

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi Politik

a. Strategi politik

Secara umum strategi adalah proses penentuan atau sebuah proses untuk menentukan rencana utama yang berfokus terhadap tujuan dalam jangka panjang suatu organisasi, juga disertai oleh penyusunan upaya atau cara yang sedemikian rupa agar tujuan tersebut dapat diwujudkan. Ansoff berpendapat bahwa strategi adalah suatu common thread antara organisasi dan pasar produk yang menjelaskan hakekat dimana suatu organisasi berada akan ada di masa depan. Ia juga mendiskripsikan strategi sebagai ketentuan guna dasar penyusunan suatu keputusan serta penetapan daro pedoman umum.¹

Rue dan Holland kemudian menyimpulkan bahwa pengertian dari strategi adalah suatu penentuan serta evaluasi dari berbagai macam alternatif cara guna mencapai misi atau tujuan. Sementara itu, Glueck dan Jauch (1984) mengartikan strategi sebagai sebuah kesatuan rencana yang menyeluruh serta terintegrasi dan menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan situasi atau lingkungan yang sedang dihadapinya. Sehingga memberikan arti bahwa strategi merupakan penyesuaian antara suatu organisasi dengan lingup eksternalnya.²

b. Tipe – tipe strategi

Menurut Koteen terdapat beberapa tipe strategi antara lain; *Pertama*, Corporate Strategy (strategi organisasi) adalah strategi yang berkaitan dengan penyusunan misi, tujuan, nilai serta nilai-nilai dari banyaknya inisiatif strategi yang baru pembahasan ini diperlukan, yaitu apa saja yang dilakukan serta kepada siapa. *Kedua*, Program Strategy (strategi program) menjelaskan tentang strategi yang lebih memperhatikan kepada implikasi-implikasi strategi dari program tersentu yang kemudian dianalisis

¹ H. Abd. Rahman, dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2017), 4.

² M. Irhas Effendi. *Manajemen Strategi : Evolusi Pendekatan dan Metodologi Penelitian*, No. ISBN : 978-623-6896-55-6, 7.

seperti apa dampaknya apabila suatu program tersebut dilakukan serta seperti apa dampaknya bagi sasaran suatu organisasi. *Ketiga*, Resource Support Strategy (strategi pendukung sumber daya) adalah strategi yang lebih mengutamakan pada pengoptimalan pemanfaatan sumber daya essential yang tersedia berupa teknologi, keuangan dan tenaga untuk meningkatkan kualitas serta efisiensi dari suatu organisasi. *Keempat*, Institutional Strategy (strategi institusi) adalah strategi yang memfokuskan pengembangan kemampuan dari organisasi untuk melaksanakan inisiatif – inisiatif yang strategis.³

Peter Schroder adalah seorang pakar strategi politik yang mempopulerkan strategi politik. Menurutnya, strategi politik adalah kerangka dari langkah – langkah atau rencana yang diperlukan untuk merealisasikan tujuan atau cita – cita politik. Dalam segi pemerintahan strategi diperlukan untuk pemberlakuan tata aturan perundang – undangan dan pembentukan suatu kelembagaan baru dalam birokrasi pemerintahan. Contohnya yaitu adanya pembentukan struktur baru dalam administrasi pemerintahan, desentralisasi, dijalankan program pemerintah deregulasi, pemberlakuan peraturan baru.

Pandangan lainnya menurut Prihatmoko dan Moessafa menilai bahwa strategi politik adalah rencana serta tindakan yang dilakukan untuk mendapat kemenangan dalam suatu pemilihan. Berdasarkan pandangan para ahli tersebut maka strategi adalah serangkaian langkah – langkah yang wajib ditempuh untuk mencapai target yang sebelumnya sudah ditetapkan. Dalam strategi yang baik tentunya dapat memberikan gambaran komprehensif yang sesuai dengan pola keputusan yang diambil guna mencapai dan mewujudkan suatu tujuan, strategi juga memiliki tujuan yang utama yaitu mencapai sebuah kemenangan.⁴

³ Dikhorir Afnan, Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif di Kabupaten Kuningan, SOSFILKOM, Vol.XI, No. 01 (2017), 34.

⁴ Gunawan, Bainus, Paskarina, Strategi Politik Koalisi Partai Dalam Pemenangan Paslon Kepala Daerah : Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Nagara Raya Tahun 2017, Politea : Jurnal Pemikiran Politik Islam, Vol : 3, No. 1, (2020), 57.

c. Jenis – jenis Strategi Politik

Strategi politik yang digunakan dalam ranah politik juga meliputi *political branding*, ketokohan isu politik, maupun marketing politik. Sebuah strategi yang nantinya dilakukan juga tak menutup kemungkinan akan ditiru oleh pesaing politik lainnya. Namun strategi politik seperti *political branding*, kebijakan dan isu politik biasanya tidak dapat ditiru secara keseluruhan dan hanya garis besarnya saja. Hal tersebut dipengaruhi oleh *brand* yang ditawarkan oleh pihak tertentu memiliki ciri khas tersendiri yang sudah pasti berbeda dengan pihak lainnya.

Peter Schroder juga menjelaskan mengenai strategi politik yang didefinisikan sebagai strategi yang digunakan untuk mencapai dan mewujudkan cita-cita, bahwa cita-cita tersebut bertujuan untuk memperoleh kekuasaan. Berikut merupakan jenis-jenis strategi politik menurut Peter Schoder;

1) Strategi Ofensif

Strategi ofensif (menyerang) biasanya digunakan oleh partai apabila menginginkan peningkatan dalam jumlah pemilihnya. Berhasilnya kampanye ditentukan apabila ada lebih banyak orang yang memiliki pandangan yang positif kepada partai yang sebelumnya dibandingkan. Strategi ofensif yang digunakan ketika kampanye pemilu juga hendaknya menampilkan suatu perbedaan yang jelas dan menarik masyarakat dan pendukung partai pesaingnya.⁵

Strategi ofensif dibagi menjadi dua yaitu, strategi perluasan pasar dan strategi menembus pasar. *Pertama*, strategi perluasan pasar bertujuan untuk membentuk basis cadangan kelompok pemilih baru di samping basis tetap yang sebelumnya sudah ada. Strategi ini juga diterapkan dalam kampanye dengan tujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan kepada publik tentang keunggulan program serta calon yang akan maju dalam pemilihan umum.

Kedua, strategi menembus pasar adalah strategi yang bertujuan untuk mengeksplorasi potensi dari kandidat yang sebelumnya sudah dipilih oleh partai

⁵ Peter Schroder, Strategi Politik, terj. Aviantie Agoesman (Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit, 2013), 186.

agar potensinya dapat digali secara optimal. Beberapa hal yang perlu untuk digali potensinya ialah melalui sisi kelebihan kandidat seperti kemampuannya dalam *public speaking*, berorganisasi, mengatur sebuah komunitas dan lain sebagainya. Selain itu juga dapat dilakukan melalui metode eksplorasi target pemilih dimana dalam keberhasilannya sebelumnya sudah diperoleh.⁶

Menurut Schroder, kedua pola strategi ofensif tersebut memiliki ciri-ciri sebagai berikut;

- a) Selalu berusaha menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik terhadap lawan politik yang ingin diambil alih pemilihnya
 - b) Selalu menonjolkan keuntungan – keuntungan yang akan didapatkan oleh masyarakat bila mendukung pihaknya
 - c) Selalu berusaha menawarkan keunggulan – keunggulan yang dimilikinya yang tidak ditemukan pada pihak pesaing.
 - d) Senantiasa berusaha menjadi penyempurna dari program – program yang dimiliki oleh pesaing.
 - e) Selalu menjanjikan perubahan.⁷
- 2) Strategi Defensif

Strategi defensif yaitu apabila partai ingin mempertahankan dominasinya atau mempertahankan pangsa pasar agar tetap eksis dan tidak berkurang pengaruhnya, bisa juga dikatakan bahwa strategi defensif adalah strategi yang digunakan untuk mempertahankan pasar, menutup, atau menyerahkan pasar. Pada strategi mempertahankan pasar, partai pendukung pemerintahan melakukan upaya untuk menjaga pemilih agar tetap teguh terhadap pilihan mereka sekaligus meyakinkan mereka yang juga pemilih musiman terdahulu agar memilih.

⁶ Gunawan, Bainus, Paskarina, Strategi Politik Koalisi Partai Dalam Pemenangan Paslon Kepala Daerah : Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Nagan Raya Tahun 2017, Politea : Jurnal Pemikiran Politik Islam, Vol : 3, No. 1, (2020), 58-59.

⁷ Nurul Alfiah, Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem Di Kota Palopo, Program Studi Ilmu Politik, Universitas Hassanudin Makassar, 2015, 38

Sementara itu, strategi melepas atau menyerahkan pasar mempunyai dua arti. Pertama, sebuah partai ingin menyerah dan dalam keadaan tertentu ingin melebur dengan partai lain. Hal semacam ini jarang terjadi, namun yang lebih sering ada padad kasus kedua, yaitu pada pemilu yang menggunakan kertas suara, di mana ada pemungutan suara putaran kedua yang hanya diikuti oleh kandidat-kandidat terkuat dalam pemilu tahap pertama, dalam hal ini penyerahan pasar sementara waktu kepada pihak ketiga adalah sebuah langkah yang sering terjadi.⁸

Strategi defensif berbeda dengan strategi ofensif, partai – partai yang menggunakan strategi defensif cenderung untuk berupaya agar perbedaan tersebut dapat dikurangi sehingga tidak dapat dikenali oleh pemilih. Akan tetapi dalam keadaan tertentu kedua strategi ini biasanya juga terjadi sekaligus.⁹

Strategi defensif juga dilakukan melalui berbagai tindakan, yang diantaranya;

- a) Berusaha menjaga dan memelihara pemilih tetap serta memperkokoh solidaritas pemilih agar tidak mudah diambil oleh lawan politik.
- b) Memperkuat pemahaman kepada pemilih terhadap program-program yang sebelumnya sudah mereka anggap berhasil.
- c) Berusaha menjalankan operasi disinformasi, yaitu dengan mengaburkan perbedaan yang ada dengan lawan politik.

Peter Schroder juga menambahkan bahwa dalam kondisi tertentu juga, kandidat maupun partai politik bisa saja menggunakan kedua strategi ini baik strategi ofensif maupun strategi defensif sekaligus yang sering disebut sebagai strategi campuran/kombinasi.¹⁰

⁸ Peter Schroder, *Strategi Politik*, terj. Aviantie Agoesman (Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit, 2013), 190-191.

⁹ Budiman Adi Subiakto, *Strategi Defensif an Ofensif Parpol Berbasis Massa Islam dalam Mencapai Parliamentary Threshold pada Pemilu 2014*, *SHAHIH, LP2M IAIN Surakarta*, Vol. 1, No. 2, (2016), 143.

¹⁰ Peter Schroder, *Strategi Politik*, terj. Aviantie Agoesman (Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit, 2013), 190.

3) Strategi *Positioning*

Sementara itu Newman dan Sheet juga menjelaskan tentang strategi *positioning*, yaitu dengan menggunakan pilihan yaitu bertujuan untuk merebut dan mempertahankan pasar dan juga dapat dilakukan melalui memperhatikan citra kinerja sebuah kontestan (partai politik maupun kandidat). Terdapat empat pilihan strategi sebagai berikut:

- a) *Reinforcement strategy* (strategi penguatan)
- b) *Rationalization strategy* (strategi rasionalisasi)
- c) *Inducement strategy* (strategi bujukan)
- d) *Confrontation strategy* (strategi konfrontasi)

Strategi *positioning* menurut Newman dan Sheet dapat dijelaskan juga melalui tabel berikut¹¹ ;

Tabel 2.1 Strategy Positioning

	Kinerja (kecocokan dengan citra)	
Citra kontestan (kecocokan dengan aspirasi pemilih tertentu)	cocok	Tidak cocok
Cocok	<i>Reinforment Strategy</i>	<i>Retionalization Strategy</i>
Tidak cocok	<i>Inducement Strategy</i>	<i>Confrontation Strategy</i>

Sumber : *alvara-strategic.com*

Melalui tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa strategi *positioning* membuat partai politik dapat memilih 4 strategi dengan resiko yang berbeda, ke empat strategi tersebut dijabarkan sebagai berikut ;

- a) *Reinforcement strategy* (strategi penguatan)

Strategi ini dapat dilakukan oleh sebuah kandidat yang telah dipilih karena mempunyai citra tertentu dan citra tersebut dibuktikan oleh kinerja politik selama mengemban jabatan publik tertentu. Selain itu strategi ini juga digunakan oleh kontestan yang sebelumnya sudah dipilih

¹¹ Muhammad Burhanudin, Strategi Marketing Politik Calon Legislatif Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Pada Pemilu Legislatif 2014 Di Kabupaten Sidoarjo, Skripsi, Universitas Airlangga, 41

melalui pembuktian atas janji-janji politiknya pada saat kampanye. Komunikasi difokuskan kepada orang-orang yang dulu memilih kontestan ini dengan pesan bahwa “pilihan anda dulu itu sudah tepat dan tetaplah membuat pilihan yang sama untuk pemilihan saatini”¹²

b) *Rationalization strategy* (strategi rasionalisasi)

Strategi ini diambil ketika kelompok pemilih yang sebelumnya telah memilih kontestan tertentu karena kontestan tersebut berhasil mengembangkan citra tertentu yang disukai pemilih akan tetapi kinerjanya kemudian tidak sesuai dengan citra tersebut. Rasionalisasi strategi ini perlu diambil agar tidak mematikan citra di mata pemilih ketika pilkada nanti berlangsung.

c) *Inducement strategy* (strategi bujukan)

Strategi ini dapat diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memiliki citra tertentu tapi juga memiliki kinerja atau atribut-atribut yang cocok dengan citra lainnya, atau bisa dikatakan strategi ini diterapkan apabila citra seorang kandidat tidak sesuai dengan persepsi masyarakat meski kinerjanya cukup baik di mata pemilih.

d) *Confrontation strategy* (strategi konfrontasi)

Strategi ini diterapkan kepada para pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu yang dianggap tidak cocok oleh pemilih dan kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih. Bisa saja pada suatu pemilu, sebagian pemilih menjatuhkan pilihannya kepada kandidat yang jelek, tetapi ternyata kandidat tersebut tidak menghasilkan kinerja yang diharapkan.¹³

¹² Nurul Alfiyah, Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem Di Kota Palopo, Program Studi Ilmu Politik, Universitas Hassanudin Makassar, 2015, 35.

¹³ MY. Tiyas Tinov, Tito Handoko, Strategi Politik : Preferensi Partai Politik Menghadapi Pemilu di Aras Nasional, *Hasil Penelitian Dosen Ilmu Pemerintahan FISIP Riau*, 54-60.

4) Marketing Politik

Firmanzah juga mengemukakan strategi politik dengan istilah marketing politik atau pemasaran politik adalah rangkaian atau seperangkat metode yang digunakan untuk memfasilitasi kontestan politik dalam mempromosikan atau memasarkan ide, gagasan, ideologi, hingga karakteristik politik dari pemimpin partai dan program kerja / visi dan misi kepada masyarakat. Contoh penerapan marketing politik di Indonesia adalah melalui kampanye atau *positioning*. Praktik marketing politik juga memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi sebuah disiplin ilmu karena dalam pengaplikasiannya membutuhkan metodologi yang kuat guna menghasilkan tujuan yang efektif.

Melalui pemasaran politik terdapat lima tahap penting dalam penyusunan strategi yang diperlukan. Kategori pertama yaitu dikelompokkan dalam tiga kelompok besar yaitu *Segmentation*, *Strategy*, dan *Scorecard* (3S). Segmentasi pemilih merupakan tahap pertama strategi pemasaran politik yang paling penting tetapi seringkali dilewatkan dalam proses penyusunan strategi politik. Segmentasi yang paling mudah dilakukan yaitu segmentasi yang berbasis demografi yang biasanya terdiri dari usia, gender, geografi.

Setelah segmen pemilih sudah ditentukan langkah selanjutnya adalah dengan menentukan target segmen pemilih yang dituju. Setelah target segmen pemilih ditentukan, tahap berikutnya yaitu penyusunan strategi. Dalam tahap ini terdapat tiga tahap penting yaitu penyusunan *positioning* kandidat/partai, brand dan kampanye. *Positioning*, adalah bagaimana partai/kandidat menempatkan citranya di benak pemilih, Ketika *positioning* dan brand partai/kandidat sudah ada maka langkah berikutnya yaitu melakukan kampanye melalui media cetak, elektronik, media sosial serta memanfaatkan peluang seperti mengajak anak muda untuk mengkampanyekan brand dari kandidat/partai.

Langkah terakhir dari penyusunan strategi pemasaran politik adalah *scorecard* dengan tujuan

untuk evaluasi dan monitoring. Evaluasi ini bertujuan untuk memantau kerja tim pemasaran politik sebagai bahan masukan untuk perbaikan implementasi strategi pemasaran politik yang telah dilakukan.¹⁴

Sementara itu, dalam pemasaran politik terdapat susunan tim sukses pemasaran politik untuk memenangkan sebuah pilkada, yang bisa di gambarkan dalam bagan berikut ini :

Gambar 2.1 Tim sukses pemasaran politik



Sumber : *jurnaldiakom.kominfo.go.id*

Penerapan pemasaran politik dibutuhkan kampanye untuk memasarkan seorang kandidat sehingga diperlukan tim sukses pemasaran politik untuk memenangkan sebuah kontestasi politiiik. Dalam bagan tersebut penasihat dan tim ahli berperan

¹⁴ Hasanudin Ali, 5 Langkah Pemasaran Politik : A Research-Based Approach, alvara, 30 Agustus, 2021. <https://alvara-strategic.com/5-langkah-pemasaran-politik-a-research-based-approach/>

sebagai pengendali utama dan sebagai pihak yang memiliki pengaruh yang kuat untuk mengatur dan membuat strategi untuk mengumpulkan suara dan massa. Sementara itu tim riset dan litbang, tim dana, tim hubungan antar daerah, tim pengamat (Intelijen) tim pengamanan dan tim pengumpul suara memiliki tujuan yang sama yaitu menggalang massa agar memilih kandidat yang dicalonkan sesuai dengan kooedinasi dari penasihat dan tim ahli.

Konsep marketing yang dikemukakan oleh Kotler pada tahun 1972 M juga ikut menjelaskan bahwa marketing dapat diterapkan dengan baik di sector public maupun non-komersial. Sementara itu, Kotler dan Levi mengungkapkan bahwa marketing politik memiliki peran untuk membangun dan mengembangkan tatanan sosial di masyarakat dan tak hanya berfokus pada urusan bisnis saja. Sementara itu konsep yang dikemukakan oleh Adnan Nurul juga hampir sama seperti konsep yang dikemukakan oleh Firmanzah yaitu marketing politik adalah sebuah upaya strategi kampanye untuk mewujudkan makna politis tertentu yang terdapat dalam pikiran para pemilih. Sehingga *output* yang nantinya dihasilkan menjadi bagian penting dalam pikiran para pemilih. Hal yang menjadi pertimbangan adalah produk politik itu sendiri yang tak lain adalah figure, ide, gagasan ataupun visi misi yang lebih diutamakan untuk menarik perhatian pemilih.¹⁵

2. Partai Politik

a. Pengertian Partai Politik

Menurut Miriam Budiarmo, partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir dimana para anggotanya memiliki orientasi, cita-cita dan nilai yang sama. Tujuan dari kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijakan dari kelompok tersebut. Menurut R.H Soetoro, partai politik adalah kelompok warga negara yang sedikit banyaknya terorganisir dan bertindak sebagai satu kesatuan

¹⁵ Andries Kango, Marketing Politik Dalam Komunikasi Politik, *Jurnal Farabi*, Vol. 11, No. 1, Juni (2014), 57-58.

politik yang memiliki tujuan yang sama untuk mewujudkan kebijakan umum organisasi.

Partai Politik menurut Carl J. Friedrich adalah sekelompok manusia yang cukup terorganisir secara stabil dengan tujuan untuk meraih dan mempertahankan kekuasaan terhadap suatu pemerintahan bagi pimpinan partainya yang kemudian berdasarkan penugasan tersebut, memberikan kepada anggota-anggota partainya berupa manfaat idiil maupun materil.

Mac Iver juga mengemukakan pengertian partai politik yaitu sebuah perkumpulan dari kelompok yang diorganisasikan untuk mendukung asas atau perumusan dari kebijaksanaan konstitusi yang dicoba untuk menjadikannya sebagai dasar bagi pemerintahan.¹⁶

Almond menggolongkan Partai Politik menjadi empat tipe, yaitu; pertama, partai politik yang beranggotakan lapisan tatanan sosial dalam masyarakat seperti masyarakat kelas atas, menengah dan bawah, kedua, partai politik yang keanggotaannya berasal dari kalangan kelompok kepentingan tertentu seperti buruh tani, pegawai negeri, pengusaha dan lain sebagainya, ketiga, yaitu partai politik yang dalam keanggotaannya berasal dari pemuka agama tertentu, seperti Islam, Kristen, Hindu, Budha, dan keempat, partai politik yang keanggotaannya berasal dari budaya tertentu, seperti berasal dari daerah tertentu yang memiliki budaya, bahasa, suku dan adat.

Menurut Roger Soltau partai politik juga dikatakan sebagai perantara besar yang menghubungkan kekuatan-kekuatan dan ideologi social dengan Lembaga pemerintahan resmi lalu menghubungkannya dengan aksi politi di dalam masyarakat politik yang memiliki cakupan luas. Partai politik juga sesuai peran dan fungsinya diupayakan mampu meredam berbagai permasalahan yang muncul dalam masyarakat modern.¹⁷

¹⁶ Rifaldi Sahea, Analisis Strategi Politik Sri Wahyumi Maria Manalip-Petrus Simon Tuange Dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013, *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, Vol. 1, No.1, (2018)

¹⁷ Nurul Alfiah, Strategi Politik Calon Legislatif Perempuan Partai Nasdem Di Kota Palopo, program studi ilmu politik jurusan ilmu politik dan pemerintahan Universitas Hasanuddin 2015, 29

b. Fungsi Partai Politik

Menurut Jimly Asshiddiqie, menyatakan bahwa fungsi partai politik mencakup fungsi, *Pertama* : mobilisasi dan integrasi. *Kedua* : sarana pembentukan pengaruh terhadap perilaku memilih. *Ketiga* : sarana rekrutmen politik. *Keempat* : sarana elaborasi pemilihan-pemilihan kebijakan sebagai sarana politik, partai politik sangat berperan penting dalam mengartikulasikan kepentingan yang terdapat atau kadang-kadang tersembunyi dalam masyarakat. Dimana berbagai kepentingan itu diserap oleh partai politik menjadi ide, visi, dan kebijakan-kebijakan partai politik yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Ramlan Surbakti, menyatakan bahwa fungsi utama partai politik adalah untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan untuk mewujudkan program-program yang disusun berdasarkan ideologi tertentu terkait dengan tujuan untuk mendapatkan dan mempertahankan.¹⁸

Fungsi utama dari partai politik adalah untuk memperoleh kekuasaan dan mempertahankan kekuasaan tersebut. Untuk melakukan fungsi dari partai politik juga harus memperhatikan tiga hal yaitu dengan menyeleksi calon-calon yang dinilai memiliki integritas dan kompetensi, kemudian setelah terpilih selanjutnya yaitu melakukan kampanye untuk menyuarakan visi misi, ide serta gagasan dari calon kandidat politik. Kemudian setelah proses kampanye selesai dan calon tersebut berhasil terpilih maka hal yang harus dilakukan oleh partai politik tersebut ialah dengan melaksanakan fungsi pemerintahan yaitu fungsi legislative, eksekutif dan yudikatif. Secara lebih rinci, Miriam Budiardjo menjelaskan fungsi dari partai politik, diantaranya:

- 1) Sarana Komunikasi Politik
- 2) Sarana Sosialisasi Politik
- 3) Rekrutmen Politik
- 4) Pengatur Politik¹⁹

18

http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/224/5/118510028_file5.pdf

¹⁹ Muhadam, *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2015

Lebih jelasnya berikut penjelasan tentang fungsi dari partai politik;

1) Sebagai Sarana Komunikasi Politik

Fungsi partai politik yang pertama adalah sebagai sarana komunikasi politik, peran parpol dalam menjembatani komunikasi sangatlah penting karena di satu pihak kebijakan yang dibuat oleh pemerintah perlu dijelaskan dengan baik kepada masyarakat, sementara itu di pihak pemerintah juga harus tanggap terhadap pendapat dan tuntutan yang diajukan oleh masyarakat. Melalui fungsi inilah partai politik dikatakan sebagai perantara atau broker dalam menjembatani ide-ide dan pendapat.

Menurut Sigmund Neuman partai politik memiliki peran yang besar dalam menghubungkan ideologi sosial dengan lembaga pemerintah yang kemudian menghubungkannya dengan aksi politik dalam masyarakat sehingga komunikasi yang terjalin pun harus seimbang agar tidak terjadi miskomunikasi atau kesalahpahaman terhadap pihak yang terkait terutama pemerintah dengan masyarakat.²⁰

2) Sebagai Sarana Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik adalah suatu kejadian yang terjadi akibat adanya proses yang telah dilalui oleh seseorang yang kemudian memperoleh orientasi dan sikap terhadap sebuah fenomena politik yang pada umumnya berlaku dalam masyarakat dimana seseorang tersebut berada. Bentuk dimensi lain dari sebuah sosialisasi politik adalah bagaimana seseorang tersebut dapat menyampaikan budaya politik yaitu norma dan nilai-nilai dalam suatu masyarakat dari generasi satu ke generasi berikutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi politik sangatlah penting untuk membentuk budaya politik dalam suatu bangsa.

3) Sebagai Sarana Rekrutmen Politik

Rekrutmen politik adalah upaya yang dilakukan untuk memilih atau seleksi kepemimpinan baik seleksi internal partai maupun kepemimpinan yang

²⁰ Miriam Budiardjo, *Dasar Dasar Ilmu Politik*, (PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2007)

lebih luas. Tujuan dari rekrutmen politik adalah untuk mendapatkan kader-kader yang berkompeten dan memiliki kemampuan yang baik dalam menjalankan tugas di bidang politik. Melalui rekrutmen politik partai akan lebih mudah untuk menemukan pemimpin yang baik dan peluang yang cukup besar untuk mengajukan calonnya untuk masuk ke ranah kepemimpinan tingkat nasional.

4) Sebagai Sarana Pengatur Konflik

Dalam politik pasti tidak bisa menghindari sebuah konflik apalagi di masyarakat yang heterogen dan memiliki keanekaragaman kebiasaan, budaya, bahasa, agama, suku, dan lainnya. Setiap perbedaan tersebut tentunya terdapat potensi yang dapat menimbulkan konflik. Apalagi Indonesia merupakan negara demokrasi yang terdapat banyak perbedaan pandangan dan pendapat. Dari hal tersebut maka peran partai politik sebagai sarana pengatur konflik sangat diperlukan, partai politik dapat menjadi penghubung secara organisasional antara masyarakat dengan pemerintahan. Selain itu partai politik bersama para elit politik juga melakukan konsolidasi terlebih dahulu dengan kelompok masyarakat agar terjalin hubungan atau ikatan psikologis guna meminimalisir terjadinya konflik.²¹

3. Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

a. Pengertian Pilkada

Pilkada atau pemilihan kepala daerah adalah bentuk wujud dari sistem demokrasi di Indonesia yang berujuan untuk memilih kepala daerah dari tingkat provinsi/kota yaitu gubernur, bupati atau walikota dan dipilih langsung oleh rakyat. Pilkada diselenggarakan secara demokratis sesuai dengan Pasal 18 ayat 4 UUD 1945 dengan mekanisme yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah provinsi atau kota. Semakin banyaknya pejabat yang dipilih langsung oleh masyarakat maka semakin tinggi pula tingkat demokrasi di Indonesia, hal tersebut tentunya memiliki

²¹ Miriam Budiarjo, *Dasar Dasar Ilmu Politik*, (PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2007)

korelasi yang positif dengan konsep desentralisasi dan otonomi daerah.

Pelaksanaan pilkada juga merupakan bentuk nyata dari pelaksanaan otonomi daerah yang mana rakyat dapat memilih langsung calon pemimpinnya secara langsung melalui pemilihan umum. Bagir Manan membagi fungsi otonomi menjadi lima yang salah satunya adalah fungsi pelayanan publik yang diharapkan dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui sistem desentralisasi agar dapat berjalan dengan optimal dan efisien dalam melakukan pelayanan.²²

Pilkada juga merupakan bentuk dari terlaksananya kebijakan desentralisasi. Sejumlah pakar mengemukakan tujuan kebijakan desentralisasi yaitu untuk menumbuhkan demokrasi lokal. Menurut Robert Putnam, desentralisasi dapat menumbuhkan partisipasi demokratis masyarakat yang melahirkan kepercayaan (*trust*), toleransi, kerjasama, dan solidaritas yang membentuk komunitas sipil (*civic community*).²³

Sementara itu menurut Freks dan Otto kebijakan desentralisasi yang lain adalah dekonsentrasi, yaitu mengacu pada penggeseran pembuatan keputusan (*decision-making*) dalam negara, dan delegasi tugas-tugas tertentu sementara pemerintah pusat bertanggung jawab secara keseluruhan. Sementara itu privatisasi juga merupakan bentuk desentralisasi yang memiliki jangkauan yang jauh.

b. Pilkada Langsung

Pilkada langsung adalah pemilihan kepala daerah yang dipilih langsung oleh masyarakat melalui sistem pemilu. Pilkada langsung merupakan bentuk demokrasi karena masyarakat berpartisipasi aktif dalam proses pemilihan kepala daerah. Selain itu juga bisa dikatakan

²² Noer Eko Kristiyanto, Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Serentak di Indonesia : Studi di Batam, *Jurnal Penelitian Hukum DE JURE*, Vol. 17, No. 1, (2017), 69.

²³ Suyatno, "Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan Tantangan Demokrasi Lokal di Indonesia." *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review* 1 (2) (2016), 215.

sebagai²⁴ bentuk nyata pelaksanaan otonomi daerah, di mana rakyat dapat memilih para pemimpin yang dikehendaki secara langsung. Dalam hal ini otonomi memiliki sejumlah fungsi terkait dengan tujuan pemberian otonomi. Bagir Manan mengidentifikasi lima fungsi otonomi salah satunya adalah fungsi pelayanan public. Dengan desentralisasi diharapkan pelayanan kepada masyarakat akan berjalan dengan lebih baik dan optimal dengan peningkatan efisiensi dan efektifitas.

Setiap daerah memiliki keunikan tersendiri, setidaknya terdapat 3 corak yang mengemuka dalam khazanah pemilihan kepala daerah di Indonesia, yaitu: *pertama* corak patronase (politik figure) yang mengandalkan populisme seperti DKI, Kota Bandung, Kota Surabaya, dan daerah-daerah pasca konflik, seperti Aceh, Poso, dll; *kedua*, politik identitas yang mengandalkan ikatan-ikatan primordial, misalnya di Belu, Ternate; dan *ketiga*, politik aksi yang mengedepankan penyelesaian isu pelayanan publik sebagai wacana, contoh keberhasilannya di Banjarmasin, Kota Ambon, Kupang, Lampung Selatan.

Pilkada, sebagai hajatan demokrasi sepatutnya diperlakukan sebagai pesta yang menggembirakan. Pemilu adalah milik rakyat, pilkada adalah milik masyarakat di daerah, sehingga perlu untuk menggugah kesadaran masyarakat melaksanakan pengawasan partisipatif dalam pilkada sebagai tanggungjawab bersama. Membangun partisipasi masyarakat, membutuhkan komitmen kuat agar bisa menjamin setiap warga negara bisa berpartisipasi secara baik dan berkualitas.

Prasyarat dalam mewujudkan pilkada serentak yang demokratiskonstitusional, damai dan bermartabat adalah tiga komponen kualifikasi sebagai modus vivendi yang bersifat kumulatif, yaitu:

- 1) Konstituensi memberikan legalitas kepada posisi politik seseorang dengan tanggung jawab yang harus diberikan kepada konstituennya dapat diukur berdasarkan dedikasi.

²⁴ Noer Eko Kristiyanto, Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah Serentak di Indonesia : Studi di Batam, *Jurnal Penelitian Hukum DE JURE*, Vol. 17, No. 1, (2017), 49.

- 2) Kompetensi memberikan efektivitas kepada posisi politik seseorang, dengan tanggung jawab yang harus diberikan kepada komitmen kerjanya dapat diukur berdasarkan prestasi.
- 3) Integritas memberikan legitimasi kepada seseorang melalui tanggung jawab yang berkenaan dengan komitmen terhadap nilai-nilai dan prinsip yang menjadi pedoman, oleh sebab itu diukur berdasarkan pada kemampuan resistensi terhadap represi politik, komersialisasi dan tingkat otonomi berhadapan dengan deviasi politik.²⁵

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang bertema Strategi Politik Partai PKB dalam Pemenangan Pilkada di Kabupaten Rembang tahun 2020 pada prinsipnya belum ada yang melaksanakannya atau menelitinya. Namun ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema, yaitu sebagai berikut

Pertama, penelitian skripsi dengan judul “ Strategi Politik Pemenangan H. Muhamad Amru Dan H. Said Pada Pemilihan Bupati Periode 2017-2022 Kabupaten Gayo Lues Tahun 2017 “ oleh Sabirin. Penelitian skripsi tersebut dapat disimpulkan dalam pilkada 2017 tersebut menggunakan strategi politik dengan menggunakan marketing politik. Hampir tidak ada hambatan dalam pelaksanaan kampanye maupun strategi politik. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan marketing politik. Peneliti tersebut lebihnya cukup dijelaskan dengan rinci dan disertai data lengkap. Kelemahannya tidak disertai tabel rekapitulasi suara untuk menunjang informasi. Sementara itu perbedaan penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu terletak pada variabel. Sementara itu persamaannya terletak pada topik utama yaitu mengenai strategi politik dalam sebuah kemenangan.²⁶

Kedua, penelitian dengan judul “ Strategi Pemenangan Habiburrahman Sinuraya Dari Partai Nasdem Dalam Pemilihan Legislatif Di Daerah Pemilihan V Kota Medan Tahun 2019 “ yang disusun oleh Chindy Teresya Sitepu. Penelitian tersebut bertujuan

²⁵ Achmad Arifulloh, Pelaksanaan Pilkada Serentak Yang Demokratis, Damai Dan Bermartabat, Jurnal Pembajaru Hukum, Vol. 2, No. 2, (2015), 308.

²⁶ Sabirin, “ Strategi Politik Pemenangan H. Muhammd Amru Dan H. Said Pada Pemilihan Bupati Periode 2017 – 2022 Kabupaten Gayo lues Tahun 2017”, UIN Ar-Raniry, 2017. 67.

untuk mengetahui strategi politik pemenangan yang digunakan dalam pemenangan Habiburrahman Sinuraya dari partai Nasdem dalam pemilihan legislatif di daerah pemilihan V kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Peter Schroder.

Kelebihan dalam penelitian tersebut yaitu berdasarkan ide dan gagasan dasar teori dari penelitian tersebut sangat beragam dan relevan dengan judul. secara keseluruhan teori yang dijelaskan sangat informatif menggunakan pilihan kata yang sederhana dan bahasa yang mudah dipahami, selain itu juga dilengkapi dengan catatan kaki sehingga data yang diperoleh sangat jelas asalnya. Namun penelitian ini juga memiliki kekurangan seperti tidak dicantumkannya pemaparan materi dalam bentuk tabel, gambar maupun grafik sehingga terkesan kurang lengkap.²⁷

Ketiga, “ Strategi Politik Dan Hegemoni (Strategi Pemenangan Dony Ahmad Munir – Erwin Setiawan Di Pemilihan Bupati Kabupaten Sumedang 2018 Dalam Menghadapi Hegemoni PD Perjuangan Dan Partai Golkar “, yang disusun oleh Fajar Eko Nurcahyo. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi politik yang dilakukan oleh tim sukses Dony-Erwan dalam pilbup Sumedang tahun 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis teori strategi politik terutama strategi ofensif dan defensif untuk mengungkapkan dan menjabarkan strategi – strategi politik yang digunakan dan diterapkan dalam strategi pemilihan Bupati di Kabupaten Sumedang tahun 2018.

Kelebihan dalam penelitian tersebut yaitu data yang diperoleh lengkap serta dilengkapi dengan tabel yang bersumber dari KPU sehingga data yang didapat cukup lengkap, secara keseluruhan informasi yang disampaikan dalam penelitian tersebut cukup jelas dan rinci serta menggunakan pilihan kata yang sederhana dan bahasa yang mudah dipahami. Namun penelitian ini juga memiliki kekurangan seperti tidak dilengkapi dengan catatan kaki sehingga kurang rinci sumber data tersebut. Selain itu persamaan penelitian tersebut yaitu sama – sama memiliki topik tentang pemilihan kepala daerah, sementara perbedaannya terletak pada perbedaan partai yang dibahas.²⁸

²⁷ Chindy Teresya Sitepu, , “ *Strategi Pemenangan Habiburrahman Sinuraya Dari Partai Nasdem Dalam Pemilihan Legislatif di Daerah Pemilihan V Kota Medan Tahun 2019* “ Universitas Sumatra Utara Medan, 2020.

²⁸ Fajar Eko Nurcahyo, *Strategi Politik dan Hegemoni (Strategi Pemenangan Dony Ahmad Munir-Erwan Setiawan di Pemilihan Bupati*

Keempat, Penelitian dengan judul “ Strategi Politik Koalisi Partai Dalam Pemenangan Paslon Kepala Daerah : Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Nagan Raya Tahun 2017”, yang disusun oleh Gunawan, Arry Bainus dan Caroline Paskarina. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Peter Schroder. Kelebihan dalam penelitian tersebut secara keseluruhan menjelaskan dengan sangat informatif menggunakan pilihan kata yang sederhana dan bahasa yang mudah dipahami, Namun juga memiliki kekurangan seperti kurangnya data mengenai perolehan suara. Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu terdapat pada kajian yang akan diteliti yaitu mengenai strategi politik dalam sebuah pilkada. Adapun perbedaannya yaitu tidak disebutkan partai apa sementara penulis memfokuskan penelitiannya terhadap partai PKB. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yaitu, mengetahui strategi apa yang digunakan dalam sebuah pemilihan kepala daerah lebih jelasnya dalam penelitian ini menggunakan strategi ofensif dalam pemenangan pilkada.²⁹

Kelima, Penelitian dengan judul “ Strategi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Pada Pemilihan Anggota DPRK Kabupaten Bener Meriah Tahun 2019 ”, yang disusun oleh Teguh Ranggayoni. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi politik yang lebih tepatnya strategi pemenangan anggota DPRK Kabupaten Bener Meriah Tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan memfokuskan penelitiannya pada metode analisis marketing politik yang dikemukakan oleh Less Marshmendt dalam Inco Hary Perdana dalam menjabarkan strategi yang digunakan dalam pemilihan dan pemenangan anggota DPRK Kabupaten Bener Meriah.

Kelebihan dalam penelitian tersebut yaitu penjelasan yang diberikan cukup informatif dan disertai dengan teori – teori yang mendukung. Bahasa yang digunakan dalam penyampaian penelitian juga terkesan tidak rumit dan mudah dipahami. Sementara itu kekurangan yang dimiliki oleh penelitian ini seperti kurangnya data mengenai kondisi gambaran politik PKB di kota tersebut dan juga tidak dilengkapi oleh kerangka berfikir yang bertujuan untuk

Kabupaten Sumedang 2018 dalam Menghadapi Hegemoni PDI Perjuangan dan Partai Golkar), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020

²⁹ Gunawan Arry Bairus, Caroline Paskarina, *Strategi Politik Koalisi Partai Dalam Pemenangan Paslon Kepala Daerah : Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Nagan Raya Tahun 2017* , Politea : Jurnal Politik Islam , Vol . 3, No. 1, 2020

mempertegas alur teori penelitian tersebut. Persamaan penelitian ini yaitu sama – sama membahas strategi politik partai PKB, sementara perbedaannya terletak pada pemilihan. Pada penelitian ini memilih anggota DPRK, sementara penelitian yang akan diteliti membahas tentang pemilihan kepala daerah.³⁰

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan alur penulisan dalam penelitian yang dalam bentuk narasi dan grafis. Kerangka berfikir dibuat berdasarkan permasalahan dan fokus penelitian serta menggambarkan secara singkat alur penelitian yang dilakukan. Kerangka berfikir dalam penelitian ini yaitu berisikan konsep yang menjelaskan tentang strategi politik apa yang digunakan dalam pilkada Kabupaten Rembang Tahun 2020. Strategi politik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga pendekatan. Dalam tiga pendekatan tersebut nantinya akan di analisis dalam penelitian ini sehingga akan mengetahui strategi politik apa yang digunakan dalam proses pemenangan pilkada Kabupaten Rembang Tahun 2020.

Tiga pendekatan tersebut yaitu :

- a. Strategi Politik Menurut Peter Schroder
Strategi politik menurut Peter Schroder dibagi menjadi dua yaitu strategi ofensif dan strategi defensif.
- b. Strategi Politik menurut Newman dan Sheet
Terdapat empat pilihan strategi sebagai berikut :
 - 1) Reinforcement strategy (strategi penguatan)
 - 2) *Rationalization strategy* (strategi rasionalisasi)
 - 3) *Inducement strategy* (strategi bujukan)
 - 4) *Confrontation strategy* (strategi konfrontasi)
- c. Strategi Politik menurut Firmanzah :
Strategi Pemasaran Politik (*Marketing Politik*). Bentuk dari strategi pemasaran politik adalah kampanye/*positioning*.

³⁰ Teguh Ranggayoni, *Strategi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Dalam Pemilihan Anggota DPRK Kabupaten Bener Meriah Tahun 2019*, Uin Ar-Raniry Banda Aceh, 2019

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

