

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 menjalankan kedaulatannya dan merupakan lembaga demokrasi.¹ 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 1945.²

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.

¹ 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.

² Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 *tentang Pemilihan Umum*.

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 negeri ini, sehingga membuat biaya politik tinggi. Seperti yang terjadi di banyak 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 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.³

Dalam hal ini timbulah gejolak 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

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

politik. Tuntunan ini berlangsung secara silih berganti sesuai *interest* dari setiap kelompok yang selalu bersemangat untuk melakukan tuntunan.⁴ 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 afaratur represifnya yang menjadikan kondisi ekonomi masyarakat semakin terpuruk.⁵

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

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

⁵ 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.⁶

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.⁷

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.⁸

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.

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

⁷ *Ibid* hal 149

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

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 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.⁹

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 Perjuangan	2	Ir. Mesran, M.M	11.193
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

⁹ 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

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.¹⁰

Partai Demokrat pada tahun 2019 meraup suara 190.000 suara. Pemenang pemilu 2014 ini harus puas turun tingkat menjadi peringkat keempat. Dengan

¹⁰ <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

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 2014 di Kota Tanjung Pinang”.	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 bagus dalam menarik simpati masyarakat. Lokasi penelitian

			yang dipilih adalah Kota Tanjung Pinang Provinsi Kepulauan Riau dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. ¹¹
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-Sidoarjo)	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 penelitian ini menggunakan teori konsep pemasaran politik dalam lingkup strategi Pemilu legislatif. Dengan

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

		<p>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.¹²</p>
--	--	--

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

¹² Ernando Rahagi, Skripsi “*Marketing Politik Caleg Milenial Partai Golkar Pemilu Legislatif 2019 : Studi Kasus Pemenangan Abraham Sridjaja sebagai Caleg DPR RI Dapil 1 Jatim (Surabaya-Sidoarjo)*” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, 2019.

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 akademisi 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*).¹³

¹³ Hari Setiawan, Jurnal : “*Pengaruh Political Marketing*”, 2017

Tabel 1.5

Daftar 4P Bauran Pemasaran Marketing Mix

Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	
Produk (Product)	Platform Partai (<i>Platform Party</i>)
	Catatan Masa Lalu (<i>Past Record</i>)
	Karakteristik Pribadi (<i>Personal Characteristic</i>)
Promosi (Promotion)	Iklan (<i>Advertising</i>)
	Debat (<i>Debates</i>)
	Kampanye (<i>Campaign Events</i>)
Harga (Price)	Harga Ekonomi (<i>Economic Coasts</i>)
	Harga Psikologi (<i>Psychological Coats</i>)
	Citra Nasional (<i>National Image Effects</i>)
Tempat (Place)	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.¹⁴

b. Asas Pemilu

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

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

pemilu, setiap pemilu dan peserta pemilu mendapat peralatan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun.¹⁵

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.

(4) Pemilu merupakan sarana partisipasi politik masyarakat untuk turut serta menetapkan kebijakan publik. Melalui pemilu, rakyat secara

¹⁵ *Ibid*, hal 1-2

langsung dapat menetapkan kebijakan publik yang melalui dukungannya kepada kontestan yang memiliki program-program yang dinilai aspiratif dengan kepentingan rakyat.¹⁶

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.

¹⁶ *Ibid*, hal 2-3

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 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”.¹⁷

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).¹⁸

¹⁷ *Ibid*, hal 3-5

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

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.¹⁹

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-sebesarnya.²⁰

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 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.²¹

¹⁹ *Ibid*, hal 8

²⁰ *Ibid*, hal 8-9

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

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.²²

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.²³

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

²² *Ibid* Hal 75

²³ *Ibid* hal 76

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

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

(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.²⁶

(c). Positioning

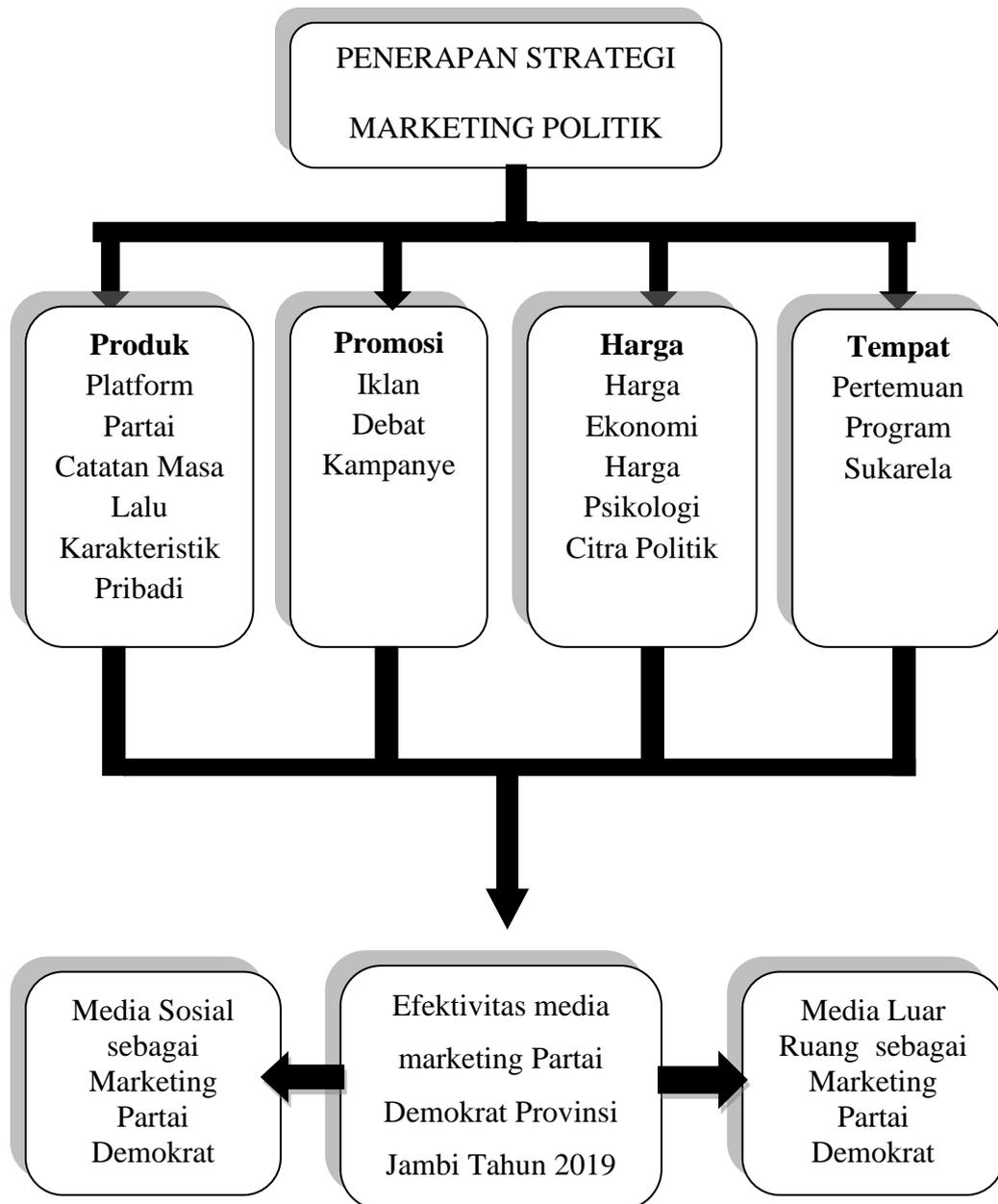
²⁵ Badjoeri Widagdo, *Manajemen Pemasaran Partai Politik Menangkan Pemilu*, Jakarta: PT. Gunung Agung, 2004, hal 66.

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

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.²⁷

²⁷ 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.²⁸

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.²⁹

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.³⁰

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

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

²⁹ *Ibid*, hlm. 23.

³⁰ *Ibid*, hlm. 24.

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, 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.³¹

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

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

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.

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 dipersoalkan 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.³²

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.³³

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.³⁴

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

³³ *Ibid*, hal 170

³⁴ *Ibid*. hal. 218.

b.) Penyajian Data

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

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.³⁶

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 dilapangan. 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 pembanding terhadap data itu.³⁷

³⁵*Ibid.*, hal. 219.

³⁶*Ibid.*, hal. 220.

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

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

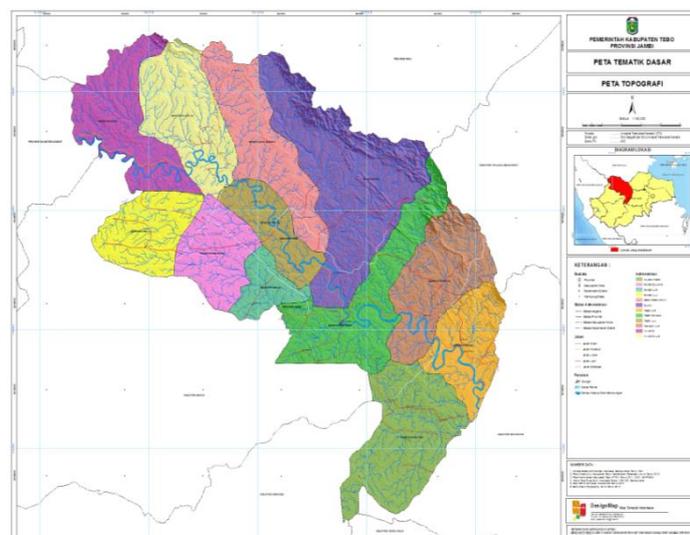
2.1 Kabupaten Tebo

2.1.1 Geografis

Kabupaten Tebo berada pada posisi bagian barat Provinsi Jambi, dengan memakan jarak tempuh kurang lebih 6 jam dari Kota Jambi. Kabupaten Tebo memulai pemekaran pada Tahun 1999 setelah memutuskan pisah dengan Kabupaten Bungo. Geografis Kabupaten Tebo tepatnya terletak diantara titik koordinat $0^{\circ} 52' 32''$ - $01^{\circ} 54' 50''$ LS dan $101^{\circ} 48' 57''$ - $102^{\circ} 49' 17''$ BT, Kabupaten Tebo dipengaruhi oleh iklim tropis dan wilayah dan berada pada ketinggian antara 50 - 1.000 mdpl.³⁸

Luas wilayah Kabupaten Tebo sendiri yaitu 646.100 Ha atau 11,86% dari luas wilayah Provinsi Jambi, yang terdiri dari 12 kecamatan, 107 desa dan 5 kelurahan. Untuk lebih jelasnya bisa melihat peta dibawah ini.

Gambar 2.1 Peta Kabupaten Tebo



³⁸ <http://tebokab.go.id/> diakses, pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 14:00

Tabel 2.1 Jumlah Kecamatan yang ada di Kabupaten Tebo dan Luasnya

No.	Kecamatan	Luas		Jumlah Kelurahan	Jumlah Desa
		(Km ²)	(%)		
1.	Tebo Ilir	706,70	10,97	1	10
2.	Muara Tabir	509,30	7,88	-	8
3.	Tebo Tengah	983,56	15,22	2	10
4.	Sumay	1.268,00	19,63	-	12
5.	Tengah Ilir	221,44	3,43	-	5
6.	Rimbo Bujang	406,92	6,30	1	7
7.	Rimbo Ulu	295,74	4,58	-	6
8.	Rimbo Ilir	214,34	3,32	-	9
9.	Tebo Ulu	410,30	6,35	1	16
10.	VII Koto	658,79	10,20	-	10
11.	Serai Serumpun	315,70	4,89	-	8
12.	VII Koto Ilir	468,21	7,25	-	6
JUMLAH		646.100	100	5	107

Kabupaten Tebo umumnya merupakan dataran rendah dan sedikit berbukit dan rawa-rawa dengan kemiringan bervariasi. Adapun luas lahan berdasarkan kemiringannya yaitu kemiringan 0-2% seluas 66.400 Ha (10,28%), kemiringan 2-15% seluas 456.800 Ha (70,70%), kemiringan 16-40% seluas 80.000 Ha (16,38%)

dan dengan kemiringan 40% seluas 42.900 Ha (6,64%), Berdasarkan ketinggian tempat dari permukaan kawasan Kabupaten Tebo.³⁹

2.1.2 Kependudukan

Adapun jumlah penduduk di Kabupaten Tebo dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2.2 Jumlah Penduduk di Kabupaten Tebo 2019

No	Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	Tebo Ilir	14.258	13.604	27.862
2.	Muara Tabir	9.021	8.824	17.845
3.	Tebo Tengah	22.447	21.205	43.652
4.	Sumay	10.132	9.139	20.071
5.	Tengah Ilir	14.680	13.391	28.071
6.	Rimbo Bujang	36.156	32.121	68.277
7.	Rimbo Ulu	20.139	39.827	39.827
8.	Rimbo Ilir	13.760	13.002	26.762
9.	Tebo Ulu	16.858	17.203	34.061
10.	VII Koto	10.633	9.985	20.618
11.	Serai Serumpun	5.411	5.030	10.441
12.	VII Koto Ilir	8.343	7.770	16.113
	Tebo	176.800	166.203	343.003

³⁹ Letak Geografis, <https://tebokab.go.letak-geografis.html>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:19

Tabel 2.2 merupakan jumlah keseluruhan penduduk yang ada di kabupaten Tebo yang terdiri dari 12 kecamatan.⁴⁰ Dalam persoalan pemilihan legislatif, DPT sangat diperhitungkan untuk meraih kemenangan bagi calon legislatif termasuk Harmain sendiri.

Untuk DPT (Daftar Pemilih Tetap) Kabupaten Tebo Berdasarkan penghitungan kembali, Kabupaten Tebo kini memiliki DPT sebanyak 238.763 jiwa. Bertambah sebanyak 11,621 dari sebelumnya. Ditetapkan dari 12 kecamatan yang terdiri dari 112 desa dengan jumlah Tempat Pemungutan Suara (TPS) 1.097, memiliki jumlah pemilih laki-kaki sebanyak 121.543 jiwa dan pemilih perempuan sebanyak 117.220 jiwa. Total seluruhnya sebanyak 238.763 jiwa.⁴¹

2.1.3 Kondisi Pendidikan Masyarakat Kabupaten Tebo

Komposisi penduduk menurut tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan memberikan gambaran tentang keadaan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan merupakan indikator pokok kualitas penduduk. Sebagian besar penduduk Kabupaten Tebo yang berumur 10 tahun keatas belum tamat SD/ sederajat ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Tebo tingkat pendidikannya masih minim, tentu mempengaruhi perilaku pemilih dalam menentukan pilihannya.

⁴⁰ Data Kependudukan, <https://tebokab.bps.go.id-penduduk>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:15

⁴¹ kpu.go.id/jambi/tebo/1699 diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pukul 15:15

Tabel 2.3 Persentase Penduduk Kabupaten Tebo yang berumur 10 Tahun

No	Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	Persentase
1.	Tidak/belum Tamat SD	32,03
2.	SD/MI sederajat	32,19
3.	SLTP/MTs/sederajat	20,23
4.	SLTA/MA/sederajat	10,81
5.	SMK sederajat	2,23
6.	D I/D II	1,09
7.	D III/ Sarjana Muda	0,09
8.	D IV/ Sarjana	1,33

Sumber : Tebo Dalam Angka, 2019

2.1.4 Kondisi Sosial Masyarakat Kabupaten Tebo

Sebagian besar masyarakat Kabupaten Tebo masih didominasi oleh kategori pertanian, kehutanan, dan perikanan. Sumbangan kategori pertanian, kehutanan dan perikanan terhadap struktur perekonomian Kabupaten Tebo pada tahun 2014 adalah sebesar 51,64%. Penghasilan Kabupaten Tebo yang terbesar dihasilkan oleh kategori pertambangan dan penggalian, kategori perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor.

Perekonomian Kabupaten Tebo pada tahun 2014 mengalami peningkatan pertumbuhan yang cukup tinggi dibanding tahun sebelumnya. Laju pertumbuhan PDRB Kabupaten Tebo tahun 2014 mencapai 9,28%, sedangkan tahun 2013 sebesar 7,33%. Pertumbuhan ekonomi tertinggi pada tahun 2014 dicapai oleh

kategori pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 15,75%. Selain itu, kategori jasa kesehatan dan kegiatan sosial dan kategori penyediaan akomodasi dan makan minum mencatat laju pertumbuhan yang juga tinggi, masing-masing sebesar 15,71% dan 14,54%.

Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) mengidentifikasi besarnya penduduk usia kerja (berumur 15 tahun keatas) yang aktif secara ekonomi, yang diukur dari persentase jumlah angkatan kerja (bekerja dan pengangguran) terhadap jumlah penduduk usia kerja. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja di Kabupaten Tebo yaitu sebesar 72,40%, dengan jumlah pengangguran sebesar 2,22%.⁴²

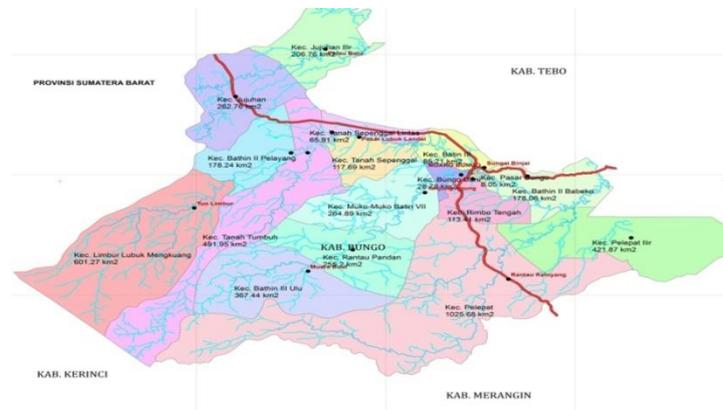
2.2 Kabupaten Muaro Bungo

2.2.1 Geografis

Kabupaten Bungo adalah salah satu kabupaten di Provinsi Jambi, Indonesia. Kabupaten ini berasal dari hasil pemekaran Kabupaten Bungo Tebo pada tanggal 12 Oktober 1999. Kabupaten Bungo memiliki luas wilayah sekitar 4.659 km². Wilayah ini secara geografis terletak pada posisi 101° 27' sampai dengan 102° 30' Bujur Timur dan di antara 1° 08' hingga 1° 55' Lintang Selatan. Wilayah Kabupaten Bungo secara umum adalah berupa daerah perbukitan dengan ketinggian berkisar antara 70 hingga 1300 Mdpl.⁴³

⁴² <https://ciptakarya.pu.go.id/Tebo>, diakses pada tanggal 6 Februari 2021 pukul 15:14

⁴³ <https://www.bungokab.go.id/jumlah-penduduk.html>, diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 15:19

Gambar 2.2 Peta Kabupaten Muaro Bungo

2.2.2 Kependudukan

Tabel 2.4 Jumlah Penduduk di Kabupaten Bungo

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Pelepat	17 749	16727	3476
2.	Pelepat Ilir	28 971	26653	55624
3.	Bathin II Babeko	7 270	6983	14253
4.	Rimbo Tengah	14 860	14331	29191
5.	Bungo Dani	17 591	16395	33986
6.	Pasar Muaro Bungo	14 278	13418	27696
7.	Batin III	14 071	13429	27500
8.	Rantau Pandan	5520	5435	10955
9.	Muko-Muko Bathin VII	7769	7754	15523
10.	Bathin III Ulu	4542	4422	8964
11.	Tanah Sepenggal	11507	11660	23167
12.	Tanah Sepenggal Lintas	12464	12429	24893

13.	Tanah Tumbuh	7196	7479	14675
14.	Limbur Lubuk Mengkuang	8124	7793	15917
15.	Bathin II Pelayang	5529	4922	10451
16.	Jujuhan	8667	8171	16838
17.	Jujuhan Ilir	5463	5198	10661
	Muara Bungo	191.571	183.199	374.770

Jumlah daftar pemilih yang ada di Kabupaten Bungo untuk Pilkada serentak tahun 2019 sebanyak 236.588 orang. Dari jumlah itu, sebanyak 117.844 orang pemilih perempuan, sementara untuk pemilih laki laki sebanyak 118.744 orang. Hal itu berdasarkan masukan dari berbagai pihak dan hasil Coklit yang dilakukan bersama instansi terkait.⁴⁴

2.2.3 Kondisi Pendidikan Masyarakat Kabupaten Bungo

Komposisi penduduk menurut tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan memberikan gambaran tentang keadaan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan merupakan indikator pokok kualitas penduduk. Sebagian besar penduduk Kabupaten Bungo yang berumur 10 tahun keatas tidak/belum tamat SD/ sederajat sebesar 33,03% dan tamat SD/ sederajat sebesar 42,19%. Hanya sebagian penduduk Kabupaten Bungo yang tamat D IV/ Sarjana yaitu sebesar

⁴⁴ <https://jdih.kpu.go.id/jambi/bungo/keputusan-kpud>, diakses pada tanggal 17 Maret 2021 pukul 21:30

6,33%. Dengan minimnya masyarakat yang belum tamat SD maka akan mempengaruhi pola pikir pemilih terhadap calon yang akan di pilih.⁴⁵

Tabel 2.5 Persentase Penduduk Kabupaten Bungo yang berumur 10 Tahun

Keatas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Tahun 2016

No	Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	Persentase
1.	Tidak/belum Tamat SD	33,03
2.	SD/MI sederajat	42,19
3.	SLTP/MTs/sederajat	30,23
4.	SLTA/MA/sederajat	15,61
5.	SMK sederajat	8,23
6.	D I/D II	2,20
7.	D III/ Sarjana Muda	3,09
8.	D IV/ Sarjana	2,33

Sumber : Bungo Dalam Angka, 2016

2.2.4 Kondisi Sosial Masyarakat Kabupaten Bungo

Kegiatan perekonomian masyarakat Bungo dominan pada sektor pertanian, perkebunan dan kehutanan. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bungo terus mengalami peningkatan periode 2012 – 2014. Selama kurun waktu 2011-2014 kinerja perekonomian Kabupaten Bungo memiliki laju pertumbuhan rata-rata 7,43 persen. Sektor pertanian, pertambangan dan industri pengolahan merupakan sektor pendorong perekonomian Bungo tumbuh positif dari tahun 2011-2014.

⁴⁵ <https://www.bungokab.go.id/post/read/1631/profil-kabupaten-bungo.html>, diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pada pukul 18:34

Komoditas unggulan Kabupaten Bungo dalam bidang pertanian antara lain karet, kelapa sawit, dan kelapa.⁴⁶

2.3 Partai Demokrat

2.3.1 Sejarah Partai Demokrat

Partai Demokrat didirikan atas inisiatif Susilo Bambang Yudhoyono yang terilhami oleh kekalahan pada pemilihan Calon wakil Presiden dalam Sidang MPR tahun 2001.

Dari perolehan suara dalam pemilihan cawapres dan hasil *pooling public* yang menunjukkan popularitas Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), beberapa orang terpanggil nuraninya untuk memikirkan bagaimana sosok SBY bisa dibawa menjadi Pemimpin Bangsa sebagai Presiden RI untuk masa mendatang. Hasilnya adalah beberapa orang diantaranya saudara Vence Rumangkang menyatakan dukungannya untuk mengusung SBY ke kursi Presiden. Agar cita-cita tersebut bisa terlaksana, jalan satu-satunya adalah mendirikan partai politik.

Perumusan konsep dasar dan platform partai sebagaimana yang diinginkan SBY dilakukan oleh Tim Krisna Bambu Apus dan selanjutnya teknis administrasi dirampungkan oleh Tim yang dipimpin oleh saudara Vence Rumangkang. Juga terdapat diskusi-diskusi tentang perlunya berdiri sebuah partai untuk mempromosikan SBY menjadi Presiden, antara lain : Pada tanggal 12 Agustus 2001 pukul 17.00 diadakan rapat yang dipimpin langsung oleh SBY di apartemen Hilton. Rapat tersebut membentuk tim pelaksana yang mengadakan pertemuan

⁴⁶ <https://www.bungokab.go.id/post/read/1631/profil-kabupaten-bungo.html>, diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pada pukul 18:34

secara marathon setiap hari. Tim itu terdiri dari :Vence Rumangkang, Drs. A. Yani Wahid (Alm), Achmad Kurnia, Adhiyaksa Dault, SH, Baharuddin Tonti, Shirato Syafei.

Di lingkungan kantor Menkopolkampung diadakan diskusi-diskusi untuk pendirian sebuah partai bagi kendaraan politik SBY dipimpin oleh Drs. A. Yani Wachid (Almarhum). Pada tanggal 19 Agustus 2001, SBY memimpin langsung pertemuan yang merupakan cikal bakal pendirian dari Partai Demokrat. Dalam pertemuan tersebut, saudara Vence Rumangkang menyatakan bahwa rencana pendirian partai akan tetap dilaksanakan dan hasilnya akan dilaporkan kepada SBY.

Selanjutnya pada tanggal 20 Agustus 2001, saudara Vence Rumangkang yang dibantu oleh saudara Drs. Sutan Bhatogana berupaya mengumpulkan orang-orang untuk merealisasikan pembentukan sebuah partai politik. Pada akhirnya, terbentuklah Tim 9 yang beranggotakan 10 (sepuluh) orang yang bertugas untuk mematangkan konsep-konsep pendirian sebuah partai politik yakni: Vence Rumangkang;

- a) Dr. Ahmad Mubarak, MA.
- b) Drs. A. Yani Wachid (almarhum)
- c) Prof. Dr. Subur Budhisantoso
- d) Prof. Dr. Irzan Tanjung
- e) RMH. Heroe Syswanto Ns.
- f) Prof. Dr. RF. Saragjh, SH., MH.
- g) Prof. Dardji Darmodihardjo

- h) Prof. Dr. Ir. Rizald Max Rompas
- i) Prof. Dr. T Rusli Ramli, MS.

Disamping nama-nama tersebut, ada juga beberapa orang yang sekali atau dua kali ikut berdiskusi. Diskusi Finalisasi konsep partai dipimpin oleh Bapak SBY. Untuk menjadi sebuah Partai yang disahkan oleh Undang- Undang Kepartaian dibutuhkan minimal 50 (lima puluh) orang sebagai pendirinya. Tetapi muncul pemikiran agar jangan hanya 50 orang saja, tetapi dilengkapi saja menjadi 99 orang agar ada sambungan makna dengan SBY sebagai penggagas, yakni SBY lahir tanggal 9 bulan 9.

Pada tanggal 9 September 2001, bertempat di Gedung Graha Pratama Lantai XI, Jakarta Selatan dihadapan Notaris Aswendi Kamuli, SH., 46 dari 99 orang menyatakan bersedia menjadi Pendiri Partai Demokrat dan hadir menandatangani Akte Pendirian Partai Demokrat. 53 orang selebihnya tidak hadir tetapi memberikan surat kuasa kepada saudara Vence Rumangkang. Kepengurusanpun disusun dan disepakati bahwa Kriteria Calon Ketua Umum adalah Putra Indonesia asli, kelahiran Jawa dan beragama Islam, sedangkan Calon Sekretaris Jenderal adalah dari luar pulau jawa dan beragama Kristen.

Setelah diadakan penelitian, maka saudara Vence Rumangkang meminta saudara Prof. Dr. Subur Budhisantoso sebagai Pejabat Ketua Umum dan saudara Prof. Dr. Irsan Tandjung sebagai Pejabat Sekretaris Jenderal sementara Bendahara Umum dijabat oleh saudara Vence Rumangkang.

Pada malam harinya pukul 20.30, saudara Vence Rumangkang melaporkan segala sesuatu mengenai pembentukan Partai kepada SBY di kediaman beliau

yang saat itu sedang merayakan hari ulang tahun ke 52 selaku koordinator penggagas, pencetus dan Pendiri Partai Demokrat.

Dalam laporannya, saudara Vence melaporkan bahwa Partai Demokrat akan didaftarkan kepada Departemen Kehakiman dan HAM pada esok hari yakni pada tanggal 10 September 2001.

Pada tanggal 10 September 2001 jam 10.00 WIB Partai Demokrat didaftarkan ke Departemen Kehakiman dan HAM RI oleh saudara Vence Rumangkang, saudara Prof. Dr. Subur Budhisantoso, saudara Prof. Dr. Irsan Tandjung, saudara Drs. Sutan Bhatogana MBA, saudara Prof. Dr. Rusli Ramli dan saudara Prof. Dr. RF. Saragih, SH, MH dan diterima oleh Ka SUBDIT Pendaftaran Departemen Kehakiman dan HAM.

Kemudian pada tanggal 25 September 2001 terbitlah Surat Keputusan Menkeh & HAM Nomor M.MU.06.08.-138 tentang pendaftaran dan pengesahan Partai Demokrat. Dengan Surat Keputusan tersebut Partai Demokrat telah resmi menjadi salah satu partai politik di Indonesia.

Pada tanggal 9 Oktober 2001 Departemen Kehakiman dan HAM RI mengeluarkan Lembaran Berita Negara Nomor : 81 Tahun 2001 Tentang Pengesahan Partai Demokrat dan Lambang Partai Demokrat.

Selanjutnya pada tanggal 17 Oktober 2002 di Jakarta Hilton Convention Center (JHCC), Partai Demokrat dideklarasikan dan dilanjutkan dengan Rapat Kerja Nasional (Rakemas) Pertama pada tanggal 18-19 Oktober 2002 di Hotel Indonesia yang dihadiri Dewan Pimpinan Daerah (DPD) dan Dewan Pimpinan Cabang (DPC) seluruh Indonesia.

Sejalan dengan deklarasi berdirinya Partai Demokrat, sebagai perangkat organisasi dibuatlah Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART). Sebagai langkah awal maka pada tahun 2001 diterbitkan AD/ART yang pertama sebagai peraturan sementara organisasi. Pada tahun 2003 diadakan koreksi dan revisi sekaligus didaftarkan ke Departemen Kehakiman dan HAM RI sebagai Persyaratan berdirinya Partai Demokrat.⁴⁷

Gambar 2.3 Makna Logo Partai Demokrat



Partai Demokrat terdiri dari :

1. Lambang Partai Demokrat memiliki lambang yang berupa gambar bintang, bersinar tiga arah dengan warna merah putih pada kedua sisinya dengan latar belakang warna dasar biru tua dan biru laut.
2. Bintang merah putih bersegi tiga bermakna suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari tiga wawasan sebagai berikut :
 - a.) Nasionalis-Religius adalah wawasan nasionalis serta sekaligus.
 - b.) Humanisme adalah mengakui dan menjunjung tinggi nilai dan martabat perikemanusiaan yang bersifat hakiki dan

⁴⁷ Sejarah Partai Demokrat, <https://www.demokrat.or.id/>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:08

universal, sebagai bukti bahwa Bangsa Indonesia adalah bagian yang integral dari masyarakat.

c.) Pluralisme adalah mengakui dan menghargai serta merangkul berbagai ras, suku bangsa, profesi, jenis kelamin, agama, dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, serta keberadaan ciri khas setiap daerah yang menyatu sebagai bangsa Indonesia.

3. Warna biru laut yang terdapat di tengah, melambangkan kesejukan penuh kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dalam perjuangan dan upaya mewujudkan cita-cita bangsa.
4. Warna biru tua yang terdapat pada bagian atas dan bawah, melambangkan bahwa dalam memperjuangkan dan mengupayakan terwujudnya cita-cita bangsa, bersikap tegas, mantap, percaya diri, dan penuh optimisme yang senantiasa menjadi ciri utama yang harus dianut semua unsur bangsa dan masyarakat.
5. Warna merah putih di setiap sisi bintang dengan latar belakang biru Laut, memberi arti warna merah putih adalah kebangsaan atau nasionalisme dan warna biru artinya humanisme di tengah pergaulan masyarakat bangsa-bangsa di dunia atau internasionalisme dan pluralisme yang merupakan wawasan Partai Demokrat.
6. Warna dasar biru laut, seperti halnya samudera yang membentang luas sebagai terminal akhir bagi aliran dan muara dari berbagai sungai yang membawa segala macam limbah, membaaur dan menyatu menjadi jernih,

tetapi terlihat berwarna kebiruan, tenang, dan damai. Demikian pula halnya Partai Demokrat, tampil sebagai partai politik yang mampu menghimpun segenap warga negara Indonesia untuk hidup bersama dan berdampingan secara damai dan saling menghormati antar sesama anak bangsa yang memiliki keanekaragaman suku, agama, ras, dan golongan.

2.3.2 Visi dan Misi Partai Demokrat

a. Visi

Partai Demokrat bersama masyarakat luas berperan mewujudkan keinginan luhur rakyat Indonesia agar mencapai pencerahan dalam kehidupan kebangsaan yang merdeka, bersatu, berdaulat adil dan makmur, menjunjung tinggi semangat Nasionalisme, Humanisme dan Internasionalisme, atas dasar ketakwaan kepada Tuhan yang maha Esa dalam tatanan dunia baru yang damai, demokratis dan sejahtera.

b. Misi

- 1) Memberikan garis yang jelas agar partai berfungsi secara optimal dengan peranan yang signifikan di dalam seluruh proses pembangunan Indonesia baru yang dijiwai oleh semangat reformasi serta pembaharuan dalam semua bidang kehidupan kemasyarakatan, kebangsaan dan kenegaraan kedalam formasi semula sebagaimana telah diikrarkan oleh para pejuang, pendiri pencetus Proklamasi kemerdekaan berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan titik berat kepada upaya mewujudkan perdamaian, demokrasi (kedaulatan rakyat) dan kesejahteraan.

- 2) Meneruskan perjuangan bangsa dengan semangat kebangsaan baru dalam melanjutkan dan merevisi strategi pembangunan nasional sebagai tumpuan sejarah bahwa kehadiran Partai Demokrat adalah melanjutkan perjuangan generasi-generasi sebelumnya yang telah aktif sepanjang sejarah perjuangan bangsa Indonesia, sejak melawan penjajah merebut Kemerdekaan, merumuskan Pancasila dan UUD 1945, mengisi kemerdekaan secara berkesinambungan hingga memasuki era reformasi.
- 3) Memperjuangkan tegaknya persamaan hak dan kewajiban Warganegara tanpa membedakan ras, agama, suku dan golongan dalam rangka menciptakan masyarakat sipil (*civil society*) yang kuat, otonomi daerah yang luas serta terwujudnya representasi kedaulatan rakyat pada struktur lembaga perwakilan dan permusyawaratan.
- 4) Menjalankan kehidupan internal partai sesuai dengan undang-undang dan anggaran dasar serta anggaran rumah tangga, menuju masa depan Partai Demokrat yang makin kuat, makin modern, makin dicintai rakyat dan makin kontributif bagi pembangunan bangsa.⁴⁸

⁴⁸ Partai Demokrat <https://www.tribunnewswiki.com/2019/09/01/partai-demokrat>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:01

2.3.4 Struktur Organisasi Kepengurusan Pusat

Tabel 2.6 Struktur Organisasi Kepengurusan Partai Demokrat Pusat

No	Nama	Jabatan
1.	H. Agus Harimurti Yudhoyono, M.Sc, M.P.A.	Ketua Umum
2.	Edhie Baskoro Yudhoyono, B.Com, M.Sc.	Wakil Ketua Umum
3.	Dr. Benny Kabur Harman, S.H., M.H.	Wakil Ketua Umum
4.	Dr. Drs. Yansen Tipa Padan, M.Si.	Wakil Ketua Umum
5.	H. Teuku Riefky Harsya, B.Sc., MT	Sekretaris Jendral
6.	Ir. Hj. Andi Timo Pangerang	Wakil Sekretaris Jendral
7.	Putu Supadma Rudana, MBA	Wakil Sekretaris Jendral
8.	Renanda Bachtar	Wakil Sekretaris Jendral
9.	H. Renville Antonio, SH, MH, MM	Bendahara Umum
10.	Eka Putra, S.E	Wakil Bendahara Umum
11.	Lasmi Indaryani, S.E.	Wakil Bendahara Umum
12.	Tatyana S. Sutara, SE, M.Si	Wakil Bendahara Umum
13.	Sigit Raditya, MIS, MA	Direktur Eksekutif
14.	Didi Irawadi Syamsuddin, SH, LL.M	Departemen Luar Negeri dan Keamanan Nasional
15.	Umar Arsal, S.Sos	Departemen Politik dan Pemerintahan ⁴⁹

⁴⁹ Struktur Organisasi Demokrat, <https://mediaa//dpp-partai-demokrat/>, diakses pada tanggal 25 November 2020 pukul 19:34

2.3.5 Struktur Kepengurusan Organisasi Partai Demokrat Jambi

Tabel 2.7 Struktur Kepengurusan Organisasi Partai Demokrat Jambi

No	Nama	Jabatan
1.	Burhanuddin Mahir	Ketua
2.	AS Budianto	Wakil Ketua I
3.	Zainal Abiddin	Wakil Ketua II
4.	Syamsu Rizal	Wakil Ketua III
5.	Mirza Haviz	Sekretaris
6.	H Paut Syakarín	Bendahara Umum
7.	H Nasri Umar	Pengurus Musyawarah Cabang
8.	Ardian Faisal	Komisi Pemilu Daerah
9.	Saman Chatib	Komisi Pengawasan

Sumber : Demokrat Jambi 2020

2.3.6 Riwayat dan Pendidikan Harmain

A. Riwayat Pendidikan

- a) SD Negeri No 85//II Tanjung Aur Kabupaten Tebo, 1972
- b) SMEP Negeri 1 Jambi, 1975
- c) SMEA Negeri 1 Jambi, 1979
- d) Sarjana Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, 2000
- e) Sarjana STIE Widya Jayakarta Jakarta, 2006

B. Latar Belakang

- a) Di angkat menjadi Pegawai Negeri Sipil, 1980
- b) Di angkat menjadi Kasubbag Keuangan Provinsi Jambi, 1989

- c) Di angkat menjadi Kasubbag Keuangan Provinsi Jambi, 2000
- d) Pindah tugas ke Kabupaten Tebo, 2001
- e) Diangkat menjadi Kasubbag Keuangan Dinas Kehutanan
Kabupaten Tebo, 2002
- f) Diangkat menjadi Kepala Bagian Keuangan Pemkab Tebo,
2003
- g) Diangkat menjadi Kepala Bidang Pembelian, 2006
- h) Diangkat menjadi kepala Ktr satu pintu Kabupaten Tebo, 2008
- i) Diangkat menjadi Kepala Dinas Tata Kota, 2010
- j) Diangkat menjadi Kepala Dinas Dukcapil, 2011
- k) Diangkat menjadi Asisten Pemerintahan, 2012
- l) Ditugaskan menjadi Inspektur Inspektorat Kabupaten Tebo,
2013
- m) Menjadi Sekretaris Daerah Kabupaten Tebo, 2016
- n) Mencalonkan diri menjadi Calon Wakil Bupati Tebo, 2017
- o) Mencalonkan diri menjadi Caleg DPRD Provinsi Jambi, 2019
- p) Menjadi anggota DPRD Povinsi Jambi, 2019

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Penerapan Strategi Marketing Politik Harmain Pada Pemilu Tahun 2019

Dalam konteks pertarungan politik untuk memperebutkan sebuah jabatan, maka strategi yang matang memegang peran yang sangat penting karena tanpa adanya perencanaan strategi, tidak mungkin kemenangan akan diraih. Strategi politik hal yang mutlak dan harus dimiliki setiap partai politik dalam upaya untuk memenangkan pemilu. Sama halnya dengan senjata dalam menghadapi sebuah pertarungan, maka strategi juga sangat penting untuk mendukung dan membuka peluang dalam memenangkan sebuah pertarungan. Sebuah partai politik ketika ingin menang dan dalam rangka merebut hati dari masyarakat diharuskan berkerja semaksimal mungkin untuk memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang mereka miliki. Pada Pemilu Tahun 2019 Provinsi Jambi, dapat dipastikan bahwa setiap kader dan partai politik memiliki strategi masing-masing. Untuk menarik simpati dari masyarakat, maka semakin besar pula peluang untuk memenangkan pemilu.⁵⁰

Penerapan strategi marketing politik yang dilakukan oleh Harmain sudah dibangun sejak lama, dimulai ketika saat beliau memegang beberapa jabatan penting di birokrat. Proses komunikasi yang *intens* dengan masyarakat serta membangun investasi sosial menjadi *barometer* Harmain dalam menduduki kursi DPRD Provinsi Jambi Tahun 2019. Sehingga penerapan strategi marketing politik yang dilakukan oleh Harmain berjalan dengan baik.

⁵⁰ Adman Nursal, *Political Marketing* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004) hal 70

3.1.1. Produk (*Product*)

Produk politik merupakan salah satu elemen terpenting dalam *politic marketing*. Produk politik yang dibawa oleh Harmain adalah suatu bagian yang sangat kompleks. Karena di dalamnya berisi platform partai yang mendukung, dan latar belakang kandidat yang sangat baik. Komunikasi politik yang dilakukan Harmain jauh sebelum kampanye sudah terbentuk dengan baik, hal ini berdampak terhadap pembentukan *image* Harmain yang peduli terhadap masyarakat sehingga image tersebut dapat diterima baik oleh masyarakat Kabupaten Bungo dan Tebo.

Harmain sebagai pemilik produk menawarkan kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat tertarik dan membeli produk tersebut. Produk utama dari sebuah institusi politik adalah platform partai yang berisikan konsep, identitas, ideologi, dan program kerja sebuah institusi politik. Selain itu, apa saja yang telah dilakukan partai politik di masa lalu berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Produk politik dibayar pemilih dengan kepercayaan (*trust*) dan keyakinan (*beliefs*) terhadap partai atau kandidat yang akan didukung.⁵¹

Secara garis besar produk yang dibawa Harmain dalam mengikuti persaingan di Pemilu Provinsi Jambi 2019 sudah sangat membantu dalam memperoleh suara yang cukup signifikan. Akan tetapi produk yang dibawa oleh Harmain belum mampu diterima dengan sepenuhnya oleh masyarakat Bungo dan Tebo, hal ini menjadikan Harmain untuk lebih teliti dan giat lagi melakukannya sehingga produk yang dibawa ke masyarakat dapat diterima dengan sepenuhnya oleh masyarakat.

⁵¹ Peter Schroder, *Strategi Politik*, Terj. Aviantie Agoesman (Jakarta : Friedrich Nauman Stiftung Fur die Freiheit, Indonesia 2013) hlm 36

a. Platform Partai Demokrat

Platform politik yang digunakan Partai Demokrat adalah agama, nasionalisme, pembelaan terhadap rakyat kecil, dan upaya menggapai kesejahteraan serta memerangi kemiskinan. DPD Demokrat Jambi yang bergerak secara terus menerus untuk menjalankan platform dan sesuai intruksi dari Dewan Pimpinan Pusat Demokrat, serta menjalankan fungsi-fungsinya untuk mengakses problematika sosial yang dihadapi masyarakat, agar dapat diartikulasikan dengan memperjuangkan para wakil-wakilnya di parlemen termasuk memperjuangkan Harmain yang merupakan kader Partai Demokrat sendiri.

b. Catatan Masa Lalu

Sebelum memasuki panggung politik legislatif 2019 Harmain mempunyai *track record* yang baik di birokrat, banyak sudah jabatan penting yang beliau pegang selama di birokrat, bahkan prestasinya yang begitu cemerlang di birokrat, sampai masanya beliau pensiun dari PNS. Di usianya yang pensiun Harmain mendapat dorongan dari masyarakat aliran batanghari untuk maju mendampingi bapak Hamdi sebagai wakil bupati Tebo pada tahun 2017, namun saat itu beliau kalah dari pasangan petahana. Pada tahun 2019 Harmain muncul menjadi kader Partai Demokrat hingga mencalonkan diri sebagai anggota DPRD Provinsi Jambi dapil Bungo Tebo.

c. Karakteristik Pribadi

Karakteristik yang dimiliki oleh Harmain telah terbangun sejak lama, jauh-jauh hari sebelum mencalonkan anggota dewan. Harmain merupakan orang baru dalam panggung perpolitikan namun telah lama memahami dan mengenal masyarakat dan wilayah Bungo dan Tebo. Peneliti mendapatkan informasi karakteristik pribadi Harmain sejak lama adalah beliau orangnya rendah hati, tidak sombong, ketika beliau pulang kampung ke dusun Pauhtaji beliau masih aktif untuk nimbrung dan mensupport kegiatan pemuda. Karakter tersebut sudah lama dimiliki Harmain bahkan jauh sebelum beliau ikut kontestasi politik.

Maka peneliti melakukan wawancara dengan Harmain bagaimana produk yang dibawa ke masyarakat.

“Alhamdulillah saya sendiri bersyukur menjadi caleg partai demokrat, karna partai tersebut belum tercoreng namanya untuk di wilayah dapil lima. Kemudian dari *track record* dan karakter yang saya lalui membuat produk yang saya bawa ke dapil 5 diterima dan dipercayai oleh masyarakat.”⁵²

Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti, cara yang dilakukan Harmain untuk membawa produk politik ke pemilih dengan mengendarai Partai Demokrat yang saat ini *platform* partainya masih baik di Kabupaten Bungo dan Tebo. Karakter Harmain yang sangat sejuk ditengah masyarakat dan *track record* selama beliau di birokrat membuat produk politik Harmain diterima oleh masyarakat.

⁵² Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020 pukul 9:00 wib

Peneliti juga melakukan wawancara dengan informan masyarakat yang menjadi kelompok target kampanye politik Harmain.

“Pak Harmain menyampaikan berusaha untuk membantu kesejahteraan masyarakat, menampung aspirasi masyarakat, membantu ,merawat dan meningkatkan eksistensi sepak bola, mempermudah proses perizinan suatu usaha dan memotong alur perizinan menjadi lebih simpel.”⁵³

Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti, pemilih menilai Harmain adalah sosok calon legislatif yang mampu berbuat banyak untuk daerah Kabupaten Bungo dan Tebo karna produk politik yang dibawa oleh Harmain membuktikan kalau Harmain peduli dengan masyarakat.

Berdasarkan dari 3 produk diatas, hal yang paling efektif dalam memperoleh suara kemenangan Harmain yaitu catatan masa lalu. Pengalaman dan prestasi Harmain selama di birokrat menjadi modal pendongkrak suara nya pada pemilu tahun 2019, masyarakat mempercayai kalau Harmain mampu untuk menjadi anggota DPRD Provinsi Jambi karna melihat dari rekam jejaknya.

3.1.2 Promosi (*Promotion*)

Promosi politik yaitu merupakan cara promosi yang dilakukan oleh institusi politik berupa iklan dalam membangun slogan/jargon politik dan citra yang akan ditampilkan. Akan tetapi, aktivitas ini harus dilakukan terus-menerus dan permanen sehingga tidak hanya terbatas periode kampanye saja. Sebagian besar literatur dalam marketing politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi ide, platform partai dan ideologi selama masa

⁵³ Wawancara melalui telepon dengan Bapak Rusli selaku masyarakat Kecamatan Tebo Ulu, pada tanggal 05 Juli 2021

kampanye sehingga tidak jarang institusi politik bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan.

Penokohan yang menghadirkan popularitas juga menjadi bagian dari promosi. Masyarakat yang memiliki tingkat popularitas dan kredibilitas yang baik bisa menjadi suatu perangkat bagi Partai Demokrat untuk menorehkan suara. DPD Partai Demokrat Provinsi Jambi memandang bahwa tokoh masyarakat dapat dijadikan sebagai figur untuk memenangkan Pemilu. Seperti iklan pada suatu merk dagangan saja, apabila produk tersebut diiklankan oleh artis yang terkenal maka akan mempengaruhi penjualan produk dagangan tersebut. Sama halnya penokohan dalam partai politik. Apabila ada masyarakat yang sudah dipandang baik dan mempunyai pengaruh maka bisa dengan mudah memperkenalkan bahkan mengajak masyarakat untuk memilih Harmain.⁵⁴

Maka peneliti melakukan wawancara dengan Harmain bagaimana yang dilakukan untuk mempromosikan dirinya.

“Memanfaatkan modal sosial yang telah terbangun sejak lama, meski pada saat itu saya tidak berencana mencalonkan jadi anggota dewan, Jadi tinggal membangun komunikasi intens dengan elemen masyarakat.”⁵⁵

Berdasarkan wawancara peneliti menjelaskan bahwa, Harmain sudah lama menguasai modal sosialnya sewaktu beliau masih di birokrat meski pada saat itu tidak berniat mencalonkan diri sebagai anggota dewan. Komunikasi dengan seluruh lapisan masyarakat sehingga sangat dekat dengan masyarakat juga menjadi pendongkrak suara Harmain.

⁵⁴ *Ibid*, hal 40

⁵⁵ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020 pukul 9:00 wib

DPD Partai Demokrat Jambi dalam menanggapi perihal promosi mempunyai dua bentuk promosi, yaitu promosi yang dilakukan saat masa kampanye dan promosi yang dilakukan sehari-hari atau dengan kata lain bersifat permanen. Pada saat promosi DPD Partai Demokrat Jambi juga terbantu ketika ada beberapa relawan yang ikut membantu dalam usaha promosi partai kepada masyarakat. Sebelumnya, ketokohan dari seorang Susilo Bambang Yudhoyono juga telah menghadirkan kelompok pendukung yang juga banyak memiliki latar belakang sebagai tokoh masyarakat juga ikut menghadirkan kelompok relawan. Kelompok lainnya yaitu juga berasal dari gerakan sayap Partai Demokrat.

a. Iklan (*Advertising*)

Tak dipungkiri lagi bahwa iklan politik adalah salah satu alat dalam pemasaran politik. Sebagai alat pemasaran politik, iklan politik jelas bertujuan mendongkrak jumlah suara pada saat pemilu. Boleh dikatakan iklan politik adalah *beyond of advertisement*. Iklan politik lebih dari sekadar menjual produk politik. Iklan politik memiliki fungsi komunikasi politik. Dalam situasi seperti itu, iklan politik semakin deras menjelang pemilu 2019. Selaku konstituen, membanjirnya iklan politik justru seharusnya menjadi peluang bagi kita untuk mengoptimalkan pilihan.⁵⁶

“Iklan politik yang saya lakukan sebagai solusi dari kelemahan yang saya miliki dengan membuat branding kampanye untuk perubahan yang lebih baik, bekerja sama dengan media sebagai penghubung informasi kepada masyarakat dan memperkuat komunikasi dengan melakukan koordinasi bersama tim keluarga.

⁵⁶ <https://news.detik.com/opini/-iklan-politik-> diakses, pada tanggal 09 Februari 2021 pukul 12:45 wib

Selain itu, saya tetap melakukan pendekatan dengan masyarakat dengan *door to door* maupun membantu masyarakat yang membutuhkan.”⁵⁷

Berdasarkan wawancara peneliti menjelaskan bahwa, banyak cara yang dilakukan oleh Harmain untuk memperoleh kemenangan. Iklan politik yang dilakukan Harmain, dengan tema untuk perubahan yang lebih baik. Maka *branding* yang dibuat oleh Harmain, masyarakat mampu mencerna pilihannya untuk mendukung Harmain.

b. Debat (*Debates*)

Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi 2019 tidak menggunakan debat sama sekali. Meskipun dalam hal ini tidak menggunakan debat, Harmain tetap memaparkan programnya untuk lima tahun kedepan kepada masyarakat. Beliau juga membangun komunikasi dengan masyarakat, mulai dari masyarakat lapisan atas sampai masyarakat lapisan bawah guna untuk meraih suara pada Pemilu 2019 Provinsi Jambi.

c. Kampanye

Dalam kampanye politik berkaitan dengan aksi-aksi yang dilakukan dan alat komunikasi yang digunakan untuk mendekatkan dan mengenalkan kandidat lebih dekat kepada masyarakat. Kegiatan ini sangat penting dilakukan dalam kampanye politik dengan tujuan masyarakat dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh kandidat sehingga pada waktu pemilihan akan dipilih oleh

⁵⁷ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020.

masyarakat.⁵⁸ Harmain sebagai calon legislatif melakukan kegiatan ini untuk mengenalkan latar belakangnya, pengalaman yang telah dimilikinya, prestasi dalam karirnya, dan tentu untuk meningkatkan elektabilitasnya guna mendapatkan hasil yang maksimal pada Pemilu Provinsi Jambi 2019. Berikut ulasan hasil wawancara peneliti yang dilakukan oleh Harmain pada waktu kampanye. Peneliti juga menanyakan kepada masyarakat selaku konstituen dalam kontestasi politik.

“Pendekatan yang dilakukan Pak Harmain dengan *door to door* kepada masyarakat, tetap seperti dulu bergabung saat ada kumpulan masyarakat. Pak Harmain yang akrab dipanggil dengan pakdo itu orangnya juga sangat enak, diundang melalui telpon atau WA juga hadir. Jadi masyarakat merasa sangat dekat dan telah mengenal kepribadiannya. Pak Harmain sering ikut nimbrung bersama masyarakat saat ada kumpulan baik di pos kamplang, saat kerja bakti, dan melakukan silaturahmi ke warga.”⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan, upaya yang telah dilakukan Harmain untuk dekat dengan masyarakat adalah dengan melakukan *door to door* atau orang mengenalnya silaturahmi ke rumah-rumah untuk meminta doa restu dan dukungan kemenangan menjelang pemilihan legislatif. Harmain juga sering mengunjungi masyarakat saat ada perkumpulan baik bersifat formal dan non formal.

Harmain juga melakukan blusukan, ini dilakukan dengan hadir di berbagai kegiatan masyarakat seperti kerja bakti di masing-masing rukun tetangga (RT)

⁵⁸ Peter Schroder, Strategi Politik, Terj. Aviantie Agoesman (Jakarta : Friedrich Nauman Stiftung Fur die Freiheit, Indonesia 2013) hlm 336

⁵⁹ Wawancara langsung dengan Bapak Rusli selaku Masyarakat Tebo Ulu, pada tanggal 09 Desember 2020.

dan mancing bareng. Berikut ini hasil dari ulasan wawancara yang dilakukan peneliti kepada Harmain.

“Kemunculan partai politik baru pada pemilu 2019 kemarin merupakan tantangan bagi saya termasuk persaingan di kader Partai Demokrat sendiri, hal ini menjadikan saya lebih aktif dalam menarik simpatisan masyarakat untuk melakukan itu.”⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan, persaingan yang dirasakan oleh Harmain bukan hanya pada partai politik baru saja, tetapi di kader Partai Demokrat juga ia rasakan sehingga beliau harus lebih aktif untuk menjaga elektabilitasnya.

“Kami melakukan sosialisasi kampanye fokus kepada dua kecamatan kecamatan Tebo Tengah dan Tebo Ulu. Wilayah tersebut memiliki dua basis massa yang besar dan kuat yang dapat menjadi penggerak masyarakat lainnya. Basis partai, basis sepak bola, dan basis organisasi kemasyarakatan.”⁶¹

Dari informasi yang disampaikan tersebut, langkah kampanye yang dilakukan politik Harmain adalah melakukan sosialisasi politik difokuskan kepada dua Kecamatan yakni Kecamatan Tebo Ulu, dan Tebo Tengah. Kedua Kecamatan tersebut yang memiliki basis massa terbaik dan dekat dengan tempat tinggal Harmain.

“Ada pembagian dari DPD Demokrat Provinsi Jambi dindo terkait dengan wilayah yang menjadi sasaran kampanye para caleg. Saya mendapat wilayah Tebo Tengah karena merupakan tempat tinggal saya sekaligus ibukota kabupaten Tebo yang ada basis massa dari. Target kami dari memperoleh suara 5000. Tentu satu Kecamatan tidak mencukupi untuk mendapatkan suara segitu, maka saya mencari tambahan sebagian dari satu Kecamatan lagi yakni Tebo

⁶⁰ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020.

⁶¹ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020

Ulu. Kecamatan Tebo Ulu saya pilih dengan alasan tempat lahir saya bekerjasama dengan organisasi kemasyarakatan.”⁶²

Pendapat lain disampaikan oleh Mirzan Haviz Sekretaris Demokrat

Jambi :

“Berdasarkan pembagian dari DPD Demokrat Provinsi Jambi, wilayah khusus yang diberikan kepada Pak Harmain adalah kecamatan Tebo Tengah karena merupakan tempat tinggalnya. Namun caleg dapat mengajukan tambahan kecamatan sesuai dengan keinginannya. Selanjutnya Pak Harmain mengajukan juga tambahan satu kecamatan yakni Tebo Ulu. Alasannya memilih Tebo Ulu memiliki basis organisasi kemasyarakatan yang solid.”⁶³

Berdasarkan informasi yang didapatkan dalam wawancara penelitian ini dalam pemenangan calon legislatif Harmain difokuskan dalam dua kecamatan yang ada di kabupaten Tebo. Dua kecamatan tersebut adalah kecamatan Tebo Ulu, kecamatan Tebo Tengah. Munculnya dua kecamatan tersebut karena pembagian yang diberikan DPD Demokrat Jambi kepada masing-masing calon legislatif. Kedua wilayah tersebut memiliki representasi masing-masing dalam mendukung Harmain melenggang ke kursi DPRD Provinsi Jambi. Kecamatan Tebo Ulu merepresentasikan bahwa Harmain putra daerah dari kecamatan tersebut atau sebagai tempat lahirnya, ditambah dengan minimnya calon legislatif yang berada di kecamatan Tebo Ulu ini. Sedangkan kecamatan Tebo Tengah merupakan tempat tinggal Harmain sendiri, merepresentasikan sebagai masyarakat yang memiliki kelompok organisasi kemasyarakatan yang solid dan produktif yang memiliki kepedulian sosial seperti kepribadian yang dimiliki oleh Harmain.

⁶² Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020.

⁶³ Wawancara langsung dengan Bapak Mirzan Haviz selaku Sekretaris Demokrat di Kota Jambi, pada tanggal 05 Januari 2020.

“Saya bersama tim mengoptimalkan komunikasi dalam segala hal, ini dilakukan hampir setiap hari baik secara tatap muka maupun via WA. Sebaik apapun perencanaan jika menjelang penerapan tidak dilakukan komunikasi maka hasilnya akan fatal. Apalagi ini berkaitan dengan politik. Dalam berbicara dan bergerak kami harus hati-hati. Salah sedikit saja akan menjadi lubang yang dapat dihancurkan oleh lawan”.⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan, Harmain melakukan komunikasi hampir setiap hari menjelang pemilihan pemilu 2019 baik secara tatap muka maupun melalui media sosial. Harmain melakukannya dengan teliti dan hati-hati.

Dari 3 jenis promosi diatas, hal yang paling efektif dalam memperoleh suara Harmain adalah kampanye. Kampanye yang dilakukan Harmain secara terus menerus menjelang pemilihan, baik itu tatap muka ataupun silaturahmi sehingga membuat pemilih mempunyai daya tarik terhadap Harmain sendiri.

3.1.3 Harga (*Price*)

Harga politik adalah kenyamanan partisipan terhadap persepsi harga, karena harga dalam pemasaran politik menyangkut banyak hal, mulai harga ekonomi, harga psikologis sampai citra nasional. Suatu institusi politik akan berusaha untuk meminimalkan harga produk politiknya (minimalisasi resiko) mereka dan meningkatkan (maksimalisasi) harga produk lawan politik. Menjadikan harga produk lawan politik semakin mahal (semakin beresiko) merupakan strategi yang bisa digunakan pelaku politik guna memperoleh dukungan publik, sebab pemilih akan memilih partai atau kontestan yang

⁶⁴ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020.

memiliki resiko atau harga relatif paling kecil.⁶⁵ Dalam *political marketing mix* terdapat 3 faktor harga yaitu:

a.) Harga ekonomis

Untuk biaya kampanye Partai Demokrat Provinsi Jambi memang menjadi partai yang mengeluarkan biaya cukup tinggi. Berdasarkan hasil audit dana kampanye Pemilu Tahun 2019 di Provinsi Jambi, Partai Demokrat telah mengeluarkan dana sejumlah Rp 1.774.235.000,- dan masuk dalam empat besar partai dengan pengeluaran biaya kampanye terbanyak di Provinsi Jambi setelah Partai Golkar, Gerindra dan PDIP.⁶⁶ Bicara soal harga tidak hanya dipandang secara finansial saja, tetapi juga memandang dari kualitas sumber daya manusia yang tercipta di partai. Semakin banyak memiliki kader yang berkualitas akan berdampak pula pada kualitas partai politik. Prinsip itu juga menjadi pedoman bagi DPD Partai Demokrat Provinsi Jambi yang menginginkan kader berkualitas.

b.) Harga psikologis

Harmain mendapat dorongan masyarakat, Harmain maju sebagai kandidat calon Legislatif Provinsi Jambi periode 2019-2024 karena dorongan masyarakat dan menginginkan dirinya menjadi dewan. Banyak faktor yang membuat dukungan itu mengalir kepadanya sikap santun, ringan tangan, keramahan, kesederhanaan, ketokohan, kepedulian terhadap kegiatan sosial, kedekatan dengan masyarakat dan

⁶⁵ Firmanzah. 2008. Marketing Politik : *Political Marketing Mix*. Jakarta : (Penerbit Yayasan Obor Indonesia) hal 201.

⁶⁶ <https://jambi.kpu.go.id/> diakses, pada tanggal 17 Februari 2021 pukul 15: 07

prestasi di bidang birokrat, menjadikan masyarakat merasa nyaman dekat dengannya. Oleh karena itu, misi pencalonan Harmain ialah menampung dan menyalurkan aspirasi dari masyarakat sebagai wadah pengabdian kepada masyarakat, mengawal dan mengawasi program pemerintah, membuat gebrakan di bidang olahraga dan kepemudaan melalui produk peraturan daerah, mengawal dan meningkatkan eksistensi olahraga daerah dapil lima, meningkatkan softskill masyarakat guna mengurangi tingkat pengangguran, dan mengoptimalkan pelayanan publik dengan mempermudah proses perizinan usaha dan memotong alur perizinan lebih simpel.

c.) Citra Politik

Berupa *image* yang selama ini diberikan oleh pemilih terhadap kandidat. Apakah selama ini kandidat memiliki nasionalisme yang tinggi atau tidak, memberikan citra positif bagi bangsa atau tidak. Untuk konteks lokal, hal ini dapat berupa kepedulian kandidat terhadap daerahnya. Target *image* fokus untuk membangun citra Harmain dengan mempublikasikan isu-isu tentang kekuatan yang dimilikinya. Dengan target *image* yang dibangun ini Harmain merencanakan serangan untuk mengalihkan fokus pemilih terhadap kekuatan dari pesaing. Semua aspek yang dibangun harus lebih baik dari pesaing politik antara lain tema kampanye harus lebih baik, solusi lebih baik, penawaran figur lebih baik, dan dengan kompetensi lebih

baik pula.⁶⁷ Jadi dalam membangun citra politik ini, popularitas Harmain menjadi syarat utama yang harus dimiliki. Citra yang diinginkan ini diciptakan para pemilih, atau kelompok target tertentu. Berikut ini hasil wawancara dengan Bapak Hamid selaku tim keluarga berkaitan dengan citra yang dibangun oleh Harmain dalam kampanye pemilu 2019 mengatakan bahwa :

“Sebenarnya masyarakat telah mengetahui Harmain sejak lama, jiwa sosialnya yang kuat dan dekat dengan masyarakat. Karena Pak Harmain orangnya sangat tanggap saat dimintai bantuan oleh masyarakat. Pak Harmain hanya menjelaskan tentang pengalamannya dan prestasinya selama beliau di birokrat. Menggunakan tag line kampanye “untuk perubahan yang lebih baik” selanjutnya menyerahkan sepenuhnya pilihan dari hati nurani kepada masyarakat.”⁶⁸

Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti, cara yang digunakan oleh setiap kandidat memiliki citra tersendiri di lingkungan tempatnya bergerak. Citra tersebut merupakan gambaran yang ada dalam benak masyarakat tentang kandidat para periode waktu tertentu. Terkadang gambaran kandidat masih kosong. Artinya bahwa masyarakat atau pemilih belum mengenal kandidat tersebut, sehingga mereka tidak bisa membuat gambaran tentang kandidat yang bersangkutan. Jadi dalam membangun citra ini, popularitas menjadi syarat utama yang harus dimiliki. Citra yang diinginkan ini ingin diciptakan di kepala para pelanggan, pemilih, atau kelompok target tertentu. Dengan demikian, citra yang diinginkan adalah gambaran yang hendak ditanamkan di benak setiap target

⁶⁷ Peter Schroder, *Strategi Politik*, Terj. Aviantie Agoesman (Jakarta : Friedrich Nauman Stiftung Fur die Freiheit, Indonesia 2013) hal 251

⁶⁸ Wawancara melalui telepon dengan Bapak Muhammad Hamid selaku Tim Keluarga di Kabupaten Tebo, pada tanggal 02 Desember 2020.

melalui serangkaian kegiatan. Citra yang dibangun harus bersifat positif karena harus mendukung pencapaian misi, tetapi tidak boleh terlalu jauh atau berbeda sama sekali dengan “citra sebenarnya” sehingga kandidat tersebut tidak menjadi ilusif.

Berikut hasil wawancara dengan bapak Rusli selaku masyarakat tebo ulu berkaitan dengan citra politik yang dibangun oleh Harmain, mengatakan bahwa :

“Saya dan masyarakat kecamatan tebo ulu yang lain menginginkan bapak Harmain untuk maju menjadi caleg provinsi jambi. Karna bapak Harmain keluarganya besar, pengalamannya bagus, apalagi 2017 kemarin maju sebagai calon wakil bupati tentu memiliki banyak simpatisan yang tergabung”.⁶⁹

Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti, sebagian masyarakat banyak menginginkan Harmain untuk maju menjadi calon legislatif karna penilaian masyarakat terhadap citra politik Harmain untuk menjadi anggota legislatif.

Harmain dalam membangun citra kepada pemilih dengan mempublikasikan prestasi yang diperoleh saat menjadi sekretaris daerah kabupaten Tebo dan pengalaman selama di birokrat. Prestasi dan pengalaman yang diperoleh saat menjadi sekretaris daerah sangat layak untuk ditunjukkan karena berperan dalam membantu kepala daerah menyusun program kerja dan mengkoordinasikan seluruh satuan kerja. Mengingat Harmain sebagai politisi baru pada pemilu 2019 maka cara yang dilakukan dengan memanfaatkan modal sosial yang telah dimiliki sebagai bukti bahwa Harmain adalah sosok yang dekat dengan

⁶⁹ Wawancara melalui telepon dengan Bapak Rusli selaku masyarakat Kecamatan Tebo Ulu, pada tanggal 05 Juni 2021.

masyarakat dan layak untuk menjadi representasi wakil rakyat sehingga menggunakan tag line untuk perubahan yang lebih baik pada waktu kampanye.

Berdasarkan 3 faktor harga yang mempengaruhi suara Harmain pada pemilihan legislatif 2019 yaitu, citra politik yang beliau bawa ke panggung politik 2019. Harmain yang membangun citra politik sudah lama mampu menarik hati masyarakat Bungo dan Tebo sehingga beliau mendapatkan kursi di Provinsi Jambi.

3.1.4 Tempat (*Place*)

Bahwa *place* politik berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul strategi marketing politik Harmain pada pemilihan legislatif 2019 menjelaskan bahwa variabel tempat merupakan variabel dominan dan menjadi prioritas pertama bagi masyarakat dalam membuat keputusan. Tempat dalam dunia politik berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih.⁷⁰

a.) Pertemuan

Harmain calon legislatif Partai Demokrat ini melakukan pertemuan kelompok dengan cara kedekatan. Beliau juga mengatakan bahwa dalam pertemuan sudah dilakukan sejak awal, dimana pertemuan dimulai dari lingkungan terdekat terlebih dahulu, diawali dari keluarga, saudara-saudara, teman sekolah, teman kerja dan komunitas,

⁷⁰ Firmanzah. 2008. Marketing Politik : *Political Marketing Mix*. Jakarta : (Penerbit Yayasan Obor Indonesia) hal 205.

karena dianggap lebih mudah untuk dihubungi baik oleh telepon atau pun melalui media sosial. Prinsip kedekatan dianggap efektif karena caleg bisa langsung mengarah pada kelompok yang dianggap potensial menjadi pemilih pada saat pemilu. Harmain mengatakan bahwa dengan memilih pertemuan yang terus menerus hingga memiliki kedekatan maka tidak ada suara yang terbuang sia-sia karena kelompok lebih mudah untuk didekati dan diberikan sosialisasi mengenai calon legislatif, baik dari profilnya maupun program-programnya . Tujuan dari pertemuan tentu saja untuk mempermudah para caleg memenuhi tujuan yang diinginkan, di pilih orang-orang yang dianggap dekat tentu saja juga dengan harapan bahwa orang-orang tersebut bisa mempengaruhi kelompok yang lain sehingga bisa mendukung pencalonan Harmain menuju kursi DPRD Provinsi Jambi. Harmain melakukan bentuk pertemuan yang bersifat kekeluargaan, dengan berkomunikasi melalui tokoh masyarakat atau pun langsung mengunjungi rumah-rumah warga, tidak mengumpulkan massa dalam jumlah yang besar. Tokoh masyarakat sebagai *opinion leader* dalam masyarakat, dianggap efektif karena bisa mempengaruhi warga secara langsung. Peranan tokoh masyarakat baik formal maupun non-formal sangat penting terutama dalam mempengaruhi, memberi contoh, dan menggerakkan keterlibatan seluruh warga masyarakat di lingkungannya guna mendukung keberhasilan program. Apalagi di masyarakat pedesaan, peran tersebut menjadi faktor

determinan karena kedudukan para tokoh masyarakat masih sangat kuat pengaruhnya, bahkan sering menjadi tokoh panutan dalam segala kegiatan hidup sehari-hari warga masyarakat. Persepsi masyarakat Bungo dan Tebo terhadap program tertentu merupakan landasan atau dasar utama bagi timbulnya kesediaan untuk ikut terlibat dan berperan aktif dalam setiap kegiatan program tersebut. Selain itu bentuk pertemuan diselenggarakan dalam bentuk pertemuan arisan atau pun komunitas melalui perantara orang yang dikenal. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Harmain selaku caleg terpilih mengatakan bahwa :

“Biasanya kalau ada arisan atau pertemuan komunitas dan ada teman yang kenal ya saya diajak untuk ikut, nanti kan dikenalin jadi bisa menjadi ajang untuk memperkenalkan diri juga, iu saya lakukan dalam satu minggu sekali dengan saya lakukan itu, alhamdulillah elektabilitas saya naik”.⁷¹

Menurut wawancara peneliti dalam proses pemilu perlu diadakan pertemuan oleh kandidat agar masyarakat bisa mengenali kandidat sehingga muncul daya tarik masyarakat untuk memilih kandidat terutama di wilayah pedesaan, sehingga elektabilitas Harmain naik dan menjadi keuntungan baginya.

b.) Program

Majunya Harmain di panggung politik pencalonan anggota dewan adalah mengabdikan dirinya untuk masyarakat provinsi Jambi khususnya daerah pemilihan Kabupaten Bungo dan Tebo dengan menampung dan menyalurkan aspirasi dari masyarakat, mengawal dan mengawasi kegiatan program pemerintah, mengoptimalkan pembukaan

⁷¹ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Februari 2020.

lapangan pekerjaan untuk mengurangi angka pengangguran di Kabupaten Bungo dan Tebo, mempermudah proses perizinan suatu usaha dan memotong alur perizinan menjadi lebih simpel, mengadakan pelatihan untuk meningkatkan softskill masyarakat, merawat dan meningkatkan eksistensi sepak bola Kabupaten Bungo dan Tebo dengan usaha melalui kebijakan peraturan daerah. Bantuan beasiswa untuk pembinaan usia dini akan semakin diperhatikan demi mewujudkan prestasi dan kemajuan dapil 5 Provinsi Jambi.

Harmain memastikan bahwa kedepan program kinerjanya adalah mengutamakan pemerataan pembangunan terutama di pelosok. Pentingnya mengedepankan pemerataan pembangunan bagi masyarakat, terutama di daerah terpencil sebab masih banyak infrastruktur yang perlu diperhatikan secara maksimal. Kemudian program Harmain adalah mensejahterakan petani, peternak, pekebun, dan terus mendukung pembangunan jalan menyerap aspirasi rakyat kecil, mendongkrak usaha tani guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Memberikan pelatihan terhadap generasi millennial atau agar dapat mengoptimalkan kemampuan melalui jejaring sosial. Dari situlah generasi muda dapat memperoleh keuntungan melalui media online. Harmain mengungkapkan bahwa :

“Sementara generasi muda atau millennial mereka butuh pelatihan dan pendidikan cara mengoptimalkan dunia media sosial supaya dia bisa mempromosikan skillnya atau dia di dunia online, karena mereka hanya tau secara manual saja dan akan ada pelatihan yang lebih detail. Bagi generasi muda yang hobi dibidang olahraga akan

kita fasilitaskan dan dibina berdasarkan usia termasuk membangun infrastrukturnya”.⁷²

Berdasarkan wawancara peneliti menjelaskan bahwa, Harmain merupakan sosok yang peduli dengan pemuda sehingga beliau punya program yang modren agar pemuda mampu kreatif dengan karyanya sendiri dan bersaing sampai ke tingkat nasional. Program yang dibuat oleh Harmain mengarah kepada millennial khususnya pemuda yang ada di daerah pemilihannya agar penerapan strategi marketing politiknya berjalan dengan baik.

Pendapat lain juga disampaikan oleh bapak Rusli mengenai program politik Harmain, mengatakan bahwa :

“Program yang disampaikan oleh pak Harmain selalu beliau sampaikan ketika saat nimbrung dengan masyarakat terutama diacara yasinan mingguan, acara pesta, acara sedekah dan sebagainya. Sehingga banyak masyarakat yang ingat dengan program tersebut lalu menyampaikan lagi ke masyarakat yang lain”.⁷³

Berdasarkan wawancara peneliti menjelaskan bahwa, program yang dijanjikan oleh Harmain terstruktur langsung ke lapisan masyarakat, selalu di sampaikan saat beliau nimbrung dengan masyarakat.

Ada 2 faktor tempat (*place*) yaitu pertemuan dan program. Dua faktor ini sama-sama mempunyai daya dongkrak suara Harmain pada pemilu 2019, pertemuan yang dilakukan oleh Harmain secara rutin mampu mendekatkan dirinya dengan masyarakat. Program yang Harmain janjikan lima tahun kedepan

⁷² Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Februari 2020.

⁷³ Wawancara melalui telepon dengan Bapak Rusli selaku masyarakat Kecamatan Tebo Ulu, pada tanggal 05 Juni 2021.

membuat masyarakat dan pemuda tertarik untuk memperjuangkan Harmain agar bisa mewujudkan programnya.

3.2 Efektivitas Media Marketing Politik Demokrat

Media sosial kini merupakan salah satu aplikasi internet yang paling populer. Media sosial tumbuh secara tidak terkendali serta menarik banyak perhatian dari pengguna media online. Pesatnya perkembangan media online telah mengubah cara orang untuk berkomunikasi satu sama lain. Saat ini, media sosial telah digunakan tidak hanya sebagai komunikasi pribadi, pendidikan, promosi, tetapi juga sebagai media pembentukan citra dalam politik marketing pemilu. Pemilihan media perlu dipertimbangkan dengan seksama karena tidak semua media sebagai tempat ajang untuk melakukan promosi. Harus dipikirkan dengan matang media apa yang paling efektif dalam mentransfer pesan politik. Pilihan media merupakan salah satu faktor penting dalam penetrasi pesan politik ke publik. Mengetahui adanya perbedaan tingkat penetrasi media (tv, radio, media cetak seperti koran dan majalah) dalam suatu wilayah penting dilakukan untuk menjamin efektivitas pesan politik yang akan disampaikan.⁷⁴

Media sebagai saluran marketing politik dengan perkembangan teknologi informasi, dewasa ini sarana komunikasi massa yang paling banyak di gunakan oleh khalayak adalah media sosial. Media sosial adalah situs yang mampu menghubungkan seseorang dengan orang lain, berbagi informasi maupun berkomunikasi dengan pihak lain melalui dunia maya. Mayoritas rakyat

⁷⁴ Rosady Ruslan. Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2005). hal 59

Indonesia, tidak hanya ada di kawasan perkotaan, termasuk pula di daerah pedesaan, saat ini telah memiliki media media sosial. Diantara media sosial yang paling banyak digunakan adalah *facebook, twitter, youtube, instagram, dan whatsapp*.⁷⁵

Media luar ruang adalah media yang berukuran besar yang dipasang pada tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat keramaian, atau tempat-tempat khusus lainnya, gedung, pagar tembok dan sebagainya. Media luar ruang bersifat situasional, artinya dapat ditunjukkan untuk orang spesifik pada waktu yang paling nyaman dan menarik.⁷⁶ Media luar ruang ini menjadi salah satu media yang dipergunakan oleh Partai Demokrat Jambi untuk memperkenalkan kadernya di setiap daerah. Masa kampanye yang berlangsung kurang lebih dua bulan ini, dimanfaatkan secara maksimal oleh Harmain untuk mensosialisasikan dirinya, salah satunya melalui penggunaan media luar ruang. Namun tidak semua media luar ruang dipergunakan. Beberapa media luar ruang yang dipergunakan diantaranya adalah spanduk, baliho, *banner*, dan poster. Selain itu dibantu dengan penyebaran kartu nama. Harmain mengatakan bahwa :

“Penggunaan media luar ruang hanya spanduk, baligho, banner, kartu nama sama stiker, kalender. Namun penempatan banner dan poster yang tepat dan langsung kepada masyarakat menjadi strategi utama saya. Selain itu juga memanfaatkan tempat atau wilayah yang banyak didiami oleh keluarga, diantaranya di kabupaten Tebo. Namun Harmain menyatakan bahwa penempelan media luar ruang, tidak cukup mengenalkan pribadi saya secara mendalam, diperlukan kemampuan dari orang yang memasang banner untuk

⁷⁵ Fajar Junaedi. Komunikasi Massa. (Yogyakarta : Santusta, 2007). hal 83.

⁷⁶ Elvinaro Ardianto et, al. Komunikasi Massa. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2007) hal 75

juga menjelaskan dan mensosialisasikan caleg yang dipromosikan dalam media tersebut.”⁷⁷

Pada masa sebelum kampanye, penempatan media luar ruang sudah banyak dilakukan oleh Partai Demokrat Provinsi Jambi. Hal ini ditujukan untuk lebih awal memperkenalkan Harmain dan kader lainnya kepada masyarakat.

Mengenai penggunaan media dalam pemilu kali ini Partai Demokrat Provinsi Jambi banyak menggunakan media luar ruang sebagai alat untuk mempromosikan Harmain, diantara media luar yang banyak dipergunakan adalah baliho, yang dianggap sebagai salah satu media luar ruang yang paling mudah digunakan untuk mengenalkan caleg nya. Sejalan dengan kemunculan baliho calon legislatif bukan saja mewedahi kebebasan berekspresi, tetapi diyakini sebagai cara instan untuk memperkenalkan diri, mempersuasi calon pemilih, sekaligus ijihad baru dalam mengisi komposisi lembaga legislatif secara lebih terbuka.

Alasan DPD Partai Demokrat Jambi menggunakan media massa, karena sifatnya yang terbuka untuk semua khalayak yang berhasil mengaksesnya tanpa batasan, termasuk batas geografis bahkan batasan ideologis. Media juga memiliki kemampuan memasuki ranah pribadi khalayak. Penggunaan media juga tidak mengenal ruang. Kapan dan dimana saja, seorang dapat memperoleh informasi tentang berbagai hal dan dari berbagai pihak. Demikian pula, seseorang dapat membagikan informasi kepada pihak lain secara cepat dengan menggunakan

⁷⁷ Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Februari 2020.

media, termasuk untuk memanfaatkan media dalam kegiatan politik atau kampanye politik.

Pesan-pesan politik yang disampaikan Harmain sebagai kader Partai Demokrat Jambi melalui media sosial dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat Kabupaten Bungo dan Tebo. Berikut ulasan wawancara yang dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan media marketing yang dilakukan oleh Partai Demokrat. Bapak Mirzan Haviz selaku sekretaris Demokrat Povinsi Jambi mengatakan bahwa :

“Efektivitas media marketing partai demokrat ni dindo, dalam memenangkan kader tentu ingin banyak dapat kursi di setiap dapil yang ada di provinsi Jambi, terlebih dari itu kita mewajibkan semua kader termasuk pengurus Demokrat memasarkan program di semua media. Baik media cetak, elektronik, dan media sosial.”

“Semua kader harus turun langsung ketengah masyarakat sesuai dengan dapilnya masing-masing kemudian memposting kegiatan positif di di media sosial melalui akun pribadi masing-masing, dengan semakin aktif tentu menaikkan elektabilitas para kader.”

“Alhamdulillah dengan aktifnya para kader melakukan sosialisasi melalui media luar ruang, jumlah kursi dari partai Demokrat Provinsi Jambi sendiri tidak mengecewakan, walaupun sebelum pemilu banyak survei yang berbeda pendapat. Alhasil strategi yang dilakukan berjalan dengan baik sehingga efektif.”⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara menurut peneliti, efektivitas media marketing Partai Demokrat Provinsi Jambi ini meningkat diakibatkan para kader partai yang semakin aktif bergerak turun langsung ketengah masyarakat ditambah penggunaan media sosial yang aktif sehingga mampu menjaga elektabilitas partai dan mampu bersaing dalam memperoleh suara.

⁷⁸ Wawancara melalui telepon dengan Bapak Mirzan Haviz selaku Sekretaris Demokrat Jambi, pada tanggal 05 Januari 2020.

Berikut ulasan wawancara yang dilakukan peneliti ke Iit Rusdi selaku perwakilan milenial mengenai marketing media sosial, mengatakan bahwa :

“Kalau dilihat dari akun pribadi media sosial, *facebook* Harmain beliau memang sangat aktif di media sosial yaitu *facebook*, beberapa kegiatan positif seperti bakti sosial, acara pesta, kegiatan musyawarah, selalu beliau posting. Kemudian beliau juga aktif menyapa kalangan pengguna media sosial, baik kaum ibu-ibu dan dan anak-anak milenial. Partai Demokrat juga memiliki akun resmi media sosial baik di *instagram*, *facebook*, *twitter*, dengan ketokohan Susilo Bambang Yudhoyono.”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara menurut peneliti, Harmain sangat aktif di media sosial, rajin menyapa pengguna media sosial, sehingga para pemilih menilai kalau Harmain tidak sombong terhadap masyarakat.

Partai Demokrat mengandalkan sosok Susilo Bambang Yudhoyono untuk memberikan sejumlah testimoni ataupun pandangan terhadap nasib bangsa. Partai Demokrat juga mengandalkan media jejaring internet untuk melancarkan promosinya. Selain karena mengikuti perkembangan zaman, Partai Demokrat juga tidak mau tertinggal untuk bisa meraih dukungan dari masyarakat generasi muda. Walaupun persentase pemilih di kaum generasi muda tidak begitu signifikan nyatanya generasi tersebut juga menjadi perebutan dari banyak partai politik karena biasanya generasi ini adalah kelompok yang masih mengambang dalam menentukan pilihan politiknya.

⁷⁹ Wawancara melalui telepon dengan Iit Rusdi selaku milenial Kecamatan Tebo Ulu, pada tanggal 06 Juni 2021.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penerapan marketing politik dengan studi kasus strategi politik calon legislatif Harmain pada pemilihan legislatif Provinsi Jambi 2019. Peneliti menemukan hal atau langkah yang memuluskan Harmain untuk meraih kemenangan dalam pemilihan legislatif Provinsi Jambi 2019, antara lain :

4.1.1 Penerapan Strategi Marketing Politik yang dilakukan oleh Harmain pada Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi 2019, yaitu :

- a. Harmain mampu memperoleh suara kemenangan dengan cara menjual produknya ke masyarakat lewat jejak, *track record*, pengalaman, dan prestasinya selama di birokrat.
- b. Pendekatan yang dilakukan oleh Harmain tidak hanya menjelang pemilu saja tetapi jauh-jauh hari sebelum pemilu sosialisasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti di media sosial.
- c. Tantangan yang dihadapi oleh Harmain yaitu banyaknya partai-partai baru dan persaingan antar kader Partai Demokrat.

4.1.2 Efektivitas media marketing politik Partai Demokrat pada Pemilihan Legislatif 2019, yaitu :

- a. Partai Demokrat Jambi menggunakan media massa, karena sifatnya yang terbuka untuk semua khalayak yang berhasil mengaksesnya tanpa batasan, termasuk batas geografis bahkan batasan ideologis.

- b. Pesan-pesan politik yang disampaikan Harmain sebagai kader Partai Demokrat Jambi melalui media sosial dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat Kabupaten Bungo dan Tebo.
- c. Efektivitas media marketing politik partai demokrat dalam memenangkan kadernya, mewajibkan semua kader untuk aktif mempromosikan programnya masing-masing termasuk pengurus partai sehingga menjadi efektif.

2.2 Saran

Berdasarkan kelemahan kesimpulan, maka peneliti menyarankan :

- a. Pemahaman masyarakat terhadap politik cenderung masih minim, partai politik harus hadir untuk memberikan pendidikan politik kepada masyarakat.
- b. Keberhasilan dari strategi Harmain pada Pemilu Provinsi Jambi 2019 dapat dijadikan acuan oleh kandidat lain. Akan tetapi untuk di tahun berikutnya calon legislatif perlu mempertimbangkan cara yang dipakai seperti penyebaran kartu nama, kalender, dan banner. Karena pada tahun mendatang banyak hadir pemilih pemula, yang pola pikirnya sudah berubah dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Adman Nursal, (2014) *Political Marketing* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, Cetakan Pertama.

Badjoeri Widagdo, (2004) *Manajemen Pemasaran Partai Politik Menangkan Pemilu*, Jakarta: PT. Gunung Agung.

Dr. Muhadam Labolo, M.Si. dan Teguh Ilham, S.Stp., M.A., (2015) *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia* Jakarta : PT. Raja grafindo Persada

Fajar Juneidi, (2013) *Political Marketing*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Firmanzah, (2008) *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Imam Gunawan, (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Peter Schorder, (2000) *Strategi Politik*. Jakarta : Nomos baden-baden, Cetakan Pertama

Rosady Ruslan, (2005) *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Elvinaro Ardianto, (2007) *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Satori, Djam'andan Aan Komariah, (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Cetakan Ketujuh.

B. Karya Ilmiah

Dwi Nofiani, *Strategi Politik Partai Persatuan Pembangunan dalam memenangkan Caleg Perempuan Pada Pemilu 2014 di Kota Tanjung Pinang*. Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang 2015.

Ernando Rahagi, *Skripsi Marketing Politik Caleg Milenial Partai Golkar Pemilu Legislatif : Studi Kasus Pemenangan Abraham Sridjaja sebagai Caleg DPR*. Skripsi Universitas Hasanuddin 2019.

Leo Agustino dan Mohammad Agus Yusoff. *Dinamika Politik Lokal di Indonesia dari Otokratik ke Reformasi Politik*. Edisi 21, 2010 hal 14.

M. Kausar Bailusy. *Antropologi Indonesia dan Dinamika Politik Lokal*.
Jurnal Universitas Hasanuddin , Vol. 4 No. 2, 2000, hal 401.

Hari Setiawan. *Pengaruh Political Marketing*". Edisi 18, Jurnal Universitas Hasanuddin 2017, hal 13.

Eka Wasri A. *RI Dapil 1 Jatim (Surabaya-Sidoarjo)* Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, Vol. 5 No.1, 2019.

C. Situs dan Berita

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

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

Dasar Teori Pemilu, <https://id.scribd.com/doc/264571408/Dasar-Teori-Pemilu>, diakses pada tanggal 22 September 2020 pukul 22:33

Perolehan Suara, <https://m.cnnindonesia.com/23971/demokrat-hasil-pemilu-2019>, diakses pada tanggal 7 November 2020 pukul 22:00

Demokrat Jambi, <https://www./1836/partai-kursi-terbanyak-dprd-provinsi-jambi>, diakses pada tanggal 8 November 2020 pukul 19:00

Website Kabupaten Tebo, <http://tebokab.go.id/> diakses, pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 14:00

Letak Geografis, <https://tebokab.go.id/page/letak-geografis.html>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:19

Data Kependudukan, <https://tebokab.bps.go.id/penduduk-menurut-jenis-html>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:15

Kpu Tebo DPT <https://jdih.kpu.go.id/jambi/tebo/beritadetail-1699>, diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pukul 15:15

Rpjm Tebo, </sippaonline/wsfile/dokumen/rpi2j.Tebo.pdf>, diakses pada tanggal 6 Februari 2021 pukul 15:14

Website Bungo, <https://www.bungokab.go.id/jumlah-penduduk.html>, diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 15:19

Kabupaten Bungo, <https://www.bungokab.go.id/post/readprofil>, diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pukul 18:34

Sejarah Demokrat, <https://www.demokrat.or.id/sejarah/>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:08

Partai Demokrat <https://www.tribun.com/2019/09/01/partai-demokrat>, diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 22:01

Struktur Demokrat, <https://mediaa//dpp-partai-demokrat-periode-2020-2025/>, diakses pada tanggal 25 November 2020 pukul 19:34

D. Sumber Dokumen

Wawancara langsung dengan Bapak Harmain selaku Caleg Terpilih di Kabupaten Tebo, pada tanggal 09 Desember 2020

Wawancara langsung dengan Iit Rusdi selaku pemuda Tebo Ulu, pada tanggal 10 Desember 2020.

Wawancara melalui telepon dengan Bapak Rusli selaku Masyarakat Tebo Ulu, pada tanggal 09 Desember 2020.

Wawancara langsung dengan Bapak Mirzan Haviz selaku Sekretaris Demokrat di Kota Jambi, pada tanggal 05 Januari 2020.

Wawancara melalui telepon dengan Bapak Muhammad Hamid selaku Tim Keluarga di Kabupaten Tebo, pada tanggal 02 Desember 2020.

E. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

LAMPIRAN



Wawancara bersama bapak Harmain SE.M,E selaku anggota DPRD Provinsi Jambi Fraksi Partai Demokrat di kediaman beliau Jl Arizona Sungai Sawang, Kamis 05 Januari 2021.



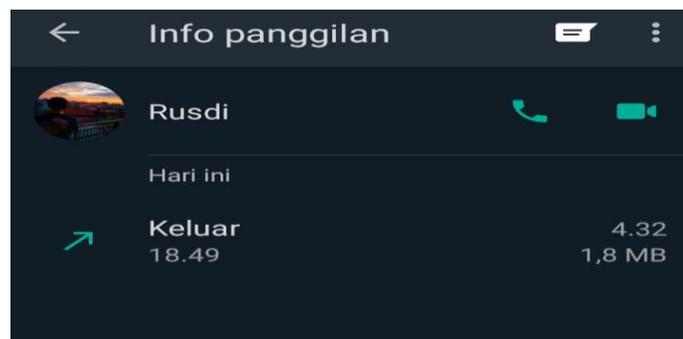
Wawancara melalui telepon bersama bapak Mirza Haviz selaku Sekretaris Demokrat Provinsi Jambi, pada tanggal 13 Januari 2021.



Wawancara bersama bapak Drs Edizon selaku BP-OKK DPD Partai Demokrat Provinsi Jambi, pada tanggal 10 Februari 2021 di Lrg. gotong royong Telanai Pura Jambi



Poto bersama bapak Drs Edizon di Kantor DPD Demokrat Jambi



Wawancara melalui telepon bersama Iit Rusdi selaku milenial Kecamatan Tebo Ulu, pada tanggal 07 Juni 2021.



DEWAN PIMPINAN DAERAH PARTAI DEMOKRAT PROVINSI JAMBI

Jl. Kolonel Abunjani Lrg. Gotong Royong No. 26 RT. 23. Kei. Selamat, Kec. Danau Sipin, Kota Jambi, Kode Pos 36129
E-Mail : dpd.partaidemokrat.jambi@gmail.com / dpd.demokrat07@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 26 /DPD.PD/JBI/III/2020.

Dewan Pimpinan Daerah Partai Demokrat Provinsi Jambi, dengan ini menerangkan bahwa :

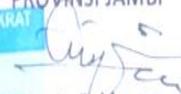
N a m a : Edi Kurniawansyah
NIM : H 1 B 116076
Program Studi : Ilmu Politik.
Tempat/Tgl.Lahir : TANJUNGPINANG, 10 APRIL 1999
Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Jambi.
A l a m a t : Jl. GEBANG, JALANG BACIK

Adalah benar sudah melakukan Penelitian di Partai Demokrat Provinsi Jambi.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang berkepentingan untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 30 Maret 2021.

DEWAN PIMPINAN DAERAH
PARTAI DEMOKRAT
PROVINSI JAMBI

DPD PARTAI DEMOKRAT
PROVINSI JAMBI

Drs. R. Edison
Sekretaris BPOKK-DA



CURICULUM VITAE

Edi Kurniawansyah, lahir di Tanjung Aur pada hari Sabtu tanggal 10 April 1999. Anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Muhammad dan Ibu Ruaida. Peneliti memulai jenjang pendidikan tahun 2004-2010 pada Sekolah Dasar di SD Negeri 33 Desa Tanjung Aur Kec. Tebo Ulu Kabupaten Tebo. Kemudian Peneliti menempuh pendidikan pada Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 8 Kabupaten Tebo pada tahun 2010-2013 dan melanjutkan jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 4 Kota Jambi jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial tahun 2013-2016. Pada tahun yang sama 2016 peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Jambi (UNJA) Fakultas Hukum Jurusan Ilmu Politik dan Pemerintahan pada Program Studi Ilmu Politik.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak serta doa dan ridho dari kedua orang tua dan keluarga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul : Penerapan Marketing Politik Harmain pada Pemilihan Legislatif Provinsi Jambi Tahun 2019.