

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemilihan Umum (Pemilu) disebut sebagai pesta demokrasi yang dilakukan sebuah negara. Pemilu adalah sarana yang tersedia bagi rakyat untuk untuk menjalankan kedaulatannya dan merupakan lembaga demokrasi.<sup>1</sup> Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.<sup>2</sup>

Indonesia sebagai negara demokrasi menjadikan pemilu sebagai praktek politik untuk terbentuknya suatu pemerintahan perwakilan. Ciri dari sebuah negara demokrasi adalah keterlibatan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan pemilu. Pemilu berfungsi sebagai pergantian dan perebutan kekuasaan yang dilakukan dengan regulasi, norma, dan etika sehingga penentuan pemerintahan yang akan berkuasa dapat dilakukan secara damai dan beradab. Perjalanan pemilu di Indonesia telah melewati banyak transformasi yang panjang sejak zaman kemerdekaan. Mulai dari jumlah partai yang begitu banyak hingga naik turunnya jumlah peserta pemilu yang diselenggarakan.

Salah satu persoalan demokrasi di Indonesia hari ini ialah rendahnya *party-identification* (party-ID). Party-ID merupakan derajat kedekatan warga dengan partai yang diyakininya untuk dipilih saat pemilu dilaksanakan. Rendahnya party-ID di Indonesia selama ini hanya dipandang sebelah mata sebagai persoalan demokrasi di negri ini, sehingga membuat biaya politik tinggi. Seperti yang terjadi dibanyak negara, tingginya rasa memiliki atas partai tertentu mendorong warga berkontribusi kepada kemenangan partai melalui mekanisme kesukarelaan dari mereka sendiri. Warga bergotong-royong iuran finansial, memobilisasi suara, dan aktivitas dukungan lainnya yang berasal dari inisiatif mereka sendiri. Hal ini dikarenakan tingkat kepemilikan (*sense of belonging*) mereka terhadap partai yang mereka yakini tinggi. Di Indonesia, praktik voluntarisme politik yang berasal murni dari inisiatif warga untuk memenangkan

---

<sup>1</sup> Dr. Muhadam Labolo, M.Si. dan Teguh Ilham, S.Stp., M.A., *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia* (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2015), hal. 52.

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 *tentang Pemilihan Umum*.

partai tertentu nampaknya belum membudaya. Kemudian rendahnya party-ID secara tidak langsung menyebabkan korupsi terjadi. Maka rendahnya party-ID dapat dikatakan sebagai pangkal persoalan dari berbagai persoalan politik yang ada.<sup>3</sup>

Dalam hal ini timbulah gejala beberapa dinamika politik lokal di Indonesia, dengan ini yang dimaksud politik lokal yaitu upaya manusia tiada henti terhadap berbagai dorongan dari luar maupun tuntunan dari dalam suatu kelompok masyarakat. Dalam masyarakat yang dinamik selalu terlihat berbagai tuntunan dukungan yang berlangsung secara spontan. Tuntunan individu, tuntunan kelompok masyarakat terhadap lembaga-lembaga pemerintah atau supra struktur politik. Tuntunan ini berlangsung secara silih berganti sesuai *interest* dari setiap kelompok yang selalu bersemangat untuk melakukan tuntunan.<sup>4</sup> Ada dua fase dinamika politik lokal di Indonesia.

#### 1) Dinamika Politik Lokal Sebelum Reformasi

Dinamika politik lokal sebelum reformasi di Indonesia selalu berubah sepanjang waktu. Pada era sebelum kemerdekaan, politik lokal di Nusantara menunjukkan potret buram karena penguasa memperoleh kekuasaan dalam kerangka hukum adat yang totaliter. Akibatnya sebagian besar lapisan masyarakat hanya diakui sebagai hamba yang tidak pernah menjadi subjek pembangunan semasa itu. Masyarakat dijadikan objek dari kehidupan politik yang tidak berpihak kepada mereka. Berbagai bentuk pajak dan upeti ditarik oleh penguasa melalui aparatur represifnya yang menjadikan kondisi ekonomi masyarakat semakin terpuruk.<sup>5</sup>

#### 2) Dinamika Politik Lokal Reformasi

Perpolitikan Indonesia era reformasi mulai membawa suatu asas baru bagi kelembagaan politik dalam partai politik dan mulai menjadi sesuatu yang menarik bagi banyaknya partai politik dalam memasarkan kadernya untuk menduduki kursi-kursi penting di ranah pemerintahan Indonesia, dengan bahasa-bahasa politik sampai dengan komunikasi politik dari

---

<sup>3</sup> Persoalan party-id di indonesia, <https://www.theindonesianinstitute.com/persoalparty-id-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 23 Oktober 2020 pukul 10:00

<sup>4</sup> M. Kausar Bailusy Jurnal : “*Antropologi Indonesia dan Dinamika Politik Lokal*” (Universitas Hasanuddin 2000), hal 401.

<sup>5</sup> Leo Agustino dan Mohammad Agus Yusoff. Jurnal : “*Dinamika Politik Lokal di Indonesia dari Otokratik ke Reformasi Politik*”. (Edisi 21, 2010), hal 14.

semua kandidat dalam mempraktikkan beberapa strategi *political marketing* yang sudah populer diranah perpolitikan Indonesia.<sup>6</sup>

*Marketing politik* merupakan penerapan ilmu *marketing* dalam kehidupan politik. Politik dan *marketing* merupakan dua hal yang berbeda dan suatu hal yang baru untuk perpolitikan Indonesia. Menggabungkan dua latar belakang ilmu yang berbeda memberi inovasi baru untuk dunia politik dan *marketing* di Indonesia.<sup>7</sup>

Mayoritas partai politik di Indonesia menghimbau kadernya untuk merancang strategi baru komunikasi politik yang baik untuk menarik hati pemilih dengan strategi pemasaran politik atau *political marketing* yang tepat. Oleh karena penerapan pemasaran politik di Indonesia yang sudah mulai populer, kemudian menjadi tantangan semua partai politik dan calon anggota DPRD untuk mempraktikkannya dalam setiap pemilu ataupun pilkada terhadap kadernya. Pemilu Legislatif Provinsi Jambi tahun 2019 memperlihatkan bagaimana strategi *marketing* politik untuk memenangkan pemilu tersebut.<sup>8</sup>

Salah satu calon anggota DPRD Provinsi Jambi yang penulis teliti yaitu Bapak Harmain, pada pemilihan legislatif 2019 Harmain sebagai pendatang baru dalam kontestasi perpolitikan Jambi. Sebagaimana yang telah diketahui, Harmain sudah dua kali terjun langsung ke dunia politik. Secara struktural Harmain bukanlah pengurus Partai Demokrat.

Harmain resmi bergabung dengan Partai Demokrat pada menjelang pemilihan legislatif 2019. Masyarakat Bungo dan Tebo mengenal Harmain sebagai sosok yang sangat peduli dengan warga baik itu dibidang sosial, budaya, agama maupun olahraga.

Sebagai Sekretaris Daerah Kabupaten Tebo sejak 2016 dan pernah ikut konstestasi calon wakil kepala daerah menjadi modal sosial untuk mendapatkan elektabilitas tinggi ditengah masyarakat. Selain itu Harmain juga sudah terbiasa terjun di masyarakat kurang lebih sembilan tahun terutama di Kecamatan Tebo Tengah dan Tebo Ulu. Kegiatan-kegiatan yang menjadi prioritas bagi Harmain adalah yang memiliki nilai kemasyarakatan.

Pemilihan legislatif tahun 2019 adalah pertama kalinya Harmain menjadi calon legislatif dalam meramaikan bursa kursi DPRD Provinsi Jambi periode 2019-2024. Harmain menjadi calon DPRD Provinsi Jambi melalui daerah

---

<sup>6</sup> Firmanzah, “*Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*” (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2008), hal 148.

<sup>7</sup> *Ibid* hal 149

<sup>8</sup> Fajar Juneidi, “*Political Marketing*” (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia 2013), hal 144

pemilihan 5 Kabupaten Bungo dan Kabupaten Tebo dengan kendaraan Partai Demokrat. Dalam pencalonannya sebagai wakil rakyat Harmain mendapat nomor urut satu. Majunya Harmain sebagai calon DPRD Provinsi Jambi karena mendapat dorongan besar dari masyarakat Kabupaten Bungo dan Tebo salah satunya masyarakat lapisan bawah dan eks pendukung beliau di pemilihan Kepala Daerah Tebo 2017.

Masyarakat yang fanatik dan secara sukarela ikut tergabung sebagai mesin politik dalam mensosialisasikan Harmain kepada masyarakat. Dukungan penuh majunya Harmain sebagai calon anggota DPRD Provinsi Jambi karena memiliki harapan yang besar terhadap kemajuan Kabupaten Bungo dan Tebo. Masyarakat meyakini dengan terpilihnya Harmain sebagai anggota DPR, infrastruktur semakin mendapatkan perhatian lebih baik dari segi fasilitas dan anggaran.<sup>9</sup>

**Tabel 1.1**

Daftar Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi  
Pemilihan Umum Tahun 2019

Daerah Pemilihan : Jambi 5 Bungo-Tebo

Provinsi : Jambi

No	Partai Politik	No. Urut Calon	Nama Calon Terpilih	Suara Sah
1	Partai Kebangkitan Bangsa	1	HJ. Eka Marlina, S.E, M.H	15.866
2	Partai Gerindra	1	H.Bustami Yahya,S.H	6.283
3	Partai PDI Perjuangan	1	Wartono Tri K, S.E	17.593
4	Partai PDI	2	Ir. Mesran, M.M	11.193

<sup>9</sup> Mantan Demokrat ke DPR, <https://www.jambiexpose.id/2018/10/h-harmain-se-mm-mantan-birokrat-ke.html> diakses pada Tanggal 3 September 2020 Pukul 23:47

	Perjuangan			
5	Partai Golongan Karya	5	Muhammad Amin	8.521
6	Partai Nasdem	1	HJ. Rahima, S.H	12.068
7	Partai Keadlian Sejahtera	1	Rudi Wijaya, S,Si., Apt	9.199
8	Partai Amanat Nasional	2	H. Hasim Ayub, SH. MH	9.315
9	Partai Amanat Nasional	3	H. Kamal , HG	8.199
10	Partai Demokrat	1	H. Harmain, SE, MM	8.542

*Sumber Data: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jambi*

Berdasarkan tabel diatas adalah perolehan data suara pemilu legislatif Provinsi Jambi tahun 2019. Dimana kader Partai Demokrat Harmain memperoleh suara sebanyak 8.542 suara di Kabupaten Bungo dan Tebo. Satu-satunya kader Partai Demokrat yang lolos di dapil 5 Jambi dan kader yang belum mencapai satu tahun menjadi kader.

Harmain bagi masyarakat Bungo dan Tebo sudah tidak asing lagi, berbagai jabatan penting pernah dipegangnya, hingga jabatan Sekretaris Daerah Kabupaten Tebo dan terakhir adalah saat beliau mengambil sikap dan keputusan buat keluar dari ASN untuk maju sebagai calon Wakil Bupati Kabupaten Tebo.

### **Tabel 1.2**

Daftar Calon Tetap DPRD Provinsi Jambi Fraksi Partai Demokrat  
dari Tahun 2009 sampai 2019

No	Nama Calon Terpilih	Fraksi	Daerah Pilih	Nomor Urut	Tahun
1.	Aswan Azhari	Demokrat	Bungo-Tebo	2	2009
2.	HJ. Rahima, S.H	Demokrat	Bungo-Tebo	1	2014
3.	H Harmain, SE, MM	Demokrat	Bungo-Tebo	1	2019

*Sumber data : Komisi Pemilihan Umum Provinsi Jambi*

Berdasarkan tabel diatas, calon terpilih legislatif Provinsi Jambi daftar pilih Bungo-Tebo fraksi Partai Demokrat dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2019 hanya mengirimkan satu calon saja. Hal ini membuat kondisi Partai Demokrat di Bungo Tebo stabil meskipun secara nasional maupun keseluruhan provinsi persentasenya naik turun.

**Tabel 1.3**

Hasil Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi Partai Demokrat dari Tahun 2009 sampai 2019

No	Pemilu	Total Kursi	Total Pemilihan	Persentase
1	2009	8	233.000	23,68%
2	2014	9	235.471	23,87%
3	2019	7	190.000	19,22%

*Sumber Data: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jambi*

Pada Tahun 2009 Partai Demokrat berhasil mendapatkan suara terbanyak se Provinsi Jambi yaitu 233.000 suara, dengan suara tersebut Demokrat menjadi pemenang memperoleh jumlah kursi delapan. Bahkan bukan hanya di Provinsi Jambi, seluruh Indonesia Partai Demokrat pun menjadi pemenang pada tahun 2009.

Penurunan perolehan suara Partai Demokrat seluruh Indonesia pada tahun 2014 tidak terlalu berpengaruh pada perolehan kursi di DPRD Provinsi Jambi. Berdasarkan penetapan calon legislatif terpilih dan perolehan kursi DPRD Provinsi Jambi hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Jambi, Partai Demokrat tetap menempati peringkat pertama dalam perolehan kursi di DPRD Provinsi Jambi yaitu sebanyak 55 kursi, atau bertambah satu kursi dibandingkan pemilu 2009 sebanyak, delapan kursi.<sup>10</sup>

Partai Demokrat pada tahun 2019 meraup suara 190.000 suara. Pemenang pemilu 2014 ini harus puas turun tingkat menjadi peringkat keempat. Dengan anjloknya perolehan suara pada tahun 2019 di bandingkan pada tahun 2014 lalu, tentu menjadi tantangan bagi kader Partai Demokrat se Provinsi Jambi termasuk Harmain yang berjuang untuk memenangkan di pemilu 2019.

Penulisan penelitian ini digali dari beberapa sumber penelitian terdahulu sebagai bahan atau referensi penelitian yang akan dikembangkan. Berikut ini dua hasil karya lain dengan permasalahan konteks yang hampir serupa.

**Tabel 1.4**

**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Keterangan	Analisis
1.	Dwi Nofiani	Skripsi, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjung Pinang Tahun 2015 dengan Judul “Strategi Politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dalam memenangkan Calon Legislatif Perempuan Menghadapi Pemilu	Penelitian ini membahas tentang Strategi Politik sebagai rencana atau tindakan yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Kota Tanjung Pinang dalam memperoleh dukungan dari masyarakat menjelang Pileg 2014 khususnya perempuan. Partai Persatuan Pembangunan harus benar-benar menggunakan strategi yang

<sup>10</sup> <https://www.beritasatu.com/beritasatu/nasional/183621/partai-demokrat-raih-kursi-terbanyak-di-dprd-provinsi-jambi>, diakses pada tanggal 8 November 2020 pukul 19:00

		2014 di Kota Tanjung Pinang”.	bagus dalam menarik simpati masyarakat. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kota Tanjung Pinang Provinsi Kepulauan Riau dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. <sup>11</sup>
2.	Ernando Rahagi	Skripsi, Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Tahun 2019 dengan Judul “Marketing Politik Calon Legislatif Milenial Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2019 Studi Kasus Pemenangan Abraham Sridjaja Sebagai Caleg DPR RI Dapil 1 Jawa Timur (Surabaya-	Studi ini tentang pemasaran politik calon legislatif pada Pemilu legislatif 2019 serta problematika atau hambatan yang dihadapi oleh kandidat. Dalam penelitian ini terdapat dua fokus penelitian yaitu fokus yang pertama bagaimana strategi pemenangan yang digunakan Abraham Sridjaja dalam menghadapi Pemilu legislatif 2019, sedangkan fokus penelitian kedua apa saja hambatan yang dihadapi Abraham selama proses strategi pemenangan berlangsung. Untuk menunjang

<sup>11</sup> Dwi Nofiani, Skripsi “*Stratefi Politik Partai Persatuan Pembangunan dalam memenangkan Caleg Perempuan Pada Pemilu 2014 di Kota Tanjung Pinang*” Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang Tahun 2015

		Sidoarjo)	<p>penelitian ini menggunakan teori konsep pemasaran politik dalam lingkup strategi Pemilu legislatif. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu peneliti melakukan observasi data data dengan wawancara dengan narasumber dan melalui data-data sekunder untuk memperoleh hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini kesimpulannya adalah, Abraham Sridjaja menggunakan strategi melalui program-program kerja nyata yang dapat dirasakan oleh masyarakat tanpa menggunakan janji-janji pada daerah pemilihan sehingga Abraham memperoleh simpati dari masyarakat. Dengan menggunakan media promosi seperti alat peraka kampanye.<sup>12</sup></p>
--	--	-----------	---

---

<sup>12</sup> Ernando Rahagi, Skripsi “*Marketing Politik Caleg Milenial Partai Golkar Pemilu Legislatif 2019 : Studi Kasus Pemenangan Abraham Sridjaja sebagai Caleg DPR RI Dapil I Jatim (Surabaya-Sidoarjo)*” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, 2019.

Sedangkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi serta kekuatan marketing politik Harmain di Kabupaten Bungo dan Kabupaten Tebo, maka peneliti tertarik dan mengangkat judul tersebut dengan judul “Penerapan Marketing Politik Harmain Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi Tahun 2019”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas adalah ditengah anjloknya suara Partai Demokrat pada pemilu 2014, Harmain mampu memanfaatkan modal sosialnya, prestasi serta pengalamannya di birokrat sebagai salah satu strateginya sehingga mampu meloloskan dirinya di Pemilu Provinsi Jambi 2019.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Strategi Marketing Politik yang dilakukan Harmain pada Pemilu Legislatif Provinsi Jambi 2019 ?
2. Bagaimana Efektivitas Media Marketing Politik Demokrat dalam memenangkan Harmain pada Pemilu Provinsi Jambi 2019 ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini diharapkan untuk mengetahui penerapan marketing Harmain di Pemilu Provinsi Jambi 2019 .
2. Untuk mengetahui media marketing politik Demokrat dalam memenangkan Harmain di Pemilu Provinsi Jambi 2019.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap kiranya hasil peneltian ini dapat memberikan semaksimal mungkin, antara lain:

### 1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi penelitian lain dan kajian ilmiah yang berkaitan dengan strategi marketing politik Harmain pada Pemilu Provinsi Jambi 2019.

### 2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini peneliti berharap agar bermanfaat bagi masyarakat umum dan menambah pengetahuan tentang strategi marketing politik dalam memenangkan pemilu.

### 3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan menjadi sumber literatur bagi akedemisi ataupun referensi bahan bacaan bagi khalayak umum dalam mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan politik.

## 1.5 Landasan Teori

Landasan teori merupakan uraian tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan masalah penelitian sekaligus juga menjadi landasan teori dalam penelitian. Pada bagian ini akan diuraikan mengenai penerapan strategi pemenangan.

Dalam konsep menekankan pemasaran politik mencakup upaya yang ditujukan untuk integrasi dalam bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P yaitu : Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*) .<sup>13</sup>

### Tabel 1.5

Daftar 4P Bauran Pemasaran Marketing Mix

<b>Bauran Pemasaran (Marketing Mix)</b>
---

---

<sup>13</sup> Hari Setiawan, Jurnal : “*Pengaruh Political Marketing*”, 2017

<b>Produk (<i>Product</i>)</b>	Platform Partai ( <i>Platform Party</i> )
	Catatan Masa Lalu ( <i>Past Record</i> )
	Karakteristik Pribadi ( <i>Personal Characteristic</i> )
<b>Promosi (<i>Promotion</i>)</b>	Iklan ( <i>Advertising</i> )
	Debat ( <i>Debates</i> )
	Kampanye ( <i>Campaign Events</i> )
<b>Harga (<i>Price</i>)</b>	Harga Ekonomi ( <i>Economic Coasts</i> )
	Harga Psikologi ( <i>Psychological Coats</i> )
	Citra Nasional ( <i>National Image Effects</i> )
<b>Tempat (<i>Place</i>)</b>	Pertemuan ( <i>Meetings</i> )
	Program Sukarela ( <i>Volunteer Program</i> )

### 1.5.1. Pemilihan umum

#### a. Pengertian Pemilu

Pemilu diartikan sebagai mekanisme penyeleksian dan pendelegasian atau penyerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercayai. Pada hakekatnya, pemilu adalah sarana yang tersedia bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatannya sesuai dengan azas yang ada dalam Pembukaan UUD 1945. Pemilu itu sendiri pada dasarnya adalah suatu Lembaga Demokrasi yang memilih anggota-anggota perwakilan rakyat dalam MPR, DPR, DPRD, yang pada gilirannya bertugas untuk bersama-sama dengan pemerintah, menetapkan politik dan jalannya pemerintahan negara.<sup>14</sup>

#### b. Asas Pemilu

Asas pemilu langsung rakyat sebagai pemilih mempunyai hak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai dengan kehendak hati

<sup>14</sup> Dasar Teori Pemilu, <https://id.scribd.com/doc/Pemilu>, diakses pada tanggal 22 September 2020 pukul 22:33, hal 1

nurani, tanpa perantara. Asas pemilu umum ada dasarnya semua warga negara yang memenuhi persyaratan sesuai dengan undang-undang ini berhak mengikuti pemilu. Asas pemilu bebas yaitu setiap warga negara yang berhak memilih bebas menentukan pilihannya tanpa paksaan dari siapapun. Didalam melaksanakan haknya, setiap warga negara dijamin keamanannya, sehingga dapat dapat memilih sesuai dengan kehendak hati nurani dan kepentingannya. Asas pemilu rahasia yaitu dalam memberikan hak suaranya pemilih dijamin bahwa pilihannya tidak akan diketahui oleh pihak manapun dan dengan jalan apapun, pemilih memberikan suaranya pada surat suara dengan tidak diketahui oleh orang lain kepada siapapun suaranya diberikan. Asas pemilu jujur yaitu dalam penyelenggaraan pemilu, setiap penyelenggaraan pemilu, aparat pemerintah, peserta pemilu, pengawas pemilu, pemantau pemilu, pemilih, serta semua pihak yang terkait harus bersikap dan bertindak jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Asas pemilu adil yaitu dalam penyelenggaran pemilu, setiap pemilu dan peserta pemilu mendapat peralatan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun.<sup>15</sup>

### **c. Tujuan Pemilu**

Pemilu diselenggarakan dengan tujuan untuk memilih wakil rakyat dan wakil daerah, serta untuk membentuk pemerintahan yang demokratis, kuat dan memperoleh dukungan rakyat dalam rangka mewujudkan tujuan nasional sebagaimana diamanatkan dalam UUD 1945.

### **d. Manfaat Pemilu**

(1) Pemilu merupakan implementasi perwujudan kedaulatan rakyat. Karena rakyat yang berdaulat itu tidak bisa memerintah secara langsung maka melalui pemilu rakyat dapat menentukan wakil-wakilnya dan para wakil rakyat tersebut akan menentukan siapa yang akan memegang tampuk pemerintahan.

(2) Pemilu merupakan sarana untuk melakukan penggantian pemimpin secara konstitusional. Pemilu bisa mengukuhkan pemerintahan yang sedang berjalan atau untuk mewujudkan reformasi pemerintahan.

(3) Pemilu merupakan sarana bagi pemimpin politik untuk memperoleh legitimasi. Pemberian suara para pemilih dalam pemilu pada dasarnya merupakan pemberian mandat dari rakyat kepada pemimpin yang dipilih untuk menjalankan roda pemerintahan.

---

<sup>15</sup> *Ibid*, hal 1-2

(4) Pemilu merupakan sarana partisipasi politik masyarakat untuk untuk turut serta menetapkan kebijakan publik. Melalui pemilu, rakyat secara langsung dapat menetapkan kebijakan publik yang melalui dukungannya kepada kontestan yang memiliki program-program yang dinilai aspiratif dengan kepentingan rakyat.<sup>16</sup>

#### **e. Tahapan Pemilu**

- (1) Pemutakhiran data pemilih dan penyusun daftar pemilih
- (2) Pendaftaran dan penetapan peserta pemilu
- (3) Penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan
- (4) Pencalonan anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten
- (5) Masa kampanye
- (6) Masa tenang
- (7) Pemungutan dan penghitungan suara
- (8) Penetapan hasil pemilu
- (9) Pengucapan sumpah/janji

#### **f. Jenis Pemilu**

- 1). Pemilu anggota DPR, DPD dan DPRD, berdasarkan ketentuan umum pasal 1 UU Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD, yang dimaksud adalah pemilu untuk memilih anggota DPR, DPD dan DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 2). Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, sejak pemilu tahun 2004, presiden atau wakil presiden dipilih secara langsung oleh rakyat. Sebelumnya presiden atau wakil presiden dipilih oleh anggota DPR/MPR. Pemilu presiden dan wakil presiden adalah pemilu untuk memilih pasangan calon presiden wakil presiden yang diusulkan oleh parpol atau gabungan parpol berpasangan.
- 3). Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, adalah pemilu untuk memilih pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah

---

<sup>16</sup> *Ibid*, hal 2-3

yang diusulkan oleh parpol atau gabungan parpol dan persorangan. Sejak tahun 2005, telah dilaksanakan pilkada secara langsung, baik ditingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Penyelenggaraan ini diatur dalam UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menyebutkan bahwa “Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil”.<sup>17</sup>

## 1.5.2. Teori Marketing Politik

### a. Strategi Politik

Strategi politik merupakan strategi atau teknik yang digunakan untuk mewujudkan suatu cita-cita politik. Strategi politik sangat penting untuk sebuah partai politik, tanpa adanya strategi politik, perubahan jangka panjang sama sekali tidak akan dapat diwujudkan. Untuk mencapai cita-cita politik yang dimaksud, strategi terbagi kedalam dua bagian; strategi *ofensif* (menyerang) dan juga strategi *defensif* (bertahan).<sup>18</sup>

Strategi *ofensif* (menyerang) yaitu apabila sebuah partai politik ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau ingin meningkatkan perolehan suaranya. Untuk menjalankan strategi ini, dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki pandangan positif terhadap partai sehingga kampanye dapat berhasil. Model strategi ini lebih ditujukan pada adanya perbedaan-perbedaan yang jelas dan menarik antar partainya dan juga partai politik yang lain, yang tujuannya untuk mengambil alih pemilihnya.<sup>19</sup>

Sementara strategi *defensif* (bertahan) yaitu apabila partai politik yang berkuasa atau berkoalisi pemerintahan ingin mempertahankan mayoritasnya atau jika pangsa pasar (politik) hendak dipertahankan. Strategi ini juga dapat muncul apabila sebuah pasar tidak akan lebih lanjut atau akan ditutup. Penutupan pasar ini diharapkan membawa keuntungan yang sebesar-sebesar.<sup>20</sup>

### b. Teori Marketing Politik

Marketing politik adalah suatu kegiatan pemasaran untuk menyukseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan perekonomian atau

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hal 3-5

<sup>18</sup> Peter Schorder, *Strategi Politik*, (Jakarta : Nomos baden-baden, 2000), hal 8.

<sup>19</sup> *Ibid*, hal 8

<sup>20</sup> *Ibid*, hal 8-9

kepedulian sosial, tema, isu-isu gagasan, ideologi, pesan-pesan yang memiliki tujuan untuk program politik yang ditawarkan memiliki daya tarik tinggi dan sekaligus mampu mempengaruhi setiap warga negara dan lembaga/organisasi secara efektif.<sup>21</sup>

Pemasaran politik dilakukan dengan langkah strategis untuk menyampaikan berbagai ide dan gagasan politik agar masyarakat tidak buta informasi politik. Rakyat akan semakin matang mempertimbangkan, memutuskan, dan menjatuhkan pilihan mereka pada saat pemungutan suara. Salah satu strategi pemasaran politik dilaksanakan dengan positioning politik, yaitu semua aktivitas untuk menanamkan kesan di benak konsumen agar mereka bisa membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh organisasi.<sup>22</sup>

Menanamkan dan menempatkan *image* dalam benak masyarakat tidak hanya terbatas pada produk dan jasa, karena organisasi perusahaan secara keseluruhan juga perlu ditambahkan dalam benak konsumen. Hal-hal seperti kredibilitas dan reputasi dapat digunakan sebagai media untuk melakukan *positioning*. Ketika konsep ini diadopsi dalam iklim persaingan, calon harus mampu menempatkan produk politik dan *image* politik dalam benak masyarakat. Untuk dapat tertanam, produk dan *image* politik harus memiliki sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan produk politik lainnya.<sup>23</sup>

Marketing dapat memberikan inspirasi tentang cara suatu konstestan dalam membuat produk berupa isu dan program kerja berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat.<sup>24</sup>

### **c. Manajemen Marketing Politik**

Strategi pemasaran berperan penting dalam kesuksesan pemilu. Dalam konteks manajemen, strategi dikenal dengan istilah *management strategic*. Selain itu telah diadopsi pula prinsip-prinsip manajemen pemasaran yang dalam implementasinya digunakan oleh organisasi partai politik, terutama dalam kerangka berpikir strategi pemasaran. Akibatnya, istilah-istilah pemasaran pun telah lekat dalam konteks strategi dalam dunia

---

<sup>21</sup> Adman Nursal, *Political Marketing* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2004) hal 74

<sup>22</sup> *Ibid* Hal 75

<sup>23</sup> *Ibid* hal 76

<sup>24</sup> Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2008) hal 148

politik. Beberapa pendekatan yang menggunakan kerangka berfikir strategi pemasaran yang telah juga dipakai dalam strategi politik, antara lain:<sup>25</sup>

(a). Segmentasi

Segmentasi adalah pemilihan kelompok orang dengan suatu cara yang sama memberikan tanggapan terhadap seperangkat rangsangan pemasaran tertentu. Jelasnya, segmen adalah suatu kelompok yang mempunyai tanggapan yang sama.

(b). Targetting

*Targetting* adalah pemilihan (fokus) pada segmen tertentu yang ingin dicapai. Dengan kata lain *targetting* adalah keputusan untuk membidik suatu kelompok konsituen tertentu yang diperkirakan sangat mudah diraih. Sebelum menentukan target, yang perlu dilakukan adalah dengan memahami terlebih dahulu wilayah pemilihan.<sup>26</sup>

(c). Positioning

Dalam ilmu politik, *positioning* adalah usaha pesan politik atau menjelaskan sesuatu mengenai sebuah partai politik kedalam konsituen dan atau calon konsituen. *Positioning* juga berarti strategi komunikasi untuk menanamkan citra tertentu kepada suatu kelompok.<sup>27</sup>

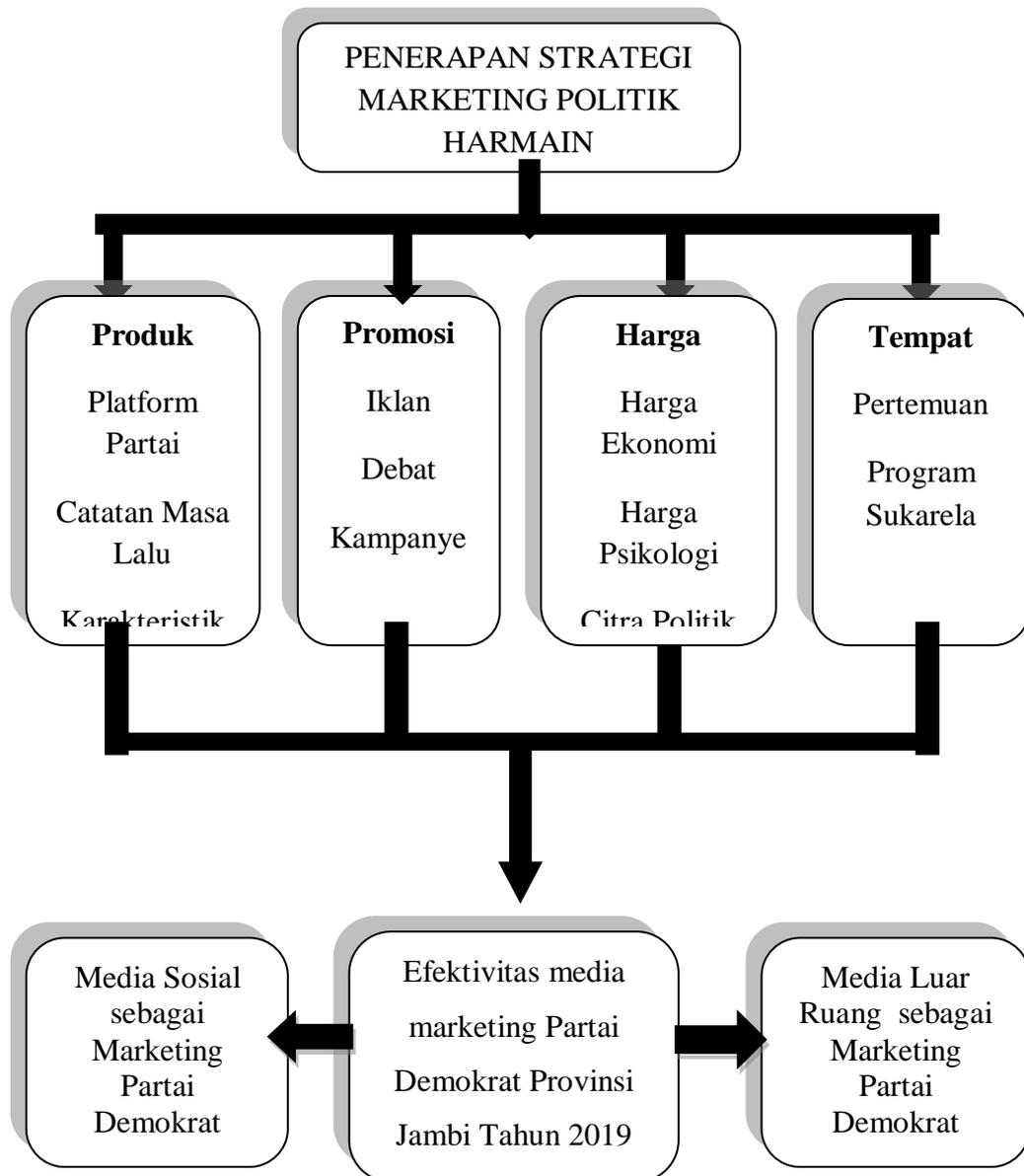
---

<sup>25</sup> Badjoeri Widagdo, *Manajemen Pemasaran Partai Politik Menangkan Pemilu*, Jakarta: PT. Gunung Agung, 2004, hal 66.

<sup>26</sup> Doddy Rudianto, *Manajemen Pemasaran Partai Politik: Segmentation, Targetting, Positioning*, (Jakarta: Citra Mandala Pratama, 2003), hal 21.

<sup>27</sup> Adman Nusrul, "*Political Marketing*" (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka 2004), hal 15

### 1.6.1 Kerangka Pikir



### 1.7. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Ada empat kata kunci yang perlu diperhatikan, yaitu Cara Ilmiah, Data, Tujuan, dan Kegunaan.<sup>28</sup>

### 1.7.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif (*qualitative methods*), yaitu metode penelitian yang mengembangkan pertanyaan dasar tentang apa dan bagaimana kejadian itu terjadi, siapa yang terlibat dalam kejadian tersebut, kapan terjadinya, dan dimana tempat kejadiannya.<sup>29</sup>

Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses atau langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang atau jasa, gambar-gambar, tata cara suatu budaya, dan lain sebagainya.<sup>30</sup>

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan secara jelas tentang “Penerapan Marketing Politik Harmain Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi 2019”.

### 1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan mengungkapkan keadaan yang sebenarnya untuk mendapatkan data-data dan informasi dari objek yang diteliti. Adapun alasan memilih lokasi penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kabupaten Bungo dan Tebo yang merupakan salah satu Kabupaten yang ada Provinsi Jambi. Alasan peneliti mengambil daerah Kabupaten Bungo dan Tebo adalah karena, Harmain merupakan daerah pilih Kabupaten Bungo dan Tebo dan tinggal di Kabupaten Tebo.

### 1.7.3 Fokus Penelitian

Penentuan fokus didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan). Fokus penelitian yang diperoleh setelah peneliti melakukan penjelajahan umum, dari penjelajahan umum ini peneliti akan memperoleh gambaran umum menyeluruh yang masih pada tahap permukaan terhadap situasi sosial. Untuk dapat memahami secara lebih luas dan mendalam,

---

<sup>28</sup>Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet.7, (Bandung:Alfabeta,2017), hlm.23.

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 23.

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 24.

maka diperlukan pemilihan fokus penelitian mengenai “Penerapan Marketing Politik Harmain Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi Tahun 2019”.

#### 1.7.4 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.<sup>31</sup>

##### a.) Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya. Pengumpulan data primer diantaranya adalah dengan teknik wawancara, kuesioner, maupun tulisan ilmiah yang membahas tema penelitian secara langsung. Wawancara dilaksanakan berdasarkan panduan sebuah kuesioner yang berisi seputar strategi Harmain di pemilihan legislatif 2019.

##### b.) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari topik penelitian. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari studi literatur berupa tulisan, pedoman, peraturan, dan sumber-sumber lain yang menunjang laporan penelitian.

Untuk melakukan penelitian ini tentang Penerapan Strategi Marketing Politik Harmain Pada Pemilu Provinsi Jambi Tahun 2019. Diperlukan data primer dan data sekunder. Adapun proses pengumpulan data tersebut dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- i. Penelitian Kepustakaan, digunakan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu pencarian bahan dan teori dengan mempelajari, meneliti, mengkaji literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.
- ii. Penelitian Lapangan, digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan mendatangi tempat yang bersangkutan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan dan dapat dilakukan dengan wawancara ataupun pemberian kuesioner.

---

<sup>31</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta 2002) hal. 129

### 1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan adalah metode yang digunakan oleh peneliti kualitatif untuk menentukan siapa yang akan menjadi sumber data (informan). Penelitian kualitatif tidak mempersoalkan jumlah informan, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan, dan keragaman permasalahan sosial yang diteliti. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam pemilihan ini sesuai pada asas subjek permasalahan, data, dan informasi yang akurat.<sup>32</sup>

Dengan demikian, informan ditentukan dengan teknik bola salju (*snowball sampling*), yakni proses penentuan informan berdasarkan informan sebelumnya tanpa menentukan jumlahnya secara pasti dengan menggali informasi terkait topik penelitian yang diperlukan.<sup>33</sup>

Untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Marketing Politik Harmain Pada Pemilu Provinsi Jambi Tahun 2019, berikut beberapa informan, yaitu:

- a. H Harmain, SE.ME (Anggota Terpilih DPRD Provinsi Jambi).
- b. Mirza Haviz (Sekretaris DPD Demokrat Jambi).
- c. Rusli S.pd (Perwakilan Masyarakat Kabupaten Tebo).
- d. Iit Rusdi (Perwakilan Mahasiswa asal Kabupaten Tebo).
- e. Muhammad Hamid (Perwakilan Tim Keluarga Harmain).

### 1.7.6 Teknik Analisis Data

#### a.) Reduksi Data

Proses reduksi data ini yaitu data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan.<sup>34</sup>

#### b.) Penyajian Data

---

<sup>32</sup> S Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004) hal 158-159

<sup>33</sup> *Ibid*, hal 170

<sup>34</sup> *Ibid*. hal. 218.

Penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai bentuk seperti table, grafik, dan sejenisnya. Dan bisa juga dilakukan dalam bentuk uraian singkat.<sup>35</sup>

#### c.) Verifikasi Data

Proses analisis ini yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dilakukan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan menjadi kesimpulan yang kredibel.<sup>36</sup>

#### 1.7.7 Triangulasi Data/Keabsahan Data

Triangulasi data digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan (kredibilitas/validitas) dan konsistensi data serta bermanfaat juga sebagai alat bantu analisis data lapangan. Triangulasi mencari dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsir dan meningkat kebijakan. Serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia. Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri. Untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pembandingan terhadap data itu.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup>*Ibid.*, hal. 219.

<sup>36</sup>*Ibid.*, hal. 220.

<sup>37</sup>Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). Hal. 209.