---

<sup>17</sup> Payerli Pasaribu, 'Peranan Partai Politik Dalam Melaksanakan Pendidikan Politik The Role of Political Parties In Conducting Political Education', *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik*, 5.1 (2017), 51–59.

<sup>18</sup> Teguh Imansyah, 'Jur Na l R Ec Hts Ind Ing Jur l R Ec Hts Ind', *Rechts Vinding, Media Pembinaan Hukum Nasional*, 1.1 (2012), 375–95.

faktor lain, dapat berkontribusi pada kompleksitas realitas partai politik.<sup>19</sup> Upaya mengelompokkan partai politik berdasarkan karakternya dikenal dengan istilah tipologi partai. Hal ini dilakukan agar pihak-pihak tersebut dapat dikelompokkan ke dalam berbagai jenis, kelompok, atau model tertentu.

Upaya mengelompokkan partai politik menurut ciri khasnya dikenal dengan istilah tipologi partai. Menurut Pasal 1 ayat 1 UU No. 2 Tahun 2011 tentang partai politik menyatakan bahwa: “Partai politik adalah organisasi nasional yang didirikan oleh sekelompok warga negara Indonesia atas prakarsa sendiri karena keinginan untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik. anggotanya, masyarakat, bangsa, dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 ”. Dalam studi tentang kepartaian, Pemahaman tentang tipe partai ini dapat bermanfaat untuk memenuhi keragaman partai dalam sistem partai dan memenuhi beberapa persyaratan pertama dalam studi partai. Kedua, memiliki pemahaman tentang bagaimana hubungan sosial terbagi dan tajam. Ketiga, penyelidikan tentang tipe-tipe partai dapat membantu untuk memahami cara bersikap dan mengantisipasi kecenderungan partai dalam isu-isu pemerintahan. Terakhir, memahami sistem kepartaian suatu negara selain jumlah partai politik ternama pada umumnya.<sup>20</sup>

Dalam penulisan teori politik pada dasarnya tiga teknik untuk ketertiban partai telah diusulkan dan digunakan. Pendekatan pertama adalah dengan hanya memberikan daftar berbagai macam pihak dan karakteristik utama dari masing-masing model. Katz dan Mair, misalnya, mengidentifikasi empat model partai-partai elit, catch-all, dan kartel, kemudian memberikan daftar 13 karakteristik yang membedakan berbagai jenis partai.<sup>21</sup> Strategi komunikasi politik pada hakekatnya adalah keseluruhan keputusan bersyarat tentang tindakan yang akan diambil di masa depan untuk mencapai tujuan politik. Dengan demikian, benar-benar fokus pada tokoh (pionir kelompok ideologis atau legislator) dan memperkuat fondasi

---

<sup>19</sup> Sigit Pamungkas, *Partai Politik* (Yogyakarta: Institute for Democracy and welfarism, 2011), h.23.

<sup>20</sup> Cecep Hidayat, ‘Partai Politik’, 2014 .

<sup>21</sup> Richard S. Katz dan William Crotty, *Handbook Partai Politik* (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2014), h. 410.

politiknya (kelompok ideologis) akan menjadi pilihan korespondensi politik yang paling tepat untuk mencapai tujuan politik di kemudian hari.<sup>22</sup>

Metode klasifikasi berbasis seperti Katz dan Crotty memilih metode yang paling teliti dan mudah digunakan untuk memisahkan pihak berdasarkan beberapa karakteristik pembeda yang penting. Tidak semua model partai yang diusulkan memiliki kesamaan dan tumpang tindih yang signifikan, dan banyak dari jenis partai yang diusulkan hanyalah formulasi ulang dari model yang ada. sudah hadir. Kelompok-kelompok berikut terdiri dari model partai:

*Pertama*, banyak penulis yang berbicara tentang partai modern pertama yang dimulai pada akhir abad ke-19 sebelum hak pilih massa diperkenalkan menggunakan banyak konsep berbeda untuk membicarakan hal yang sama: partai kader dengan struktur longgar dan berfokus pada elit dipimpin oleh pejabat. tokoh-tokoh terkemuka, terorganisasi dalam kasus-kasus khusus dan lokal dengan organisasi di luar parlemen. *Kedua*, ini mencakup semua model pesta populer. Mobilisasi massa ekstra-parlementer dari kelompok-kelompok sosiopolitik yang dibedakan oleh struktur organisasi dan ideologis yang diartikulasikan dengan baik secara luas disebut sebagai salah satu karakteristik yang membedakan. *Ketiga*, jenis partai elektoral yang mewakili semua orang. Mulailah semua pertemuan dari pertemuan massa yang menjadi tuan rumah memprofesionalkan asosiasi pesta mereka dan menurunkan profil filosofis mereka untuk menarik pemilih yang lebih luas daripada kelompok pemula atau basis sosial-ketat mereka.

#### 5. **Pemilihan Umum Legislatif**

sebagaimana dikutip (Shubhan, 2006:43) memberikan batasan mengenai kerangka pemilu yang optimal, antara lain: (1) mayoritas memerintah pemerintahan dalam kerangka pemilu dapat dilakukan secara layak dan benar serta memiliki keputusan yang berkualitas; (2) hasil perlombaan politik harus unggul dan serius serta mempunyai tanggung jawab yang tinggi; (3) tingkat gambaran yang seimbang antara fokus dan lokal; (4) peraturan dan pedoman harus diselesaikan; dan (5)

---

<sup>22</sup> Practice Of, Indonesia Political, and I N Digital Era, 'PEMAHAMAN DAN PRAKTIK KOMUNIKASI POLITIK INDONESIA DI ERA DIGITAL UNDERSTANDING AND PRACTICE OF INDONESIA POLITICAL COMMUNICATION', 2.2 (2019), 167–75 <<https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.63>>.



pelaksanaan keputusan bersifat wajar dan konkrit. Surbakti, dkk. (2011: 49-51) menyatakan bahwa keputusan peraturan daerah dan daerah harus memenuhi komponen-komponen berikut: (1) sesuai dengan ketentuan UUD 1945; (2) menghasilkan susunan kelompok ideologi pluralisme moderat; (3) membuat kerangka gambaran masyarakat yang masuk akal; (4) menghasilkan kerangka gambaran masyarakat; (5) memastikan tergambarnya aktivitas manipulatif; dan (8) kerangka ras politik yang lugas.

Demikian pula Surbakti, dkk. (2018:8) memberikan perspektif mengenai kerangka ras politik resmi. Menurutnya, keseluruhan keputusan kerangka ras politik otoritatif dipisahkan menjadi tiga kerangka, yaitu: (1) kerangka mayoritas. Kerangka kerja mayoritas adalah kerangka yang memberikan satu kursi atau satu badan pemilih dalam suatu wilayah yang bersifat diskresioner, tidak seluruhnya ditentukan oleh sebagian besar suara yang diperoleh; (2) kerangka yang sesuai, yaitu sesuatu yang bertentangan dengan kerangka mayoritas. Di setiap daerah konstituen, terdapat banyak kursi yang dapat diakses, dengan kelompok ideologi memperoleh kursi dibandingkan dengan negara bagian dengan jumlah suara terbanyak; dan (3) kerangka semi-korespondensi merupakan gabungan dari kedua kerangka sstem di atas.<sup>23</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Literature review atau penelitian terdahulu merupakan hal penting dalam membuat tulisan ilmiah, literature riview berisi rangkumana, ulasan, pemikiran penulis dari pustaka jurnal, buku, bunga rampai, tulisan ilmiah, makalah, majalah dan artikel lepas yang berkaitan dengan tema pembahasan. Semua hasil penelitian berupa pernyataan yang bukan dari tulisan penulis harus disertakan sumbernya dari kutipan yang digunakan, pada penelitian ini penulis mengumpulkan referensi skripsi dan jurnal yang membahas catch all party dan study kasus strategi partai politik PDIP dalam menjangkau pemilih santri pada pileg. Oleh karena itu peneliti melakukan langkah kajian pada hasil penelitian dengan referensi dari jurnal dan skripsi yang dijelaskan di bawah ini:

---

<sup>23</sup> Yusa Djuyandi, 'Efektivitas Sosialisasi Politik Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 Oleh Komisi Pemilihan Umum', *Humaniora*, 5.2 (2014), 1202 <<https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3263>>.



penelitian terdahulu penting dicatat sebagai komposisi penting dalam tulisan ilmiah, survei penulisan memuat garis besar, survei, dan pertimbangan penulis dari catatan harian, buku, kompilasi, karya logis, makalah, majalah, dan artikel independen yang berhubungan dengan pokok bahasan. Semua eksplorasi menghasilkan jenis artikulasi yang tidak dibuat oleh pencipta harus menyertakan sumber kutipan yang digunakan. Dalam pengujian kali ini, penulis mengumpulkan referensi proposal dan catatan harian yang membahas tentang *catch all party* dan study kasus strategi partai politik PDI Perjuangan dalam menjangkau pemilih santri pada pileg 2019. Selanjutnya, para ahli menyelesaikan pembahasan langkah-langkah hasil penelitian dengan referensi dari buku harian dan teori-teori yang dipaparkan di bawah ini:

*Pertama*, tulisan dari Aldi Alpriansyah (2019) dengan judul “Strategi Pemenangan Pasangan Sri Purnomo dan Sri Muslimatun dalam Pilkada Kabupaten Sleman”. Pada pemilu tingkat provinsi di wilayah Sleman tahun 2015, secara mengejutkan pesaing nomor dua Sri Purnomo dan Sri Mulsimatun (Santun) dari partai Dish berhasil mengalahkan calon nomor satu Yuni Satia Rahayu dan Danang Wicaksana Sulistya yang diusung oleh PDIP. partai yang basisnya cukup besar di Sleman. Jika menilik pemilu sebelumnya, PDIP selalu menjadi juara di Sleman, hal ini dibuktikan dengan kemenangan PDIP pada tiga keputusan dalam lima tahun terakhir. Maksud dari pemeriksaan tersebut adalah untuk mengetahui korespondensi seperti apa yang digunakan oleh pasangan suami istri tersebut agar bisa menang dalam Pilkada ini. Strategi yang digunakan adalah teknik eksplorasi subyektif, yaitu memahami ciri-ciri apa saja yang mampu dimiliki oleh semua objek pemeriksaan yang mencakup melalui penggambaran dalam bentuk kata dan bahasa dengan menggunakan strategi biasa. Akibat dari pemeriksaan tersebut adalah kemenangan yang diperoleh pasangan Santun tidak terlaksana dengan baik, mereka harus melakukan blusukan ke setiap kecamatan di kota. Kejayaan mereka juga tak lepas dari keberhasilan mereka merangkul organisasi-organisasi seperti Muhammadiyah dan kelompok sekutu sepak bola di Pemerintahan Sleman. Faktor jabatan yang disandang Sri Purnomo juga berdampak pada masih menjabatnya Sri Purnomo pada periode 2010, sehingga kemenangan tersebut menjadikan Sri Purnomo sebagai Pejabat Pemerintahan Sleman untuk dua periode terakhir.. Persamaan, sama sama membahas Strategi atau pengusung partai PDIP.

Perbedaan, perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti yaitu perbedaan pada obyek.<sup>24</sup>

*Kedua*, tulisan dari Lukmanul Hakim (2019) dengan judul “Studi tentang Baitul Muslimin Indonesia dalam pemenangan PDIP Jawa Timur”. Inti dari kajian ini adalah membedah kiprah Bamusi dalam membangun gambaran keislaman PDIP di Jawa Timur dan membongkar teknik Bamusi dalam menggandeng warga PDIP. Strategi yang digunakan adalah metodologi subjektif dan informasi diperoleh dari informasi esensial dan opsional. Memanfaatkan hipotesis prosedur politik. Eksplorasi ini menemukan bahwa kehadiran Bamusi dapat dimanfaatkan dan dijadikan alat yang ampuh untuk menyebarkan isu. Adilnya, keduanya menggunakan metodologi politik. Perbedaan antara pemeriksaan ini dan spesialis adalah target eksplorasinya.<sup>25</sup>

*Ketiga*, tulisan dari Muhammad Idris (2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Tim Kampanye Presiden Jokowi-Ma’ruf dalam Meraih Dukungan Umat Islam pada Pemilu 2019 di Sumatera Utara”. penelitian ini bermaksud membedah sistem korespondensi politik Jokowi-Ma’ruf dalam memperoleh bantuan umat Islam dalam pengambilan keputusan tahun 2019 di Sumut. Hipotesis yang digunakan adalah model NewComb dan Persamaan Lasswell. Strategi yang digunakan bersifat subjektif yang menonjolkan prosedur sumber dengan menggunakan teknik Purposive Testing, dimana analisis memutuskan pengujian dengan menentukan atribut-atribut unik yang menjadi tujuan pengujian tersebut. Meneliti penemuan atau tujuan, untuk menentukan reaksi masyarakat demokratis terhadap prosedur kelompok misi dan pesaing resmi yang mereka pilih. Persamaan, sama-sama membahas tentang meraih dukungan umat muslim. Perbedaan, dari segi teori yang digunakan.<sup>26</sup>

*Keempat*, tulisan dari Winda Hapsari (2022) dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Basri-Najrah Terhadap Pasangan Calon Neni-Joni dalam Pemilu Kota Bontang 2020”. Tujuan penelitian ini adalah untuk memutuskan sistem korespondensi politik. Spekulasi atau strategi yang digunakan adalah penilaian ekspresif.

---

<sup>24</sup>Aldi Apriansyah, ‘Strategi Pemenangan Pasangan Sri Purnomo Dan Sri Muslimatun Dalam Pilkada Kabupaten Sleman’, *Seminar Nasional Taman Siswa Bima*, 2019, 359–65.

<sup>25</sup> Hakim Lukmanul, ‘Studi Tentang Peran Baitul Muslimin Indonesia dalam Pemenangan PDIP Jawa Timur’, Uin Sunan Ampel Surabaya.

<sup>26</sup> Idris Muhammad, ‘Strategi Komunikasi Politi Tim Kampanye Presiden Jokowi-Ma’ruf dalam meraih dukungan Umat Islam pada Pemilu 2019’, UIN Sumatera Utara Medan, 2020.

Subyek diambil dengan menggunakan penilaian purposive. Temuan atau akhir kajian ini menunjukkan bahwa teknik korespondensi politik yang dilakukan sesuai dengan tahapan sistem korespondensi yang dikemukakan oleh Hafied Cangara. Persamaan antara penilaian ini dengan penilaian yang dilakukan oleh para ahli adalah sama-sama menggunakan teknik penilaian ilustratif. Yang membedakan penilaian ini dengan penilaian para ahli adalah perbedaan objeknya.<sup>27</sup>

*Kelima*, tulisan dari Hasnu, Firdaus Syam (2021) dengan Judul “Ideologi dan Partai Politik: Menakar Ideologi Politik Marhaenisme PDIP dan Islam M PKB. membandingkan Islam moderat PKB dengan marhenisme PDIP dalam hal ideologi politik”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ideologi Marhaenisme dan PKB sama-sama mengintegrasikan filsafat Islam moderat ke dalam pengaturan dan aktivitas politik masing-masing. Karena kedua kelompok ideologi tersebut mempunyai sistem keyakinan politik yang berbeda, baik dari segi landasan pendiriannya maupun tahapan pilihan politik yang disampaikan di arena terbuka, maka para ilmuwan melibatkan PDIP dan PKB sebagai objek eksplorasi untuk melihat realitas tersebut. Dengan memanfaatkan metodologi subjektif yang memukau, strategi eksplorasi ini menghasilkan PDIP dengan kemampuan politik yang kuat dan dapat diverifikasi. Dari temuan penelusuran ini, filosofi politik Islam moderat di PKB dan marhaenisme di PDIP tidak sesuai dengan panggung politik dan filosofi politik yang tercipta baik di dewan maupun pimpinan. Pemerataan, memanfaatkan teknik politik partai PDIP. Kontras, mengontraskan Islam moderat PKB dengan marhenisme PDIP soal sistem keyakinan politik.<sup>28</sup>

*Keenam*, tulisan dari Adrian Lopak dan Frets A. Goraph (2014) dengan Judul Mekanisme Rekrutmen Partai Politik dalam Penetapan Calon Legislatif di Kabupaten Halmahera Utara (studi kasus di DPC PDIP Kabupaten Halmahera Utara 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mekanisme rekrutmen partai DPC PDIP. Proses pendaftaran, seleksi, penyaringan, dan seleksi administrasi harus diikuti dengan mekanisme rekrutmen calon anggota legislatif. Kader dituntut untuk memahami aturan dan ideologi partai PDIP. Metode atau teori penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Dua metode pengumpulan data yang digunakan: wawancara

---

<sup>27</sup> Hapsari Winda, ‘Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Basri-Najrah Terhadap Pasangan Calon Neni-Joni dalam Pemilu Kota Bontang 2020’, LEGAL BRIEF 11(3),1558-1569, 2022.

<sup>28</sup> Hasnu Hasnu and Firdaus Syam, ‘Ideologi Dan Partai Politik: Menakar Ideologi Politik Marhaenisme PDIP Dan Islam Moderat PKB’, *Syntax Idea*, 3.7 (2021), 1620 <<https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i7.1252>>.

mendalam dan tinjauan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan orang-orang yang memiliki pengalaman langsung dan merasakan proses rekrutmen guna mengumpulkan data untuk penelitian. Temuan penelitian atau kesimpulan Kelompok ideologis di Indonesia merupakan institusi yang dipandang signifikan dalam membangun kerangka politik berbasis suara di Indonesia. Pendaftaran oleh kelompok ideologi adalah salah satu bentuk pelacakan unit partai terbaik untuk maju sebagai pendatang baru dalam perlombaan regulatif di Almahera Utara pada tahun 2014. AD-ART dan peraturan partai politik mengharuskan partai PDIP untuk menerapkan kebijakan perekrutannya, dengan demikian diharapkan dapat memilih wakil rakyat yang terbaik dalam pemilihan legislatif. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti adalah rekrutmen dalam penetapan calon legislatif.<sup>29</sup>

*Ketujuh*, tulisan dari Aldi Apriansah (2019) dengan judul “Strategi Pemenangan Pasangan Sri Purnomo dan Sri Muslimatun dalam Pilkada Kabupaten Sleman”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan komunikasi yang mereka tempuh. Metode yang digunakan adalah kualitatif, yang memerlukan pemahaman fenomena yang telah dialami oleh objek penelitian holistik melalui penggunaan bahasa alami dan deskripsi kata. Temuan penelitian atau kesimpulan menunjukkan bahwa kemenangan pasangan sederhana ini tidak tercapai secara efektif; mereka perlu mengirimkan blusukan ke setiap kota sub-wilayah. Kesuksesan mereka dalam merangkul organisasi massa, misalnya saja kelompok Muhammadiyah dan sekutu sepak bola di Rezim Sleman juga tidak bisa dibedakan dengan kemenangan mereka. Faktor jabatan yang dijabat Sri Purnomo pun turut mempengaruhi posisi Sri Purnomo sebagai penguasa Sistem Sleman dalam dua periode terakhir. Persamaan antara eksplorasi ini dengan yang dilakukan oleh para ahli adalah bahwa strategi yang digunakan bersifat subjektif. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan adalah masalahnya.<sup>30</sup>

*Kedelapan*, tulisan dari Aulia Ardiansyah, Turtiantoro (2020) dengan judul “Analisis Strategi Pemenangan PDIP dan Realisasi Target Pemenangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin Maimoen pada Pilgub Jawa Tengah 2018”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji strategi kemenangan PDIP memenangkan Ganjar Pranowo dan Taj

---

<sup>29</sup> Legislatif DI Kabupaten Halmahera Utara, Adrian Lopak, and Frets A Goraph, ‘Mekanisme Rekrutmen Partai Politik Dalam Penetapan Calon’, 2014.

<sup>30</sup> Apriansyah.

Yasin Maimoen. PDIP menggandeng PPP untuk merebut kursi Wakil Ketua dan Ketua Legislatif Jawa Tengah dalam perlombaan politik ini sebagai partai aliansi. Sebab, PDIP tidak pernah mbingkai aliansi pada keputusan politik gubernur sebelumnya. Penggagas eksplorasi ini menggunakan cara yang subjektif dan jelas untuk menggambarkan apa yang terjadi dan kemudian melakukan analisis top to bottom untuk mengetahui lebih jauh sistem kemenangan keputusan politik Gubernur Jawa Tengah PDIP 2018. Penemuan atau tujuan eksplorasi. Data ini diperoleh melalui wawancara dengan unit-unit PDIP yang merupakan anggota partai pemenang dan juga melalui catatan-catatan pendukung yang diperoleh dari jurnal dan web. Dalam pengambilan keputusan politik Gubernur Jawa Fokal, PDIP menggunakan metodologi misi politik, prosedur penempatan atau menampilkan tokoh, sistem basis massa, teknik pendekatan daerah, dan metodologi umum untuk mencapai kemajuan. Ganjar Pranowo dan Taj Yasin Maimoen berpeluang memenangi perlombaan politik wakil Focal Java Lead 2018 berkat teknik tersebut. Yang dipaparkan dalam ujian ini secara praktis kepada para analis adalah keduanya menggunakan strategi kemenangan PDIP. Perbedaan antara pemeriksaan ini dan analis adalah perbedaan objeknya.<sup>31</sup>

*Kesembilan*, tulisan dari Afen Sandika (2018) dari UIN Raden Intan Lampung dengan Judul “Peran PDIP dalam Pendidikan Politik Masyarakat Menjelang Pilkada Mesuji Tahun 2018”. Tujuan penelitian fokusnya adalah memberikan arahan langsung pada pertemuan lokal. Model yang dieksekusi belum memiliki pilihan untuk dijalankan secara pasti. Teknik pendidikan politik PDIP mencakup pelaksanaan contoh pengecekan, penilaian, dan gangguan, dukungan, dan penghasutan. Dengan pendekatan ini, pertemuan tentunya dapat memasuki kehidupan individu. sehingga lebih banyak orang terlibat dalam isu-isu legislatif. Strategi yang digunakan tidak salah lagi. Teknik pengumpulan informasi yang utama adalah wawancara, dan strategi aparaturnya adalah persepsi dan dokumentasi. Memanfaatkan pemeriksaan subjektif untuk memecah informasi. Temuan penelitian atau penelitian menunjukkan bahwa perjuangan PDIP Rezim Mesuji meliputi: membina perkumpulan atau membentuk mitra sejenis lainnya, wacana publik, diskusi terbuka, dan perang salib yang dialogis merupakan contoh kemajuan pemerintahan. Persamaan antara pemeriksaan ini dengan pemeriksaan spesialis adalah

---

<sup>31</sup> Ardiansyah Aulia, Fakultas of Social and Political Science “*Analisis Strategi Pemenangan PDIP dan Relasi Target Pemenangan Ganjar-Taj yasin Maimoen pada Pilgub Jawa Tengah 2018*”, 2020.



menggunakan strategi subyektif. Perbedaan antara pemeriksaan ini dan yang dilakukan oleh para analis adalah perbedaan tujuan dan hipotesis yang digunakan,<sup>32</sup>

*Kesepuluh*, tulisan dari Vovi Winarti, Nazaki Nazaki (2019) dengan judul “Problematika Kelembagaan Partai Politi”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk pemikiran dan definisi strategi serta komando atas otoritas publik. Hipotesis atau strategi yang digunakan adalah pengujian grafis subjektif. Penemuan atau tujuan penelitian menemukan bahwa kedaruratan kemampuan ilustratif yang dialami kelompok ideologi pada masa perubahan disebabkan oleh kelompok ideologi kelembagaan yang lemah itu sendiri, termasuk cara pandang fundamental yang menjadikan mereka lemah. Kemiripan antara eksplorasi ini dengan yang dilakukan oleh para ahli adalah keduanya menggunakan strategi grafis subjektif. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh para analis adalah perbedaan hipotesis yang dibicarakan.<sup>33</sup>

Dari sepuluh hasil penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan, penulis akan meyakini referensi-referensi tersebut dapat digunakan sebagai informasi pendukung bagi para analis, dengan membuat persamaan dan kontras dengan audit penulisan yang telah disusun. Jika dilihat dari kemiripan pemeriksaan yang lalu, keduanya menganalisis sistem PDIP dalam mendatangi warga sekolah Islam, kemudian kedekatan lainnya adalah memanfaatkan teknik eksplorasi subyektif untuk mendapatkan informasi pemeriksaan secara menyeluruh. Perbedaan antara pemeriksaan sebelumnya dan eksplorasi ini terlihat pada penentuan wilayah eksplorasi, khususnya pusat penelitian, korelasi analisis kontekstual, dan hasil eksplorasi.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah penjelasan yang bersifat logis, tidak tetap, dan tersusun atas perkara yang akan ditelaah, struktur penalaran melalui pemikiran, kerangka hipotetis yang melekat pada persoalan yang digali dan menjadi acuan untuk perincian persoalan. Struktur penalaran dalam pemeriksaan subjektif mempunyai gagasan diskresi dalam mengumpulkan dan membedah informasi di lapangan,

---

<sup>32</sup> Afen Sandika, berasal dari UIN Raden Intan Lampung dengan Judul “*Peran PDIP dalam Pendidikan Politik Masyarakat Menjelang Pilkada Mesuji Tahun 2018*”. Skripsi, Jurusan Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018.

<sup>33</sup> Novi Winarti and others, ‘Problematika Kelembagaan Partai Politik: Studi Terhadap Fungsi Representasi Partai Politik Pascareformasi’, *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 04 (2019), 112–21 <<https://doi.org/10.31629/kemudi.>>.



kerangka berfikir dalam bentuk skema, untuk menjelaskan alur pemikiran peneliti dapat dilihat sebagai berikut:

**Fenomena *Catch All Party* (Study Kasus Strategi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam Menjangkau Pemilih Santri di Pemilihan Legislatif Kab Rembang Tahun 2019)**

