

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Demokrasi menurut Joseph A. Schmeter adalah suatu perencanaan institusional untuk mencapai keputusan politik dimana individu memperoleh kekuasaan untuk memutuskan cara perjuangan kompetitif atas suara rakyat.¹ Artinya demokrasi memiliki makna bahwa rakyatlah yang memberikan ketentuan dalam masalah-masalah mengenai kehidupannya. Dengan demikian negara yang menganut sistem demokrasi adalah negara yang diselenggarakan berdasarkan kehendak dan kemauan rakyat.

Perwujudan demokrasi salah satunya diwujudkan melalui terselenggaranya pemilihan umum sebagai sarana legalitas dan legitimasi suksesi pemerintahan.² Pemilihan umum (pemilu) adalah cara pada negara demokrasi untuk menentukan wakilnya dalam pemerintahan.³ Secara teoritis pemilu dianggap merupakan tahap paling awal dari berbagai rangkaian kehidupan tata negara yang demokratis. Sehingga pemilu merupakan motor penggerak mekanisme sistem politik Indonesia. Dalam arti bahwa pemilu dimaknai sebagai prosedur untuk mencapai demokrasi atau untuk memindahkan kedaulatan rakyat kepada kandidat tertentu untuk menduduki jabatan-jabatan politik.

¹Joseph A. Schumpeter, *Capitalisme, Socialisme And Democracy*, (New York : Routledge, 1994), hlm. 18

² Putu Eva Ditayani Antari, *Interpretasi Demokrasi Dalam Sistem Mekanis Terbuka Pemilihan Umum Di Indonesia*. Jurnal Panorama Hukum, Vol. 3, No. 1, Juni 2018, hlm. 87

³Nenci Ferawati dkk, "*Strategi Calon Legislatif Dalam Memenangkan Pemilihan*" FisiPublik: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.4, No.2, November 2019; hlm 88.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut sistem pemerintahan seperti ini. Selayaknya negara-negara modern, Indonesia berupaya untuk mewujudkan paham kedaulatan rakyat dan demokrasi melalui penyelenggaraan pemilihan umum.⁴ Oleh karena itu, lazimnya di negara-negara yang menamakann diri sebagai negara demokrasi mentradisikan pemilu untuk memilih pejabat-pejabat publik dibidang legislatif dan eksekutif baik dipusat maupun daerah.

Pada tanggal 17 April tahun 2019 Indonesia menggelar pesta demokrasi yang digunakan sebagai sarana untuk memilih calon anggota legislatif. Banyak calon legislatif (caleg) yang sudah merencanakan atau menyusun strategi untuk memenangkan pemilu tahun 2019. Seperti halnya caleg muda banyak menjadi sorotan, mulai dari tingkat Nasional, Provinsi, hingga Kabupaten/Kota. Meningkatnya jumlah pemilih pada generasi muda menjadi sesuatu hal yang berpengaruh. Pasalnya, beriringan dengan kehadiran kompetitor-kompetitor muda maupun kompetitor baru yang sangat mendominasi jalannya pemilu.

Jika melihat fenomena di masyarakat pada saat ini, realitanya telah terjadi pergeseran perhatian masyarakat akan sosok politisi senior yang sudah lama berkecimpung dalam kancah politik Indonesia. Perhatian masyarakat kini teralihkan dengan kehadiran kader-kader muda di masing-masing partai pada saat pemilu legislatif maupun dalam pemilihan kepala daerah. Penting untuk diingat, masyarakat dalam hal ini adalah pemilih. Dimana kecenderungan perilaku pemilih di Indonesia sangat ditentukan oleh sosok atau ketokohan seorang individu politisi

⁴Putu Eva Ditayani Antari, *Op. Cit.* Hlm 88.

itu sendiri. Masyarakat kini melihat sosok politisi muda sebagai sebuah harapan dan pembaharuan di tengah dinamika politik dan minimnya prestasi dari politisi-politisi tua.⁵

Tentunya tetap berpedoman pada persyaratan dalam undang-undang pemilu pada Pasal 12 butir a menyebutkan bahwa warga negara Indonesia yang telah berumur 21 tahun atau lebih.⁶ Atas dasar peraturan perundangan ini yang memenuhi kriteria umur tersebut dapat diusulkan oleh partai sebagai caleg, termasuk mahasiswa dan golongan muda.

Mengenai batasan usia caleg muda yaitu maksimal hingga 30 tahun. Hal ini juga sudah ada didalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan. Dimana dalam undang-undang ini pada pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa, pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Berarti yang dikatakan sebagai caleg muda adalah caleg yang maju dari rentan usia 21-30 tahun.

“Secara fisik, seorang dewasa awal menunjukkan penampilan yang sempurna dalam arti bahwa pertumbuhan dan perkembangan aspek-aspek fisiologis telah mencapai posisi puncak. Mereka memiliki daya tahan dan taraf kesehatan yang prima sehingga dalam melakukan berbagai kegiatan tampak inisiatif, kreatif, energik, cepat, dan proaktif”.⁷

⁵Yaseser Dharma Al-Husaini dan M.E.Fuady, *Strategi Komunikasi Politik Kader Muda Partai Gerindra*, Jurnal Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, Vol. 2 No. 1, 2016, hlm. 258

⁶UU Nomor 8 Tahun 2012 *Tentang Pemilu Anggota DPR, DPD dan DPRD*, (BAB III- Peserta Dan Persyaratan Mengikuti Pemilu), Pasal 12.

⁷Agoes, Dariyo, *Psikologi Perkembangan Dewasa Muda*, (Jakarta: PT Gramedia Widasarana, 2003) hlm. 3.

Dapat dikatakan bahwa dewasa awal menurut Agoes Dariyo adalah masa dimana individu siap berperan dan bertanggung jawab serta menerima kedudukan dalam masyarakat, masa untuk bekerja, terlibat dalam hubungan sosial masyarakat. Caleg muda yang dalam masa dewasa awal berada pada fase mencapai prestasi (*achieving stage*) yaitu fase yang melibatkan penerapan intelektualitas pada situasi yang memiliki konsekuensi besar dalam mencapai tujuan jangka panjang, yaitu pencapaian karir menjadi anggota legislatif.

Banyak artikel dan koran yang memberitakan tentang terpilihnya caleg muda pada tingkat Nasional.

Tabel. 1.1

Daftar Jumlah Caleg Muda Terpilih pada DPR - RI 2019.

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Calon Legislatif Terpilih
1.	23	3 orang
2.	24	2 orang
3.	25	2 orang
4.	26	3 orang
5.	27	1 orang
6.	28	2 orang
7.	29	1 orang
8.	30	2 orang
Total		16 orang

Sumber: DPR-RI

Tabel diatas menunjukan bahwa caleg-caleg muda ditingkat Nasional telah berhasil terpilih dan maju di lembaga legislatif. Pertama, Nama Farah Puteri Nahlia adalah wanita berusia 23 tahun, yang mencalonkan diri melalui Partai PAN pada pemilu legislatif 2019. Farah maju di daerah pemilihan Jabar IX

(Kabupaten Garut dan Tasikmalaya) dan berhasil mengantongi 113.263 suara.⁸ Kedua, Fachry Pahlevi Kongoasa berusia 24 tahun. Fachry menjadi anggota DPR RI 2019-2014. Dia merupakan caleg PAN untuk dapil Sulawesi Tenggara yang memperoleh 101.727 suara.⁹ Ketiga, Adrian Jopie Paruntu berhasil menjadi anggota DPR RI pada usia 25 tahun. Ia adalah caleg terpilih dari Partai Golkar untuk dapil Sulawesi Utara yang berhasil memperoleh 70.621 suara.¹⁰ Keempat, Puteri Kumarudin adalah caleg terpilih DPR RI pada usia 26 tahun, dengan perolehan 70.164 suara. Puteri adalah caleg Partai Golkar Dapil Jabar VII.¹¹

Beranjak dari fenomena caleg muda yang berhasil lolos pada tingkat Nasional kemudian dilanjutkan pada tingkat daerah, yaitu DPRD Provinsi Jambi juga ada beberapa nama calon legislatif usia muda yang berhasil terpilih pada pemilu legislatif tahun 2019. Dengan masing-masing dapilnya yang diusung oleh partai politik dan jumlah suara yang diperoleh. Berikut daftar nama anggota DPRD muda provinsi Jambi 2019.

Tabel. 1.2
Daftar Nama Caleg Muda Terpilih DPRD Provinsi Jambi 2019.

No.	Nama (Partai)	Usia (Tahun)	Daerah Pilih/ Dapil	Jumlah Suara
1.	Ezzaty Asafri (Demokrat)	22	Jambi 4	33.191
2.	Ibnu Sina (PPP)	28	Jambi 1	5.161
3.	Rendra Ramadhan (PKS)	28	Jambi 6	2.792

Sumber: DPRD Provinsi Jambi

⁸<https://nasional.kompas.com/read/2019/09/03/05314651/ini-profil-3-caleg-muda-dpr-yang-usianya-23-tahun?page=all> Diakses 24 September 2020.

⁹<https://sulsel.idntimes.com/news/indonesia/aldzah-fatimah-aditya/wajah-millennial-banget-ini-10-caleg-terpilih-dpr-ri-termuda-regional-sulsel/6> Diakses 6 Januari 2021.

¹⁰<https://sulsel.idntimes.com/news/indonesia/aldzah-fatimah-aditya/wajah-millennial-banget-ini-10-caleg-terpilih-dpr-ri-termuda-regional-sulsel/6> Diakses 6 Januari 2021.

¹¹<https://sulsel.idntimes.com/news/indonesia/aldzah-fatimah-aditya/wajah-millennial-banget-ini-10-caleg-terpilih-dpr-ri-termuda-regional-sulsel/6> Diakses 6 Januari 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tiga nama tersebut merupakan caleg muda yang berhasil duduk dikursi DPRD Provinsi Jambi. Pertama, Ezzaty Asafri perempuan berumur 22 tahun Dapil Jambi 4 (Kerinci - Sungai Penuh) itu maju sebagai anggota DPRD Provinsi Jambi dari Partai Demokrat yang tercatat sebagai anggota DPRD Provinsi Jambi termuda yang merupakan anak dari Wali Kota Sungai Penuh, yaitu Asafri Jaya Bakri. Ezzaty berhasil meraih suara paling banyak bahkan mengalahkan tokoh-tokoh politik di Provinsi Jambi yang juga berhasil terpilih sebagai dewan provinsi. Berdasarkan pleno KPU Provinsi Jambi, Ezzaty meraih 33.191 suara di Pemilu Legislatif 2019 lalu.¹²

Kedua, Ibnu Sina yang termasuk anggota DPRD Provinsi yang berusia muda kelahiran 1991, dengan daerah pemilihan Jambi 1 yaitu Kota Jambi. Dengan perolehan sebanyak 5.161 suara.¹³ Ketiga, Mohd Rendra Ramadhan Usman. Dengan peraihan suara paling sedikit Rendra merupakan caleg terpilih yakni 2.792 suara.¹⁴ Rendra dari Dapil 6 (Tanjung Jabung Barat - Tanjung Jabung Timur) itu maju sebagai anggota DPRD Provinsi Jambi dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Rendra adalah anak dari Usman Ermulan yang merupakan Mantan Bupati Tanjung Jabung Barat Periode 2001-2005 dan periode 2011-2016.

Begitu juga di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Beberapa calon legislatif diisi oleh anak muda dan tentunya menaruh harapan besar terhadap majunya Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

¹²<https://www.merdeka.com/politik/mengenal-ezzaty-asafri-anggota-dprd-jambi-termuda-peraih-suara-terbanyak.html> Akses 25 Agustus 2020.

¹³<https://www.jambiupdate.co/read/2019/09/09/75410/dapil-kota-jambi-ini-dia-anggota-dprd-provinsi-jambi-terpilih-peraih-suara-tertinggi>. Diakses 4 November 2020.

¹⁴<https://www.aksipost.com/2019/09/09/hari-ini-putra-usman-ermulan-dilantik-menjadi-anggota-dprd-provinsi-jambi/> Akses 10 September 2020.

Data dari KPU Kabupaten Tanjung Jabung Barat menunjukkan bahwa ada 83 daftar calon anggota peserta pemilu legislatif yang telah ditetapkan menjadi daftar calon tetap (DCT) pada tahun 2019. Berikut tabel data tentang caleg- caleg usia muda yang diusulkan oleh partai politik.

Tabel. 1.3
Daftar Calon Anggota Peserta Pemilu Legislatif Tahun 2019

No	Nama	Usia (Tahun)	Daerah Pilih/ Dapil	Partai
1.	Muhammad Zaki	22	Tanjab Barat 1	PKB
2.	Nurul Azmi	24	Tanjab Barat 1	PKB
3.	Rika Iramaya Rambe, S.Pd.I	29	Tanjab Barat 3	PKB
4.	Eka Asriyanti	25	Tanjab Barat 3	PKB
5.	Diana Aprianti	23	Tanjab Barat 4	PKB
6.	Angga Patra Erlanda	23	Tanjab Barat 4	PKB
7.	Al Hikmah Tridatun	23	Tanjab Barat 4	PKB
8.	Erfandi	26	Tanjab Barat 4	PKB
9.	Afraidayanti, AM. Kep.	24	Tanjab Barat 4	PKB
10.	Hendra Satrio	29	Tanjab Barat 4	PKB
11.	Yuni Khairunnisa, A.Md. Keb	26	Tanjab Barat 5	PKB
12.	Rokan Saputra	25	Tanjab Barat 3	Gerindra
13.	Sri Puji Astuti	23	Tanjab Barat 4	Gerindra
14.	Putra Jaya	24	Tanjab Barat 4	Gerindra
15.	Wahyu Wijaya	27	Tanjab Barat 4	Gerindra
16.	Rudi Haryanto	24	Tanjab Barat 4	Gerindra
17.	Yolanda Silvia	22	Tanjab Barat 4	Gerindra
18.	Riliandila Oktarisa, A.Md	25	Tanjab Barat 1	PDI-P
19.	Artha Selvia Sianipar, S.H	24	Tanjab Barat 3	PDI-P
20.	Rini Oktavia, S.H	26	Tanjab Barat 4	PDI-P
21.	Muhammad Holy	23	Tanjab Barat 4	PDI-P
22.	Satria Tubagus Ryan Hermawan, S.H	22	Tanjab Barat 4	PDI-P
23.	Salifri, S.Pd	21	Tanjab Barat 5	PDI-P
24.	Mhd Heldi Berkah, S.Kep	27	Tanjab Barat 1	Golkar
25.	Imam Rafi'i, S.H	27	Tanjab Barat 1	Golkar
26.	Gusti Hartinah	25	Tanjab Barat 2	Golkar
27.	Sinta Devina Sari	22	Tanjab Barat 2	Golkar
28.	Nurkholis, S.T	25	Tanjab Barat 3	Golkar
29.	Umi Zahara	24	Tanjab Barat 3	Golkar
30.	Erna Wati	25	Tanjab Barat 4	Golkar
31.	Filla Rospita Sari	25	Tanjab Barat 4	Golkar

32.	Heriyati	27	Tanjab Barat 5	Golkar
33.	Yudhi Yanuar Fikri SE, MM	29	Tanjab Barat 1	NasDem
34.	Dimas Prabowo	23	Tanjab Barat 1	NasDem
35.	Richard Gunanta Simamora	26	Tanjab Barat 1	NasDem
36.	Khairani Annisa, S.Pd.I	26	Tanjab Barat 1	NasDem
37.	Lutvia Asmarani	24	Tanjab Barat 2	NasDem
38.	Rahayu Andini	23	Tanjab Barat 2	NasDem
39.	Ramzia, AM. Kep	28	Tanjab Barat 4	NasDem
40.	Rosmiyanti	24	Tanjab Barat 4	NasDem
41.	Fitriyani Ramanda	23	Tanjab Barat 4	NasDem
42.	Devi Rosmana	23	Tanjab Barat 5	NasDem
43.	M. Najib Zamzami, S.Pd.I	29	Tanjab Barat 1	PKS
44.	Elsa Pratiwi	29	Tanjab Barat 1	PKS
45.	Sartika	26	Tanjab Barat 1	PKS
46.	Aditya Pradipta	25	Tanjab Barat 1	PKS
47.	Lisa Apriliyanti Nst	26	Tanjab Barat 2	PKS
48.	Win Aldi, S.H	28	Tanjab Barat 3	PKS
49.	Bayu Efrianto, S.Pd	24	Tanjab Barat 4	PKS
50.	Eka Pindayani	26	Tanjab Barat 4	PKS
51.	Laily Nor Fadila	24	Tanjab Barat 4	PKS
52.	H. Jayadi Kusti	26	Tanjab Barat 5	PKS
53.	Sholehah	22	Tanjab Barat 5	PKS
54.	Yusna Hidayah	28	Tanjab Barat 1	Perindo
55.	M. Qadafi	28	Tanjab Barat 1	Perindo
56.	Adam	28	Tanjab Barat 2	Perindo
57.	Sura Nengsih	25	Tanjab Barat 2	Perindo
58.	Anita Sari Dewi	28	Tanjab Barat 3	Perindo
59.	Novia Safitri	24	Tanjab Barat 1	PPP
60.	Sudi Dardayani	28	Tanjab Barat 4	PPP
61.	May Syara	23	Tanjab Barat 4	PPP
62.	Lily Syafiawati	28	Tanjab Barat 5	PPP
63.	Ernita Wahuni	24	Tanjab Barat 1	PAN
64.	Masilah, S.Pd	26	Tanjab Barat 2	PAN
65.	Sulimah	22	Tanjab Barat 2	PAN
66.	Bunga Fitria Ningsih	23	Tanjab Barat 3	PAN
67.	Nova Anggun Sari, S.H., M.Kn	25	Tanjab Barat 4	PAN
68.	Nike Juwita	25	Tanjab Barat 4	PAN
69.	Sri Rahayu Septiani, S.AP	24	Tanjab Barat 4	PAN
70.	Tengku Gilang Pramanda	28	Tanjab Barat 4	PAN
71.	Aminah, S. AP	28	Tanjab Barat 5	PAN
72.	Hamisah	22	Tanjab Barat 5	PAN
73.	Sherly Wulandari, S.Pt	24	Tanjab Barat 1	Hanura
74.	Rega Pratiwi	25	Tanjab Barat 1	Hanura
75.	Gustian Anggraini	22	Tanjab Barat 1	Demokrat

76.	Dessy Aros Carlina, A.Md. Keb	25	Tanjab Barat 1	Demokrat
77.	Nur Alfiah, S.Pd.I	28	Tanjab Barat 2	Demokrat
78.	Musitah	26	Tanjab Barat 2	Demokrat
79.	Kevin Ramadi, S.IP	23	Tanjab Barat 3	Demokrat
80.	Reza Siswanto	24	Tanjab Barat 4	Demokrat
81.	Mardalena	24	Tanjab Barat 5	Demokrat
82.	Rahmayanti, S.KM	29	Tanjab Barat 1	PBB
83.	M. Reza Pahlevi	25	Tanjab Barat 1	PBB

Sumber: KPU Tanjung Jabung Barat.

Dari data tabel diatasmenunjukkan bahwa caleg yang paling banyak berasal dari partai PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) dan PKS (Partai Keadilan Sejahtera) yaitu sebanyak 11 orang, kemudian dari NasDem (Nasional Demokrat) dan PAN (Partai Amanat Nasional) masing-masing sebanyak 10 orang, dari Golkar sebanyak 9 orang, dari Demokrat sebanyak 7 orang, dari Gerindra dan PDI-P masing-masing sebanyak 6 orang, dari Perindo sebanyak 5 orang, dari PPP (Partai Persatuan Pembangunan) sebanyak 4 orang, lalu caleg yang paling sedikit berasal dari partai PBB (Partai Bulan Bintang) yaitu sebanyak 2 orang.

Tabel. 1.4 Jumlah Peserta Caleg periode 2014-2019.

Periode	Caleg muda	Caleg senior	Jumlah	Persentase	Caleg Terpilih
2014	79 orang	275 orang	426 orang	18% : 82%	1 orang
2019	83 orang	309 orang	392 orang	21% : 79%	4 orang

Sumber: KPU Tanjung Jabung Barat.

Dari tabel tersebut dapat dikatakan bahwa pada periode 2014 terdapat 345 peserta caleg yang terdiri atas 79 (18%) orang caleg muda dan 426 (82%) orang caleg senior dan caleg terpilih hanya satu yaitu Ramzia. Kemudian periode 2019 terdapat 392 peserta caleg yang terdiri atas caleg muda sebanyak 83 orang (21%), caleg senior sebanyak 309 orang (79%) dan caleg terpilih sebanyak empat orang

yaitu Muhammad Zaki, Nurkholis, Satria Tubagus Ryan Hermawan, dan Nova Anggun Sari. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah caleg dari periode 2014 hingga 2019 khususnya para peserta caleg usia muda. Pada pemilu legislatif di Tanjung Jabung Barat ini dapat dikatakan bahwa ada euforia politik dan geliat anak muda yang cukup antusias mengikuti kontestasi politik. Dimana caleg muda ini tampil sebagai angin segar.

Tabel. 1.5

Daftar Nama Caleg Muda Terpilih di Tanjung Jabung Barat 2019.

No.	Nama (Partai)	Usia (Tahun)	Daerah Pilih/ Dapil	Jumlah Suara
1.	Muhammad Zaki (PKB)	23	Tanjab Barat 1	2.287
2.	Nurkholis, S.T. (Golkar)	25	Tanjab Barat 3	1.415
3.	Satria Tubagus Ryan Hermawan (PDI-P)	23	Tanjab Barat 4	1.513
4.	Nova Anggun Sari (PAN)	25	Tanjab Barat 4	1.236

Sumber: KPU Tanjung Jabung Barat.

Empat nama diatas merupakan caleg muda terpilih di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Pertama, Muhammad Zaki yang pernah aktif dalam organisasi kemahasiswaan saat masih dibangku kuliah yaitu organisasi HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) di Universitas Tarumanegara Jakarta. Misalnya seperti acara jalan santai untuk memperingati hari santri Indonesia. Setelah memperoleh gelar sarjana, Zaki mulai mengikuti jejak ayah dan ibunya untuk terjun kedalam dunia politik. Dimana sang ayah yang merupakan anggota DPRD petahana di Tanjung Jabung Barat sekaligus ketua DPD partai PKB dan ibunya juga anggota DPRD

petahana di Tanjung Jabung Barat periode 2014. Kemudian ayahnya berhasil mencapai kursi DPRD Provinsi Jambi tahun 2019 dengan perolehan suara sebanyak 9.894 suara pada dapil Jambi 6 (Tanjung Jabung Barat - Tanjung Jabung Timur). Lalu diikuti Oleh ibunya Nurasiah dari PKB yang tercatat kembali sebagai caleg terpilih untuk DPRD Kabupaten Tanjung Jabung Barat dapil 2 (Betara - Kuala Betara).

Kedua, Nurkholis berusia 25 tahun dari partai Golkar yang merupakan anak dari ketua DPD partai Golkar yaitu Faisal Alwi dan ibunya seorang petani didaerahnya. Nurkholis telah menyelesaikan kuliah dan memperoleh gelar sarjana teknik universitas Trisakti. Pada saat dibangku kuliah Nurkholis terlihat aktif didalam organisasi kampus yaitu HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) Trisakti, HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) Jakarta Barat, Persatuan Tambang Indonesia (PTI), dan Forum Komunikasi Mahasiswa Jambi (FKMJ). Kemudian Nurkholis turut berproses kedalam partainya dan mampu membuat citra dirinya baik dimata masyarakat. Dengan memperoleh 1.415 suara pada Dapil 3 (Renah Mendaluh-Merlung- Muara Papalik). Jumlah suara tersebut tentudapat membuat Nurkholis mencapai kursi dewan.¹⁵

Ketiga, Satria Tubagus Ryan Hermawan merupakan anak dari Hermawan DBS yang bekerja disebuah perusahaan yaitu PT Lontar Papyrus Pulp dan Papper Industri (LPPPI). Tubagus aktif dalam ormas BMI (Banteng Muda Indonesia) dengan berbagai macam kegiatan yang diselenggarakan oleh BMI. Misalnya saja seperti dalam acara memperingati HUT-RI dan hari sumpah pemuda. Tubagus

¹⁵<https://www.jambi-independent.co.id/read/2019/08/12/42022/kpu-tanjab-barat-tetapkan-35-caleg-terpilih> Akses 15 September 2020.

berhasil mendapatkan simpati masyarakatnya dengan aktif didalam organisasi dan mampu terpilih sebagai anggota DPRD kabupaten Tanjung Jabung Barat priode 2019-2024. Dengan mengendarai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Tubagus meraih 1.513 suara pada dapil 4 Kecamatan Batang Asam - Tungkal Ulu - Tebing Tinggi.¹⁶

Keempat, Nova Anggun Sari adalah anak dari Budi Irsandi yang merupakan kepala desa Teluk Pangkah kecamatan Tebing tinggi dan ibunya Netty seorang wiraswasta. Nova juga merupakan calon legislatif dengan perolehan suara paling sedikit diantara 4 nama Anggota DPRD muda lainnya yaitu sebanyak 1.236 suara saja. Dengan perolehan suara tersebut Nova sudah cukup untuk mencapai kursi wakil rakyat.¹⁷ Nova menyelesaikan kuliah sebagai sarjana hukum di Universitas Trisakti Jakarta dan Magister Kenotariatan Universitas Jambi dan aktif didalam organisasi IMAKUJA (Ikatan Mahasiswa Kenotariatan Universitas Jambi). Selain itu, Nova juga turut aktif didalam acara-acara yang diselenggarakan partai PAN, misalnya: Workshop, kaderisasi partai dan lainnya. Begitu juga pada acara-acara yang diselenggarakan didesa seperti acara MTQ (Musabbaqah Tilawatil Qur'an), senam bersama di halaman balai desa, pengajian rutin pun Nova turut berpartisipasi.

Sementara itu, dari semua peserta pemilu legislatif 2019 yang sudah dipaparkan pada Tabel. 3 diatas terdapat profil yang sama seperti caleg muda terpilih. Misalnya, Artha Selvia Sianipar, Aditya Pradipta, Rini Oktavia, Najib

¹⁶Wawancara bersama Mansyur Kasubbag Humas dan Protokol Sekretariat Dewan Tanjung Jabung Barat, 16 September 2020 Melalui *WhatsApp*.

¹⁷Wawancara bersama Manyur Kasubbag Humas dan Protokol Sekretariat Dewan Tanjung Jabung Barat, 16 September 2020 Melalui *WhatsApp*.

Zamzami, dan Mardalena yang merupakan anak dari seorang pejabat politik. Artinya, dalam hal ini menunjukkan bahwa di Tanjung Jabung Barat tidak sepenuhnya anak dari elit politik itu lolos dalam pemilu legislatif.

Dari sekian banyak caleg muda yang mengikuti pemilu hanya terdapat empat orang caleg terpilih sebagai anggota DPRD di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Hal ini disebabkan karena dari sekian banyak caleg muda tidak menerapkan prinsip *marketing* politik. Tidak melakukan pendekatan kepada masyarakat dan tidak aktif didalam organisasi, partai, ataupun organisasi dibawah naungan partai (partai sayap) seperti hal-nya yang dilakukan oleh caleg muda terpilih. Sehingga simpati masyarakat pun susah didapatkan untuk menunjang citra politik mereka. Adapun beberapa caleg yang telah menerapkan prinsip *marketing* politik tetapi tidak terpilih, hal ini karena disebabkan oleh adanya faktor lain.

Tidak hanya di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, fenomena serupa turut mewarnai gedung parlemen pada setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi. Karena terdapat keterpilihan caleg-caleg muda pada tingkat daerah, yaitu Kabupaten/Kota lainnya. Banyak calon legislatif muda yang terpilih pada saat pemilu legislatif tahun 2019. Dengan demikian, hal ini tentunya akan dijadikan sebagai rujukan untuk memperkaya data penelitian. Berikut daftar nama anggota DPRD terpilih setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi.

Tabel. 1.6
Daftar Nama Caleg Muda Terpilih Pada Setiap Kabupaten/Kota
di Provinsi Jambi 2019.

No	Nama (Partai)	Usia (Tahun)	Kabupaten/Kota
1.	Maya Fitria Siregar (Nasdem)	24	Kota Jambi
2.	Anita Yasmin (PAN)	24	Kabupaten Batanghari
3.	Banu Aziz (PKB)	27	
4.	Yogie Verly Pratama (Demokrat)	24	
5.	Sapto Agung Prasetio (PAN)	24	Kabupaten Sarolangun
6.	Hasren Purja Sakti (Perindo)	28	Kabupaten Merangin
7.	Angra Pradana Putra (Perindo)	25	Kabupaten Kerinci
8.	Hutri Randa (Demokrat)	27	Kota Sungai Penuh
9.	Fajran (Demokrat)	27	
10.	Imam Safi'i (PKB)	26	Kabupaten Tebo
11.	Khalis (Golkar)	26	
12.	Muhammad Guntur (PDI-P)	30	Kabupaten Tanjung Jabung Timur
	Dewi Julianti (Golkar)	25	
13.	Muhammad Zaki (PKB)	22	Kabupaten Tanjung Jabung Barat
14.	Nurkholis (Golkar)	25	
15.	Nova Anggun Sari (PAN)	25	
16.	Satria Tubagus Ryan Hermawan (PDI-P)	22	

Dari tabel 1.6 tersebut menjadi bukti bahwa terdapat banyak anak muda yang mampu bersaing didalam kontestasi politik. Tentu membutuhkan suatu strategi untuk memenangkan suatu kontestasi politik. Disamping itu caleg muda merupakan kompetitor baru dan tidak memiliki reputasi politik yang baik. Yang perlu dilakukan dan dipersiapkan matang-matang oleh caleg dengan tujuan untuk

mencuri hati masyarakat adalah dengan kegiatan *marketing* politik. Strategi *marketing* politik banyak sekali digunakan oleh para caleg sebagai alat untuk memperkenalkan diri dan mempromosikan diri kepada publik. Hal ini menyangkut produk politik, *image*, program kampanye dan strategi.

Partai politik sebagai suatu sistem sosial juga dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Bukan berarti bahwa suatu partai harus selalu mengikuti kemauan pasar. Keputusan untuk mengubah atau tidak mengubah *image* tentu disertai kajian yang khusus dan mendalam, karena menyangkut banyak sekali permasalahan yang dihadapi.¹⁸

Oleh karena itu semua caleg dan tim suksesnya harus bekerja keras agar mampu memperoleh suara yang banyak untuk memenangkan pemilihan umum. Kampanye merupakan sebuah kegiatan yang sifatnya menarik perhatian atau simpati rakyat dan meningkatkan keterpilihan calon legislatif dipublik serta meningkatkan keterkenalan dimata publik. Menurut Rice dan Paisley menyebutkan bahwa:

“Kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik di waktu tertentu dengan maksud untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat.”¹⁹

Penulis menggunakan tiga penelitian terdahulu untuk menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

¹⁸ Firmanzah, *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di EraDemokrasi*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.), 2007: hlm. 245.

¹⁹ Siti Fatimah, “*Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi Dalam Pemilu*”, Resolusi, Vol. 1, No. 1, Juni, 2018: Hlm. 8.

Tabel. 1.7 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Andreas Hilmawan Apriliansyah, 2019	<i>Political Marketing</i> Caleg Terpilih Partai Nasdem Pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Surabaya Tahun 2014.	Menekankan sentiment agama dalam upaya memasarkan dirinya. Sehingga yang dihasilkan juga mengarah pada keterwakilan pemilih atas golongannya (agama).

Sumber: Andrea Hilmawan Apriliansyah, *Political Marketing Caleg Terpilih Partai Nasdem Pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Surabaya Tahun 2014*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Univesitas Airlangga, 2015.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Fajri Fitra, 2018	Patronase Politik Deni Asra Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2014.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, bentuk-bentuk patronase politik yang dilakukan Deni Asra yaitu : pembelian Suara, pemberian individu, pelayanan dan aktivitas, pemberian kelompok dan proyek gentong babi (<i>pork barrel</i>). Sementara sasaran patronase Deni Asra yaitu di kecamatan mungka yang terfokus pada 2 Nagari yaitu di Nagari Talang Maur dan Nagari Sungai Antuan. Jaringan

		broker yang digunakan Deni Asra dalam patronase politiknya yaitu: Tim Sukses, Jaringan-Jaringan Sosial seperti: Tokoh Masyarakat, ketua kelompok Simpan Pinjam Perempuan, ketua Pemuda, dan pengurus kelompok kesenian randai, dan partai politik yaitu kader partai Gerindra.
--	--	--

Sumber: Fajri Fitra, Patronase Politik Deni Asra Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2014, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Andalas, Padang. 2018.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Sulastris Damayanti, 2014	<i>Marketing</i> Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota DPR RI Periode 2014-2019.	Menggunakan strategi pemasaran politik melalui dua saluran komunikasi politik, yakni tatap muka dan media. Sehingga yang dihasilkan keberhasilan <i>marketing</i> politik, popularitas, jaringan, dan finansial.

Sumber: Sulastris Damayanti, *Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota DPR RI Periode 2014-2019*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FDIK UIN Syarif Hidayatullah, 2014, Hlm. 76.

Persamaan	Perbedaan
Menggunakan metode kualitatif dan objek penelitian pada caleg yang diteliti berusia muda. Kemudian pokok utama yang diteliti adalah proses keterpilihan caleg pada pemilu legislatif.	Fokus penelitian pada satu caleg sedangkan penulis tidak membatasi pada satu calon, strategi yang digunakan yaitu dengan membangun komunikasi politik sedangkan penulis menggunakan jaringan politik dan pemasaran politik.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, Maka penulis ingin mendeskripsikannya lebih lanjut kedalam sebuah penelitian dengan judul: **”Keterpilihan Anggota DPRD di Kabupaten Tanjung Jabung Barat Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2019, (Studi Kasus: Terpilihnya Calon Legislatif Muda)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses keterpilihan anggota DPRD muda di Kabupaten Tanjung Jabung Barat?
2. Apakah penyebab pendukung terpilihnya caleg muda di Kabupaten Tanjung Jabung Barat?

1.3. Tujuan Peneliitian

Dalam rumusan masalah terdapat beberapa pertanyaan yang akan diidentifikasi, yang tujuannya adalah:

1. Untuk mengetahui dan memahami proses keterpilihan anggota DPRD muda di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
2. Untuk mengetahui dan memahami penyebab pendukung terpilihnya caleg muda di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengetahui bagaimana proses keterpilihan anggota DPRD muda dengan menggunakan perspektif *marketing* politik, dan kemudian apakah penyebab pendukung terpilihnya caleg muda di Kabupaten Tanjung Jabung Barat dengan menggunakan perspektif *klientelisme* politik. Secara ilmiah dalam hal ini diharapkan bisa menjadi kontribusi dan referensi pada kajian yang berkaitan tentang Ilmu Politik.

2. Secara praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan khazanah keilmuan para pembaca terhadap studi-studi mengenai strategi *marketing* politik.

1.5. Landasan Teori

1.5.1 *Marketing* Politik

Seiring dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi, semakin terintegrasinya masyarakat global dan tekanan untuk menerapkan prinsip-prinsip demokrasi, institusi politik pun membutuhkan pendekatan alternatif untuk membangun hubungan dengan konstituen dan masyarakat luas. Dalam konteks inilah *marketing* sebagai suatu disiplin ilmu yang berkembang dalam dunia bisnis diasumsikan berguna bagi institusi politik.

Dalam *marketing* politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan penggunaan metode *marketing* untuk membantu politisi dan partai politik agar lebih efisien dan efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat. Menurut Butler dan Collins, *marketing* politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus-menerus oleh sebuah partai politik atau kontestan dalam membangun kepercayaan dan image publik.²⁰ Maka *marketing* politik merupakan serangkaian kegiatan yang terencana dan dilakukan melalui hubungan jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada rakyat atau pemilih dan tidak hanya dilakukan pada masa kampanye. Menurut Firmanzah bahwa penggunaan metode *marketing* politik

²⁰Firmanzah, *Ibid.* Hlm 156.

tidak terlepas dari tingginya persaingan (*competition*) dalam dunia politik sehingga dibutuhkan sebuah strategi untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. *Marketing* politik adalah metode dan merupakan aplikasi dari *marketing* dalam konteks dunia politik, yang digunakan sebagai seperangkat instrumen oleh kontestan (individu maupun kelompok) dalam memasarkan inisiatif politik, gagasan politik, isu politik, ideologi, karakteristik pemimpin, dan program kerja kepada masyarakat.

Menurut Firmanzah sebuah proses pemasaran harus digerakkan oleh empat elemen utama, yaitu, 4P: *Product* (produk), *promotion* (promosi), *price* (harga), *place* (tempat).

- 1) *Product* (produk), Produk yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, dimana pemilih akan menikmatinya setelah seorang partai atau calon terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. Partai politik menjual produk yang tidak nyata, sangat terkait dengan sistem nilai, didalamnya melekat janji dan harapan akan masa depan, didalamnya terdapat visi yang bersifat atraktif, kepuasan yang dijanjikan tidaklah segera tercapai, tetapi hasilnya lebih bisa dinikmati dalam jangka panjang, tidak pasti dan dapat ditafsirkan macam-macam.²¹
- 2) *Promotion* (promosi), Sebagian besar literatur dalam *marketing* politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi (*promotion*) ide, *platform* partai dan ideologi selama kampanye pemilu.

²¹*Ibid.* hlm. 200 dan 201.

Tidak jarang institusi politik bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon, dan citra yang akan ditampilkan.²²

- 3) *Price* (harga), Suatu institusi politik berusaha untuk meminimalisasi harga produk politik (minimalisasi resiko) mereka dan meningkatkan (maksimalisasi) harga politik lawan. Menjadikan harga politik lawan semakin mahal (semakin beresiko) merupakan strategi yang bisa digunakan partai politik atau calon presiden guna memperoleh dukungan publik, sebab pemilih akan memilih partai atau kontestan yang memiliki resiko atau harga relatif paling kecil. Harga yang harus dibayar adalah kepercayaan (*trust*) dan keyakinan (*beliefs*) akan partai atau kontestan yang akan didukung.²³
- 4) *Place* (tempat), Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Kampanye politik memang harus bisa menyentuh segenap lapisan masyarakat. Hal ini bisa dicapai dengan melakukan segmentasi publik. Sebuah institusi politik harus bisa mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat. Pemetaan ini bisa dilakukan secara geografis dengan melihat konsentrasi penduduk disuatu wilayah. Pemetaan juga bisa dilakukan secara demografis, dimana pemetaan dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, kelas sosial, pemahaman akan dunia politik, kepercayaan agama, dan etnis. Pemetaan juga perlu dilakukan berdasarkan

²²*Ibid.* hlm. 203.

²³*Ibid.* hlm. 205.

keberpihakan pemilih, misalnya saja berapa pendukung tradisional, berapa pendukung partai atau kandidat lain, berapa jumlah massa mengambang (*floating mass*) dan mungkin juga berapa persentase golput.²⁴

Dapat dikatakan empat elemen utama *marketing* politik menurut Firmanzah adalah, pertama, yang dimaksudkan produk disini adalah kemasan barang yang diproduksi oleh suatu unit usaha yang ingin dipasarkan guna memenuhi kebutuhan pembeli. Jika konsep ini dikaitkan dengan politik, maka produk yang mau dipasarkan bisa diterima oleh masyarakat adalah partai politik itu sendiri sebagai salah bentuk produk sosial. Selain partai politik, maka produk bisa juga dalam bentuk tanda gambar (logo), cita-cita (visi), program dan para caleg yang diajukan oleh partai politik. Misalnya pada penelitian ini sebuah produk disini adalah ketokohan seorang caleg muda yang ingin memperjuangkan kepentingan-kepentingan pemuda pada masing-masing dapilnya.

Kedua, promosi atau kampanye memegang peranan penting bukan saja dalam memasarkan partai politik beserta program dan visinya, tetapi juga dalam memasarkan caleg yang akan diusulkan partai. Ketiga, harga sebuah partai besar lebih sulit dimasuki oleh para calon yang ingin maju sebagai kontestan, dibanding partai-partai kecil yang digolongkan sebagai partai kecil. Partai-partai kecil lebih mudah dimasuki sebagai kendaraan politik untuk maju menjadi calon (bahkan sering kali mencari calon), meski peluang untuk menang relatif tipis karena pengaruhnya di masyarakat tidak sebesar Partai Golkar, PDI-P dan PKB.

Keempat, dalam konteks komunikasi politik, tempat sering diasosiasikan

²⁴*Ibid.* Hlm. 207.

dengan istilah ruang publik (*public sphere*) misalnya media masa yang dapat digunakan untuk memasarkan partai beserta cita-cita dan programnya. Ruang publik seperti internet, ruang reklame di persimpangan jalan dapat dimanfaatkan untuk memasang tanda gambar guna menarik perhatian masyarakat.

Menggunakan 4P *marketing* dalam dunia politik menjadikan *marketing* politik tidak hanya sebatas masalah iklan dan komunikasi. Lebih dari itu, *marketing* politik adalah pendekatan komprehensif dalam hal yang menyangkut cara sebuah institusi politik ketika memformulasikan produk politik, menyusun program publikasi kampanye dan komunikasi politik, strategi segmentasi untuk memenuhi kebutuhan lapisan masyarakat sampai perhitungan harga sebuah produk politik.

1.5.2 Klientelisme Politik

Klientelisme adalah istilah yang menggambarkan distribusi manfaat secara selektif kepada individu-individu atau kelompok tertentu sebagai imbalan atas dukungan politik.²⁵ Artinya, terdapat hubungan yang saling menguntungkan individu atau kelompok yang memiliki kedudukan sosioekonomi atau politik yang tidak setara (asimetris).

Konsep Klientelisme akan menciptakan pola hubungan diadik informal antara patron dan klien dimana sang patron memiliki kekayaan, status, atau pengaruh yang sangat timpang yang didasarkan pada loyalitas bersyarat dan yang

²⁵ Hatta A. Muhammad, *Strategi Kontestasi Elit Dalam Proses Pembentukan Struktur Kepengurusan Partai Persatuan Indonesia (Perindo) sebagai Partai Politik Baru Di Indonesia*, Tesis, (Universitas Brawijaya: Jurusan Ilmu Politik, 2019). hlm. 28.

melibatkan transaksi manfaat timbal balik.²⁶ Maka loyalitas bersyarat tadi dimaksudkan pada para klien mereka yang lebih lemah atau miskin dengan keuntungan material, perlindungan, atau keduanya. Penyediaan material ini yang diberikan klien terhadap patron. Loyalitas politik kerap dimaknai sebagai suara yang diberikan kepada patron atau kandidat lain yang diajukan oleh patron tersebut.²⁷ Layanan politik personal dimaknai sebagai layanan yang diberikan secara pribadi misalnya pemberian berupa uang dari seorang politisi kepada seorang pemilih atau menawarkan akses kehidupan kepada kliennya seperti pekerjaan, beasiswa, atau bahan makanan.²⁸

Dengan kata lain, klientelisme merupakan cara untuk menggambarkan pola pertukaran yang tidak seimbang dan hirarkis yang merupakan karakteristik masyarakat feodal, dimana patron dan klien terikat dalam hubungan yang tahan lama dengan kesadaran yang kuat akan kewajiban dan tugas

Hubungan yang terjadi antara patron dengan kliennya sangat personal. Norma-norma solidaritas berperan penting pada klientelisme, bahwa pertukaran ini melibatkan rasa percaya dan interaksi yang terpelihara antara patron dan klien.²⁹ Misalnya, relasi antara para tuan tanah dan petani-penggarap dibanyak negara di Asia Tenggara menyajikan sebuah model tentang bagaimana interaksi antara pemilih dan politisi terbentuk. Dimana para petani-penggarap menyediakan jasa dan tenaga bagi para tuan tanah yang mereka abdi dan sebagai imbalannya mereka mendapatkan perlindungan dan bantuan ketika mereka mendapati

²⁶Edward Aspinall dan Ward Benschot, *Democracy For Sale : Pemilu, Klientelisme, dan Negara Di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia), 2019: hlm. 32.

²⁷*Ibid.* Hlm. 33

²⁸*Ibid.* Hlm. 36

²⁹*Ibid.* Hlm. 32

kesulitan hidup. Dengan memautkan diri mereka kedalam relasi pertukaran semacam itu, para klien berusaha memperoleh jaminan keamanan dalam lingkungan kehidupan yang keras dan tidak tentu. Ketika pemilihan umum dilakukan dan memasuki kehidupan mereka dikampung, para klien itu memperoleh sebuah sumber daya politik yang baru, karena dengan hanya memberikan atau menahan suara mereka telah berpengaruh bagi nasib sang calon untuk kedudukan yang dikejarinya.³⁰ Kemudian didalam istilah klientelisme ini juga terdapat hubungan yang bersifat sukarela. Dalam klientelisme mekanisme dukungan tidak dengan kekerasan.

Klientelisme merupakan relasi kekuasaan yang personalistik, dan keuntungan material dipertukarkan dengan dukungan politik.³¹ Klientelisme adalah jaringan antara orang-orang yang memiliki ikatan sosial, ekonomi, dan politik yang didalamnya mengandung elemen *iterasi*, *status inequality* dan *resiprokal*.³² Maka dapat dipastikan bahwa klientelisme berbicara tentang jaringan atau relasi.

Dengan bahasa yang lain dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan hubungan patron-klien (*patron-client relationship*) merupakan suatu kasus khusus hubungan antara dua pihak (*dyadic*) yang menyangkut suatu persahabatan, dimana seseorang dengan kedudukan sosial lebih tinggi (patron) menggunakan pengaruh dan sumber daya-nya untuk memberikan perlindungan dan atau

³⁰*Ibid.* Hlm. 31

³¹Edward Aspinal dan Mada Sukmajati, *Politik Uang Di Indonesia: Patronase dan Klientelisme Pada Pemilu Legislatif 2014*. (Yogyakarta: Penerbit Polgov.), 2015: hal. 4

³²Teguh Anggoro, Tina Cahya Mulyatin, *Kiprah Politik Purnawirawan (Studi Tentang Strategi Politik Pemenangan Calon Legislatif Purnawirawan TNI Pada Pemilu Di Kota Banjar Tahun 2019)*, Jurnal Tapis: Teropong Politik Islam, Vol. 15, No. 2, 2019, Hlm. 245

keuntungan kepada seseorang yang statusnya lebih rendah (klien). Kemudian, klien membalas pemberian tersebut dengan memberikan dukungan dan bantuan, termasuk pelayanan pribadi kepada patron.³³

Dalam konteks klientelistik, patron atau agen mereka maju dalam sebuah pemilihan, dan klien mereka akan memilih mereka, terkadang karena perasaan berkewajiban dan kedekatan, kadang-kadang sebagai bagian dari pertukaran spesifik dengan layanan yang diberikan atau dijanjikan. Bagaimanapun, hal ini melihat perilaku pemilih merupakan fungsi dari pandangan instrumental dan personal tentang partisipasi politik : pemilih menggunakan suara mereka semata-mata untuk mempertahankan patron mereka, sehingga mendapatkan perlindungan dan bantuan patron. Pemilih mengabaikan konsekuensi politik luas dari pilihan elektoral mereka, dan wakil-wakil yang terpilih melalui mekanisme klientelistik tidak dapat mengklaim mandat untuk mengupayakan program yang luas dari kebijakan publik. Selain itu, sifat kaku dan tidak berubah dari klientelisme tradisional merusak fungsi “umpan balik” dalam politik elektoral, sehingga menjadikan pergantian kekuasaan politik sebagai artefak keputusan elit.³⁴

Menurut Edward Aspinall ada empat komponen klientelisme, yaitu: *asimetris, resiprositas, iterasi, dan personalistik*.³⁵

1. *Asimetris* dapat dilihat dari posisi patron yang memiliki status lebih tinggi, sedangkan klien adalah orang dengan status yang lebih rendah. Kondisi ini mungkin terjadi di daerah pedesaan.
2. *Resiprositas* dapat diartikan meskipun status antara patron dan klien tidak

³³Hatta A Muhammad, *Loc. Cit.* Hlm 34

³⁴*Ibid.*

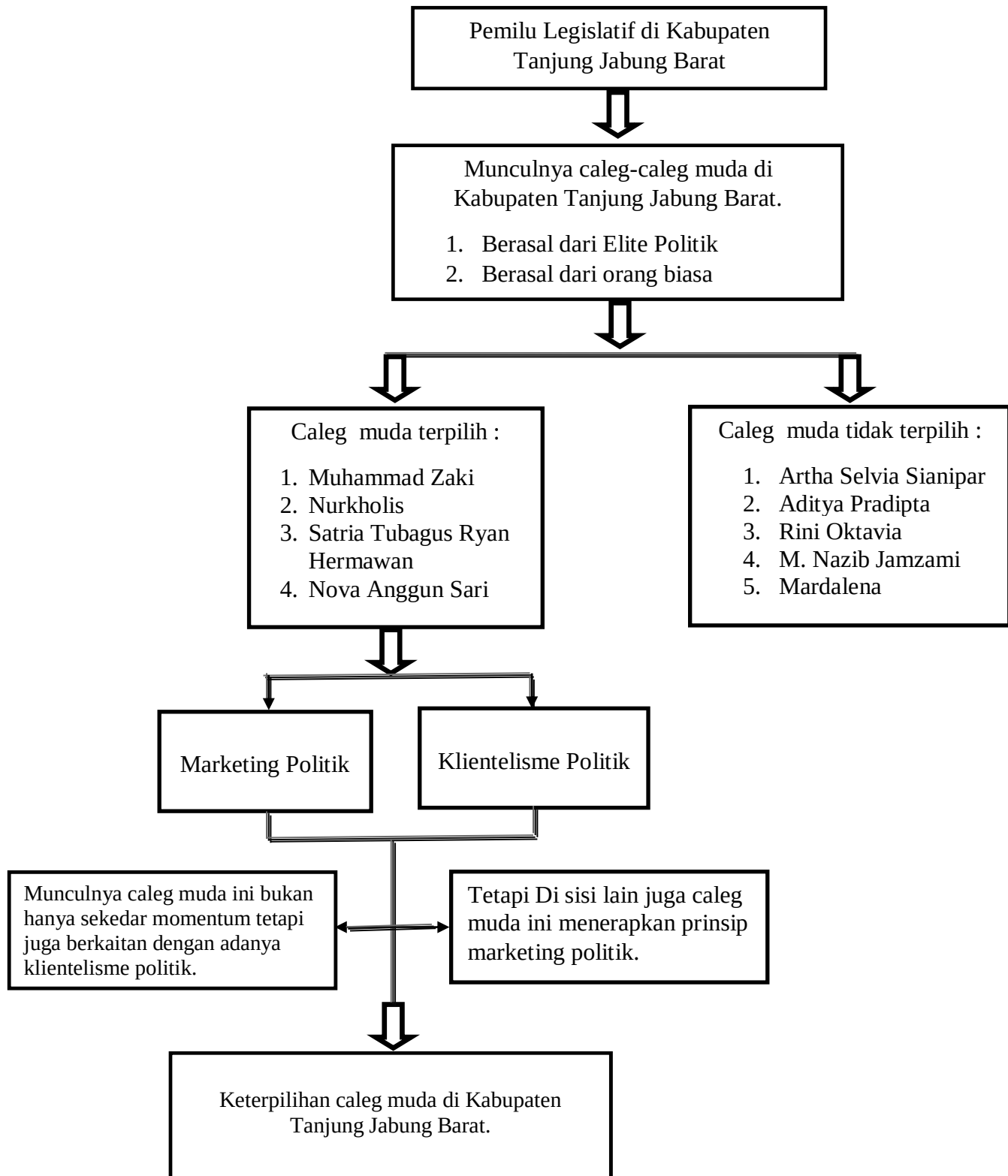
³⁵Teguh Anggoro, Tina Cahya Mulyatin, *Op. Cit.*

setara, namun pada prinsipnya kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan dari ikatan klientelistik yang terjalin.

3. *Iterasi* artinya terdapat interaksi yang terjadi secara berulang-ulang. Atau dengan kata lain, interaksi antara patron dan klien tidak hanya berlangsung selama satu kali. Proses ini biasanya melibatkan interaksi dalam ikatan sosial yang relatif stabil dan dalam waktu tertentu.
4. *Personalistik*, artinya klientelisme selalu terjadi dalam relasi personal dimana patron dan klien memiliki hubungan tertentu. Misalnya hubungan bisnis, hubungan pertemanan, hubungan politik dan lain sebagainya. Sehingga patron dan klien akan saling tahu satu sama lain. Ini akan mengakibatkan adanya *endurance* atau ketahanan dari aktivitas klientelistik dalam waktu yang lama.

Karakteristik klientelisme dapat dilihat lebih dalam lagi dengan menyertakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu hubungan patron-klien. Faktor-faktor tersebut adalah mencakup ruang lingkup dan eksistensifitas dari suatu hubungan, ketahanan hubungan, intensifitas dan derajat pengaruh hubungan tersebut serta bentuk transaksi yang digunakan yaitu jenis sumber daya apa yang digunakan patron dalam menyatukan hubungan tersebut.

1.6 Kerangka Pikir



1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³⁶

Metode ini membahas rancangan yang digunakan dalam penelitian atau dalam kasus ini, penggunaan penelitian kualitatif dan maksud dasarnya. Bagaian ini juga membahas sampel penelitian dan pengumpulan dan prosedur-prosedur perekaman data secara keseluruhan.³⁷ Selanjutnya dibahas langkah-langkah analisis data dan metode-metode yang digunakan untuk menyajikan data, menginterpretasikannya, memvalidasinya, dan menunjukan potensi hasil penelitian.³⁸

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang strategi *marketing* politik anggota DPRD muda terpilih kabupaten Tanjunng Jabung Barat tahun 2019.

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 9.

³⁷Creswell, John W, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm. 246.

³⁸ *Ibid.*

1.7.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Karena pada pemilu legislatif tahun 2019, di kabupaten Tanjung Jabung Barat memunculkan keterpilihan caleg muda paling banyak diantara kabupaten/kota lainnya provinsi Jambi yaitu berjumlah 4 orang.

1.7.3 Fokus dan Dimensi Penelitian

Dalam mempertajam penelitian, peneliti kualitatif menetapkan fokus. Fokus itu merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan).³⁹

Peneliti telah menentukan fokus dalam penelitian ini yaitu mengenai: keterpilihan anggota DPRD di kabupaten Tanjung Jabung Barat pada pemilihan umum legislatif tahun 2019, dengan studi kasus: terpilihnya calon legislatif muda, yaitu Muhammad Zaki, Satria Tubagus Hermawan, Nukholis, dan Nova Anggun Sari pada pemilu calon legislatif tahun 2019 di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

1.7.4 Sumber Data

Beragam sumber data (*multiple sources of data*): para peneliti kualitatif biasanya memilih mengumpulkan data dari beragam sumber, seperti wawancara, observasi, dokumentasi, dan informasi audio visual ketimbang hanya bertumpu pada satu sumber data saja. Kemudian, peneliti me-review semua data tersebut, memberikannya makna, dan mengolahnya kedalam kategori atau tema yang

³⁹Sugiyono, *Op. Cit* , hlm. 209

melintasi semua sumber data.⁴⁰

Adapun beragam sumber data pada penelitian ini diperoleh peneliti melalui wawancara *face-to-face* dengan informan, data dari dokumen publik seperti artikel, jurnal penelitian terdahulu, literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik Penentuan Informan adalah metode yang dipakai oleh peneliti kualitatif untuk menentukan siapakah yang akan dijadikan sumber data (informan). Teknik yang digunakan ialah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁴¹ Adapun pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tersebut berdasarkan pada sampel yang dipilih adalah mereka yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.⁴² Peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi dari sampel sebelumnya itu, peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data yang lebih lengkap.⁴³

Untuk melakukan penelitian mengenai keterpilihan anggota DPRD di kabupaten Tanjung Jabung Barat pada pemilu legislatif tahun 2019, dengan studi kasus: terpilihnya calon legislatif muda, berikut adalah beberapa informan yang

⁴⁰Creswell, John W, *Op. Cit.* Hlm 248.

⁴¹Sugiyono, *Op. Cit.* Hlm. 219.

⁴²*Ibid.*

⁴³*Ibid.*

akan dimintai informasinya berdasarkan keterlibatan dengan objek penelitian :

Tabel. 1.8 Informan Utama

No.	Nama/Partai	Alasan
1.	Muhammad Zaki, S.T.	Anggota DPRD muda Terpilih
2.	Nurkholis, S.T.	Anggota DPRD muda Terpilih
3.	Satria Tubagus Ryan H, S.H.	Anggota DPRD muda Terpilih
4.	Nova Anggun Sari, S.H., M.Kn.	Anggota DPRD muda Terpilih
5.	Riki Chandra	Timses Zaki
6.	Heri Gunawan	Timses Nurkholis
7.	Richardo	Timses Tubagus
8.	Adi Retmono	Timses Nova

Selain menentukan informan utama, peneliti juga menentukan informan tambahan sebagai berikut :

Tabel. 1.9 Informan Tambahan

No.	Nama	Alasan
1.	Drs. Azwar, MM.	1. Mantan Tokoh Adat Melayu Tungkal Ilir 2. Mantan Ketua Koni Tanjung Jabung Barat
2.	Dadang Aulia, S.Sos.	1. Tokoh Agama Tungkal Ilir 2. Sekretaris Nahdatul Ulama (NU) Tanjung Jabung Barat
3.	Dadang Ginanjar, S.IP.	Ketua Umum DPD KNPI Tanjung Jabung Barat selaku tokoh kepemudaan.
4.	Ahmad Harun Yahya, S.Sos., M.Si	1. Pengamat Politik Tanjung Jabung Barat 2. Mantan Dosen di STAI AN-NADWAH
5.	M. Najib Zamzami, S.Pd	Peserta Caleg muda tidak terpilih
6.	Artha Selvia Sianipar, S.H	Peserta Caleg muda tidak terpilih

7.	Aditya Pradipta	Peserta Caleg muda tidak terpilih
8.	Rini Oktavia, S.H	Peserta Caleg muda tidak terpilih
9.	Mardalena	Peserta Caleg muda tidak terpilih
10.	BY	Ketua RT, Kelurahan Tungkal IV Kota, Kecamatan Tungkal Ilir.
11.	Arbain, S.Sos	Ketua Badan Perangkat Desa (BPD) Desa Lubuk Kambing, Kecamatan Renah Mendaluh.
12.	Mualimin	Ketua RT 05, Desa Teluk Pengkah, Kecamatan Tebing Tinggi.
13.	Siska Afrilia, Amd	Ketua Dharma Wanita Desa Teluk Pengkah, Kecamatan Tebing Tinggi.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Wawancara baik yang dilakukan dengan *face to face* maupun yang menggunakan via telepon, akan selalu menjadi kontak pribadi.⁴⁴ Wawancara yang digunakan adalah semi terstruktur yaitu *in-depth interview* (wawancara mendalam). Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara ini, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁴⁵

Kemudian penulis menambahkan metode wawancara tak

⁴⁴*Ibid.* hlm 234.

⁴⁵*Ibid.* hlm 233.

terstandarisasi, yaitu wawancara informal, fokus, tak terstruktur atau bebas. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data kualitatif mendetail. Struktur wawancara ini memungkinkan fleksibilitas yang lebih besar dan pengungkapan makna.⁴⁶

Adapun dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan pimpinan instansi dan bagian-bagian yang menangani masalah yang diteliti. Penulis melakukan wawancara dengan narasumbernya yaitu, anggota DPRD terpilih, Timses Pemenangan, dan masyarakat baik itu tokoh adat, tokoh agama, maupun tokoh pemuda guna mendapatkan informasi yang lebih luas serta mendalam untuk dapat dijadikan bahan pembahasan dari hasil penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu proses *me-review* kembali sumber-sumber data dari dokumen yang ada dan dapat digunakan untuk memperluas data-data yang telah ditemukan. Dokumen ini bisa berupa dokumen publik (misalnya, koran, makalah, laporan kantor) ataupun dokumen privat misalnya, buku harian, diari, surat, *email*).⁴⁷

1.7.7 Teknik Analisis Data

Dalam analisis data, peneliti perlu memisahkan data, yaitu suatu proses yang memfokuskan pada sebagian data dan bagian-lainnya.⁴⁸ Berikut langkah-langkah analisis data kualitatif :

⁴⁶ Lisa Harrison, *Metodologi Penelitian Politik*, (Jakarta: KENCANA, Prenadamedia Group, 2016), hlm. 106.

⁴⁷ Creswell Jhon W, *Op. Cit.* Hlm. 255.

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 261.

- a. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, *scanning* materi, mengetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.⁴⁹
- b. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.⁵⁰
- c. Tunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi atau laporan kualitatif. Pendekatan yang paling populer adalah dengan menerapkan pendekatan naratif dalam penyampaian hasil analisis.⁵¹
- d. Pembuatan interpretasi dalam penelitian kualitatif (*interpretation in qualitative research*) atau memaknai data.⁵²

1.7.8 Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, kebenaran realitas data tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya. Oleh karena itu, dibutuhkan mekanisme triangulasi yaitu kombinasi beragam sumber data, tenaga peneliti, teori dan teknik metodologis dalam suatu penelitian atau gejala sosial. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan

⁴⁹*Ibid*, hlm. 264-267.

⁵⁰*Ibid*.

⁵¹*Ibid*.

⁵² *Ibid*.

berbagai waktu.⁵³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam triangulasi, yaitu:

a. Triangulasi Sumber.

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber.⁵⁴ Triangulasi sumber dilakukan dengan cara *cross check* data dengan fakta dengan sumber lainnya dan menggunakan kelompok informan berbeda. Dalam triangulasi ini yang terpenting adalah mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut. Triangulasi ini dilakukan dengan cara mencari orang-orang yang terlibat dalam pemasaran politik maupun jejaring politik yang dilakukan oleh para caleg muda pada pemilu legislatif tahun 2019 di Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

b. Triangulasi Metode.

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.⁵⁵ Jika data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi atau dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data atau wawancara terstruktur sehingga diperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

⁵³Sugiyono, *Op.Cit.* hlm 273.

⁵⁴*Ibid*, hlm. 274.

⁵⁵*Ibid*.

1.8 Sistematika Penulisan

Guna memperoleh pembahasan penelitian lebih sistematis maka penulis menyusun kedalam 4 bab, dengan penjelasan sebagai berikut.

Bab pertama berisikan pendahuluan, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kemudian dilanjutkan membahas konsep dan teori marketing politik dan klientelisme politik.

Kemudian dilanjutkan bab kedua membahas gambaran umum tentang pemilihan umum, go publik caleg muda, serta kerja-kerja politik caleg muda terpilih. Serta jaringan-jaringan politik yang dimiliki oleh caleg terpilih karena dilihat dari profil empat caleg merupakan anak dari pejabat politik.

Selanjutnya diteruskan dengan bab ketiga membahas fenomena tingginya keterpilihan caleg muda dalam pemilihan langsung di kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Bab ke empat. Bab ini merupakan bab penutup berisikan kesimpulan dari uraian penulisan bab-bab sebelumnya dan berisikan saran dari permasalahan yang dibahas.