

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Istilah demokrasi berasal dari Yunani kuno yaitu *Demos* berarti rakyat dan *Kratos/Kratein* berarti kekuasaan/berkuasa, jadi demokrasi adalah rakyat yang berkuasa atau pemerintahan dipimpin oleh rakyat atau *government by the people*.¹ Pengertian demokrasi tersebut menunjukkan bahwa rakyat memegang kekuasaan, pembuat dan penentu keputusan dan kebijakan tertinggi dalam penyelenggaraan negara dan pemerintahan serta mengontrol terhadap pelaksanaan kebijakan baik yang dilakukan secara langsung oleh rakyat atau wakilnya melalui lembaga perwakilan.

Demokrasi merupakan bentuk pemerintahan dimana semua warga negaranya memiliki hak setara dalam pengambilan keputusan sehingga dapat mengubah hidup mereka.² Demokrasi mengizinkan warga negara berpartisipasi baik secara langsung atau melalui perwakilan dalam perumusan, pengembangan, dan pembuatan hukum.

Sejak awal Negara Indonesia memang telah memilih untuk menerapkan paham demokrasi dalam sistem politiknya karena demokrasi didefinisikan sebagai tipe pemerintahan di mana warga negara tertentu memiliki hak untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, dimana itu memberikan makna bahwa rakyat menjadi pemilik kekuasaan tertinggi dalam negara yang didiaminya.³

¹ Miriam Budiardjo. *Partisipasi dan Partai Politik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2019), hlm. 376

² Thomas T. Pureklolon, *Demokrasi dan Politik*, (Malang: Intrans Publishing, 2019), hlm. 1.

³ Heru Nugroho, *Demokrasi dan Demokratisasi: Sebuah Kerangka Konseptual Untuk Memahami Dinamika Sosial-Politik di Indonesia*, Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 1 Nomor 1, Mei 2012

Paham demokrasi digunakan di Indonesia menyakini bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat. Penyaluran kedaulatan rakyat secara langsung dilakukan melalui Pemilihan Umum atau Pemilu untuk memilih pemimpin eksekutif (Presiden, Gubernur, Walikota dan Bupati) dan perwakilan duduk di legislatif. Pemilu merupakan sarana yang tidak terpisahkan dari kehidupan negara demokrasi. Sebab, Pemilu merupakan implementasi paling dasar dalam pelaksanaan demokrasi yang prosedural.

Menurut Miriam Budiarto mengatakan langkah demokratisasi, bahwa:

Langkah terobosan yang dilakukan dalam proses demokratisasi adalah amandemen UUD 1945 yang dilakukan MPR hasil pemilu 1999 dalam empat tahun (1999-2002). Beberapa perubahan penting dilakukan terhadap UUD 1945 agar UUD 1945 mampu menghasilkan pemerintahan yang demokratis pula, peranan anggota DPR sebagai lembaga legislatif diperkuat, semua anggota DPR dipilih lewat pemilu, Pengawasan terhadap presiden diperketat, dan Hak Asasi Manusia memperoleh jaminan yang semakin kuat, amandemen UUD 1945 juga memperkenalkan pemilihan Presiden dan wakil Presiden secara langsung dan pertama kali dilaksanakan tahun 2004.⁴

Langkah Demokratis berikutnya adalah pemilihan umum untuk memilih kepala daerah secara langsung (Pilkada) yang diatur dalam Undang-Undang Pilkada Nomor 10 Tahun 2016.⁵

Semenjak itu semua kepala daerah yang habis masa jabatannya harus dipilih melalui proses pilkada, pilkada bertujuan untuk menjadikan pemerintah daerah lebih demokratis dengan diberikan hak bagi rakyat untuk menentukan kepala daerah, hal ini tentu berbeda dengan pemilihan kepala daerah sebelumnya yang bersifat tidak langsung karna dipilih melalui DPR.⁶

⁴ Miriam Budiarto, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2019), hlm.134

⁵ UU Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Pemilihan Kepala Daerah

⁶ Miriam Budiarto, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2019), hlm. 136.

Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, maka pengisian jabatan kepala daerah dilakukan dengan Pemilihan Umum yang dipilih langsung oleh rakyat atau sering disebut Pilkada.⁷ Pilkada pertama kali di Indonesia dilaksanakan tepatnya pada bulan Juni tahun 2005. Pemilihan kepala daerah atau pilukada merupakan sebagian kecil dari pelaksanaan sekaligus proses demokrasi lokal.⁸

Pemilukada didominasi oleh calon yang berasal dari partai politik. Pemilukada memantapkan legitimasi politik pemerintah daerah. Oleh karena pemerintah daerah berangkat dari ketulusan warga memilih pemimpinnya melalui mekanisme pemilihan langsung, maka otomatis kondisi ini akan melembagakan legitimasi kepala daerah. Dengan legitimasi inilah kepala daerah berkesempatan untuk berinovasi, berkarya dan menciptakan secara maksimal suatu pendekatan baru tanpa harus didikte oleh pemerintah pusat guna meningkatkan pembangunan daerah yang berprioritas.⁹

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa Pilkada selalu didominasi oleh calon partai politik, sehingga pemerintah daerah melalui mekanisme pemilihan langsung akan melembagakan legitimasi kepala daerah guna meningkatkan pembangunan daerah yang berprioritas.

Menurut Batubara mengatakan strategi politik, bahwa:

Strategi politik diartikan sebagai seperangkat metode agar dapat memenangkan pertarungan antara berbagai kekuatan politik untuk menghendaki kekuasaan, baik dalam kontestasi Pemilu maupun dalam Pemilukada.¹⁰ Strategi digunakan untuk merebut hati dan meraih simpati pemilih. Kerangka konsep sebelum melakukan strategi untuk suatu tujuan tertentu sangat diperlukan. Hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, baik dari diri sendiri maupun dari pihak lawan.

⁷ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

⁸ Leo Agustino, *Politik Lokal dan Otonomi Daerah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 131.

⁹ *Ibid*

¹⁰ Harmen Batubara, *Sun Tzu memenangkan Pilkada*, (Bandung: Wilayah perbatasan 2015), hlm.59.

Tujuan dari penyusunan kerangka strategi ini adalah untuk menentukan langkah dalam melakukan tindakan.¹¹

Dari penyampaian tersebut strategi politik merupakan metode guna memenangkan pertarungan diberbagai kekuatan politik. Strategi oleh kandidat digunakan untuk merebut dan meraih simpati para pemilih, sehingga sebelum melakukan tindakan dibentuklah kerangka konsep. Tujuan dari kerangka konsep tersebut untuk menentukan langkah dalam melakukan tindakan oleh para kandidat.

Dalam menghadapi Pemilu seperti pemilihan Walikota dan Wakil Walikota banyak faktor yang harus menjadi fokus para kandidat peserta Pilkada, diantaranya adalah menciptakan kekuatan politik. Kekuatan politik memegang peranan penting dalam sistem politik suatu negara. Karena proses ini menentukan orang-orang yang akan menjalankan fungsi-fungsi sistem politik negara itu melalui lembaga-lembaga yang ada. Oleh karena itu, tercapai tidaknya tujuan suatu sistem politik tergantung pada kualitas kekuatan politik. Keberhasilan dalam membentuk kekuatan politik dapat dilihat dari kemampuan aktor tersebut melaksanakan fungsinya.

Kekuatan politik hadir ditengah-tengah masyarakat bertujuan untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan program-program yang disusun berdasarkan ideologi tertentu. Cara yang digunakan oleh aktor

¹¹ *Ibid*

politik dalam sistem demokrasi untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan ialah ikut serta dalam pemilihan umum.¹²

Pada tahun 2020 Kota Sungai Penuh mengadakan Pemilihan serentak, yang merupakan pemilihan kepala daerah keempat kalinya diselenggarakan di Indonesia. Pemilihan Walikota (Pilwako) Kota Sungai Penuh terdapat 2 pasang kandidat yang mencalonkan dirinya sebagai Walikota dan Wakil Walikota, diantaranya sebagai berikut.

Tabel 1.1
Kandidat Pilkada Sungai Penuh Tahun 2020¹³

No Urut	Pasangan Calon		Partai Politik Pengusung dan Pendukung	Kursi
	Calon Walikota	Calon Wakil Walikota		
1	 Ahmad Zubir	 Alvia Santoni	Pengusung: <ul style="list-style-type: none"> • PDIP • PPP • Berkarya 	5
2	 Fikar Azami	 Yos Adrino	Pengusung: <ul style="list-style-type: none"> • Gerindra • Demokrat • PAN • Golkar • PKS • PKB 	20

¹² Imam Mujahidi Fahmid, *Identitas Dalam Kekuasaan*, (Makassar: Innawa 2012), hlm.28

¹³ News.detik.com/berita /d-518718/diikuti-3-paslon-ini-nomor-urut-cagub-cawagub-di-pilgub-jambi, diakses tanggal 9 february 2021 pukul 16.00

			<ul style="list-style-type: none"> • NasDem • Hanura 	
--	--	--	--	--

Sumber: KPU Sungai Penuh, 2020

Pada mulanya pemilihan Walikota Sungai Penuh akan menghadapi dua pasangan calon setelah sebelumnya terancam hanya memunculkan calon tunggal. Pasangan Ahmadi Zubir-Alvia Santoni mendaftar ke Komisi Pemilihan Umum (KPU) di hari terakhir perpanjangan masa pendaftaran. Sebelumnya di masa pendaftaran tahap pertama hanya ada satu pasangan yang mendaftar yakni pasangan Fikar Azami dan Yos Adrino.¹⁴

Pada Pilwako dengan 2 pasangan calon tersebut terdapat persaingan ketat diantara 2 kandidat yakni, Ahmadi Zubir-Alvia Santoni dan Fikar Azami-Yos Adrino. Suatu hasil tak terduga ditengah bersusah payahnya Ahmadi Zubir-Alvia Santoni maju di Pilkada Kota Sungai Penuh karena nyaris tak cukup kursi di DPRD Kota Sungai Penuh sebagai syarat maju Pilkada. Penyebabnya, sejak bergulirnya tahapan Pilkada 2020, Fikar Azami merupakan anak Asafri Jaya Bakri yang merupakan Walikota Sungai Penuh sebelumnya sudah gencar melakukan lobi-lobi borong partai, bahkan hingga pendaftaran ke KPU Kota Sungai Penuh ada 10 parpol pengusung.

Bahkan Ketua KPU Kota Sungai Penuh, Irwan, sempat mengatakan:

Pilkada Kota Sungai Penuh pada 9 Desember 2020 dimungkinkan calon tunggal dan melawan kotak kosong. Karena hingga batas pencalonan tahap pertama, hanya bakal pasangan calon (Bapaslon) Walikota Sungai Penuh, Fikar Azami-Yos Adrino yang mendaftar ke KPU Kota Sungai Penuh dengan diusung 10 partai politik. Namun pada masa perpanjangan tanggal 11-13 September 2020, Bapaslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni mendaftar

¹⁴ Fikar Azami Head To Head Dengan Bekas Penantang Kuat Ayahnya, diakses pada <https://kumparan.com/jambikita/fikar-azami-head-to-head-dengan-bekas-penantang-kuat-ayahnya-1uCKDkT2U36/full>, tanggal 2 April 2021

ke KPU Kota Sungai Penuh karena sudah mendapatkan koalisi parpol yakni PDIP, PPP dan Berkarya.¹⁵

Akhirnya Paslon Walikota Sungai Penuh, Ahmadi Zubir, Minggu sore 13 September 2020 mendaftar di KPU Kota Sungai Penuh. Ahmadi Zubir berpasangan dengan Alvia Santoni berlatar belakang akademisi. Terakhir dia sebagai Ketua STIE-Sakti Alam Kerinci. Alvia Santoni semasa kecilnya yang akrab dengan sebutan Antos, Lahir di Pondok Tinggi pada 30 Mei 1972. Menyelesaikan Sekolah kenyataan (SD) di SDN/III Sungai Penuh, SMP di SMPN 2 Sungai Penuh, SMA di SMAN 4 Sungai Penuh, merupakan putra dari seorang ibu Elismar dan Abdul Muis saat ini sudah (Almarhum) merupakan pensiunan guru SPMA di Kabupaten Kerinci.¹⁶

Ahmadi Zubir-Alvia Santoni diusung tiga parpol, yakni PDIP, Berkarya, dan PPP, dengan jumlah kursi 5. Jumlah tersebut sudah cukup untuk mendaftar sebagai pasangan calon ke KPU Sungai Penuh. Awalnya Ahmadi Zubir akan berpasangan dengan Hardizal dan akan mendaftar pada 6 September 2020 lalu di KPU Sungai Penuh, namun gagal karena dua partai pengusung yakni Berkarya dan PPP disebut beralih dukungan ke pasangan Fikar Azami-Yos Adrino. Namun dengan lobi-lobi Pengurus PDIP dan calon, akhirnya Berkarya dan PPP berkoalisi dengan PDIP dan final mengusung Ahmadi Zubir-Alvia Santoni di Pilkada Kota Sungai Penuh melawan Paslon Fikar Azami berpasangan dengan Yos Adrino, mantan Anggota DPRD Provinsi Jambi merupakan kader PAN. Paslon Fikar

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ Kombinasi Birokrat-Akademisi Penakluk Dinasti Politik, diakses <https://jambione.com/read/2020/12/15/15971/kombinasi-biokratakademisi-penakluk-dinasti-politik/>, tanggal 2 April 2021

Azami-Yos Adrino diusung koalisi Demokrat, PAN, Golkar, Gerindra, PKS, PKB, Nasdem, dan Hanura.

Mayoritas rakyat Kota Sungai Penuh menentukan pilihannya kepada Paslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni dengan perolehan 28.783 jiwa (51,5 persen) suara. Berikut data kemenangan kandidat.

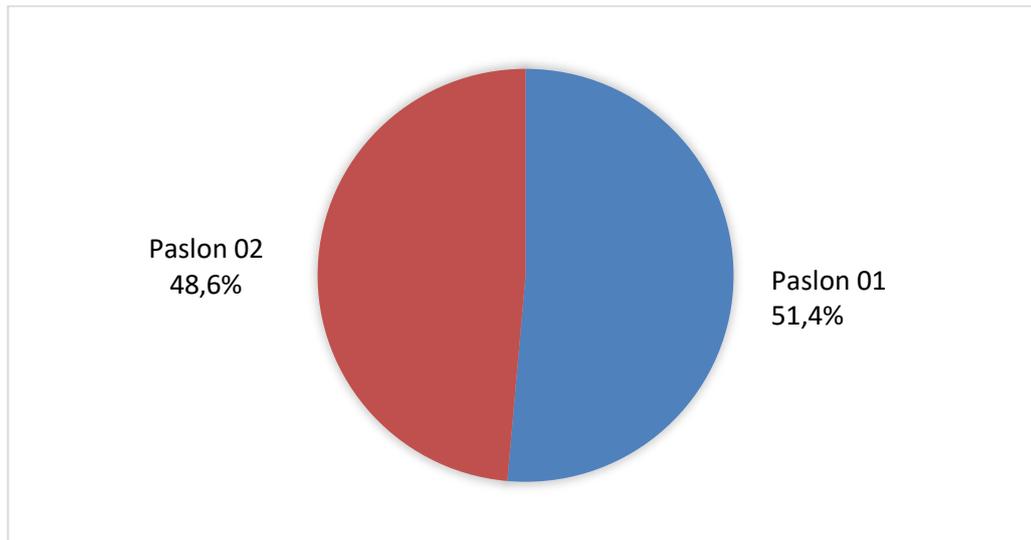
Tabel 1.2
Rekapitulasi Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Sungai Penuh
Tahun 2020

Wilayah	(01)	(02)
Sungai Penuh	2.497	2.666
Pesisir Bukit	5.680	1.939
Hamparan Rawang	5.229	4.526
Tanah Kampung	1.280	5.207
Kumun Debai	2.220	4.155
Pondok Tinggi	5.754	3.858
Koto Baru	3.285	1.698
Sungai Bungkal	2.838	3.121
Jumlah	28.783	27.170

Sumber: KPU Sungai Penuh, 2020

Berdasarkan data diatas pasangan 01 unggul di Pesisir Bukit, Hamparan Rawang, Pondok Tinggi dan Koto Baru. Sedangkan pasangan 02 unggul di Hamparan Rawang, Tanah Kampung, Kumun Debai dan Pondok Tinggi. Hal ini menarik karena 01 merupakan merupakan ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Kota Sungai Penuh yang juga merupakan tokoh muda asal Pondok Tinggi.

Gambar 1.1
Data Persentase Perolehan Suara Walikota dan Wakil Walikota Sungai Penuh Tahun 2020



Sumber: KPU Sungai Penuh, 2020

Berdasarkan data diatas Paslon 01 Ahmadi Zubir-Alvia Santoni unggul dengan persentase 51,4% sedangkan Paslon 02 Fikar Azami-Yos Adrino dengan persentase 48,6%. Hal yang tidak terduga terjadi pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Sungai Penuh karena sebelumnya Paslon 02 Fikar Azami-Yos Andrino telah digadang-gadang akan memenangkan kontestasi Pilkada di Kota Sungai Penuh.

Seorang Fikar Azami memiliki *track record* atau rekam jejak yang baik serta dinilai berpengalaman. Karirnya dalam dunia politik dan berbagai bidang lainnya patut diacungi jempol. Mulai dari jabatan Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Sungai Penuh periode 2014-2019, ketua Fraksi Demokrat DPRD Kota Sungai Penuh, ketua Badan Pembentukan Perda DPRD periode 2014-2016, dan anggota Badan Anggaran DPRD Kota Sungai Penuh. Selain itu Fikar Azami juga aktif di

berbagai organisasi seperti pernah menjadi ketua HIPMI (Himpunan pengusaha muda Indonesia) Kota Sungai Penuh periode 2012-2016.¹⁷

Fikar Azami adalah salah satu tokoh muda yang lahir dan dididik ditengah tengah keluarga yang begitu Agamis dan Akademis. Sehingga banyak kalangan menilai Fikar Azami merupakan orang yang tepat untuk memimpin Kota Sungai Penuh Namun nyatanya belum mampu meraih suara masyarakat dan memenangkan kontestasi pada Pilkada Tahun 2020 di Kota Sungai Penuh.

Pemenangan pasangan Ahmadi Zubir-Alvia Santoni tak terlepas dari strategi marketing politik yang digunakan. *Marketing* politik didalam Pemilihan Walikota telah banyak digunakan sebagai strategi pemenangannya. Banyak dari strategi tersebut memiliki kekhasan tersendiri agar dapat diterima baik oleh masyarakat.

Ilmu *marketing* tentunya menjadi salah satu cabang ilmu yang sangat baik dan tepat untuk diterapkan dalam proses dipilihnya seorang kandidat di tempat pemungutan suara (TPS).¹⁸ *Marketing* politik mencakup upaya yang ditujukan untuk integrasi dalam bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P yaitu: Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*).¹⁹ Tak hanya itu masyarakat Sungai Penuh yang berpartisipasi memenangkan merupakan upaya strategi pasangan Ahmadi Zubir-Alvia Santoni.

¹⁷ Jambihariini, Kharismatik dan Berpengalaman, Fikar Azami Dinilai Layak Pimpin Sungaienuh, diakses pada <https://jambihariini.com/kharismatik-dan-berpengalaman-fikar-azami-dinilai-layak-pimpin-sungaienuh/>, tanggal 12 Juni 2021

¹⁸ Muchammad Ichsan Saputra, Marketing Politik Pasangan Kepala Daerah Dalam Pemiluakada (Studi Kasus Tim Sukses Pemenangan Pasangan Abah Anton dan Sutiaji dalam Pemiluakada Kota Malang 2013), Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2. No. 2

¹⁹ Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm.199

Ahmadi Zubir merupakan seorang Kepala Badan Kesbangpol Kabupaten Kerinci dari Tahun 2014-2020 dan juga Ketua STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh Tahun 2003-2020. Promosi ataupun relasi dari pasangan Ahmadi Zubir-Alvia Santoni tak kalah penting, mereka merupakan kandidat aktif organisasi. Ahmadi Zubir merupakan Ketua PGRI Kecamatan Hamparan Rawang pada tahun 1998 hingga menjadi ketua Karang Taruna Kecamatan Pesisir Bukit tahun 2008.

Hal ini merupakan pemicu kandidat Ahmadi Zubir-Alvia Santoni menang di daerah tersebut dengan perolehan suara di Pesisir Bukit 5.680 jiwa dan Hamparan Rawang 5.229 jiwa. Sedangkan Alvia Santoni saat ini adalah Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi-Sakti Alam Kerinci (STIE-SAK). Alvia Santoni aktif di beberapa organisasi di Kota Sungai Penuh. Saat ini dipercaya sebagai Ketua PSSI Kota Sungai Penuh, Wakil ketua Kamar Dagang Indonesia (Kadin) Kota Sungai Penuh, Sekretaris ICMI Kota Sungai Penuh dan Ketua Ikatan Sarjana Ilmu Ekonomi (ISEI), pembina Karang Taruna Kota Sungai Penuh serta wakil ketua PSPT.²⁰

Komisioner KPU Kota Sungai Penuh Divisi Hukum Johandra saat di konfirmasi rri.co.id Senin (07/12/2020) menjelaskan, untuk pasangan nomor urut 01 atas nama Ahmadi Zubir-Alvia Santoni menyampaikan laporan LPPDK pada pukul 12:24 Wib, sedangkan untuk pasangan nomor urut 02 atas nama Fikar Azami-Yos Adrino menyampaikan laporannya pada pukul 15:14 Wib. Menyampaikan bahwa dana kampanye paslon nomor urut 01 total penggunaan

²⁰ MerdekaPost, Biodata Singkat Dr. Antos Akademisi yang Tiba-tiba Muncul dan Viral di Sungai Penuh Pekan Ini, diakses <https://www.merdekapost.com/2020/09/ini-biodata-singkat-dr-antos-akademisi.html>, tanggal 2 April 2021

dana kampanye nya sebesar Rp.83.490.000, sedangkan paslon nomor urut 02 sebesar Rp.126 juta.²¹

Faktor figur akan dijadikan salah satu faktor penentu kemenangan seorang kandidat. Sedangkan menurut survei yang Lingkaran Survei Indonesia di provinsi, kabupaten dan kota diseluruh Indonesia, dihasilkan bahwa popularitas kandidat merupakan faktor determinan kemenangan kandidat dalam pilukada. Dibanyak tempat calon dari partai-partai besar tumbang oleh calon dari partai kecil.

Referensi dan studi terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini berkaitan dengan Strategi Pemenangan, salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Irmayanti dengan judul “Strategi Pemenangan Andi Irwan Hamid dan Alimin dalam Pilkada Kabupaten Pinrang Tahun 2018” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa strategi pemenangan Andi Irwan Hamid dan Alimin pada pilkada Kabupaten Pinrang Tahun 2018 yaitu intens melakukan kampanye *door to door*, membangun basis massa atau daerah perang politik, memaksimalkan peran keluarga besar, komunikasi politik dalam mencari dukungan, memasifkan penggunaan sosial media *online* dan pemasangan atribut kampanye *offline* (*flyer, banner, baliho*) yang tepat sasaran. Adapun beberapa kendala terjadi di lapangan seperti penolakan tim kampanye di masyarakat karena

²¹KPU Sungai Penuh Terima LPPDK Dari Paslon, diakses pada <https://rri.co.id/jambi/politik-dan-pemerintahan/941953/kpu-sungai-penuh-terima-lppdk-dari-paslon>, tanggal 17 Juni 2021

beberapa faktor diantaranya masyarakat tersebut sudah terlebih dahulu menentukan pilihan yang lain, serta faktor sumber daya manusia yang kurang.²²

Dalam penelitian lain juga ada penelitian mengenai strategi pemenangan Paslon dalam Pilkada, yang dilakukan oleh Surahmadi dengan judul “Strategi pemenangan politik pasangan Idza-Narjo dalam Pemilukada Kabupaten Brebes Periode 2012-2017” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Pertama*, Strategi politik yang diterapkan oleh tim sukses pada Pemilukada Brebes 2012 sangat efektif dalam mendulang suara pemilih masyarakat Brebes. *Kedua*, berkenaan strategi komunikasi politik digunakan untuk memperoleh kemenangan dengan ketokohan dan kelembagaan. *Ketiga*, menciptakan kebersamaan pasangan Idza-Narjo di mana dalam implementasinya. Keempat, membangun consensus yang terdiri dari: (a) Seni berkompromi (b) Bersedia membuka diri dengan cara *open house* menerima tamu (masyarakat) di rumah, mudah dijumpai di kantor maupun di rumah, tidak membedakan status dan ikut bersosialisasi dengan semua lapisan masyarakat.²³

Berdasarkan pemaparan diatas dan didukung oleh penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini, maka penulis tertarik mengangkat sebuah penelitian dalam bentuk skripsi untuk mengetahui strategi pemenangan yang dilakukan oleh pasangan Ahmadi Zubir dan Alvia Santoni dalam meraih kemenangan dan berhasil mengalahkan Paslon yang awalnya di gadang-

²² Irmayanti, Strategi Pemenangan Andi Irwan Hamid Dan Alimin Dalam Pilkada Kabupaten Pinrang Tahun 2018, Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar, 2020, hlm. 1.

²³ Surahmadi, *Strategi pemenangan politik pasangan idza-narjo dalam pemilukada kabupaten brebes Periode 2012-2017*, Jurnal Politika, Vol 7 No 2 October 2016, hlm. 107.

gadangkan akan memenangkan kontestasi pada Pilkada Kota Sungai Penuh Tahun 2020 yang berjudul “**Strategi Pemenangan Walikota dan Wakil Walikota Terpilih Sungai Penuh Tahun 2020**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan beberapa masalah dalam bentuk pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *marketing* politik yang dilakukan Walikota dan Wakil Walikota terpilih Tahun 2020 di Sungai Penuh?
2. Bagaimana pendekatan politik yang dilakukan oleh Walikota dan Wakil Walikota terpilih Tahun 2020 di Sungai Penuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi *marketing* politik yang dilakukan Walikota dan Wakil Walikota terpilih Tahun 2020 di Sungai Penuh.
2. Untuk mengetahui pendekatan politik yang dilakukan oleh Walikota dan Wakil Walikota terpilih Tahun 2020 di Sungai Penuh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai upaya pengembangan pengetahuan ilmu politik.
 - b. Bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan pokok bahasan yang relevan.

- c. Menjelaskan secara akademik mengenai bentuk strategi yang diterapkan oleh Walikota dan Wakil Walikota di Sungai Penuh.
- d. Menjadi salah satu sumber tertulis mengenai strategi pemenangan Walikota dan Wakil Walikota di Sungai Penuh tahun 2020.
- e. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Politik Fakultas Hukum Universitas Jambi.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan acuan bagi kandidat yang akan maju pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Sungai Penuh, terutama yang berkaitan dengan strategi pemenangan dan diharapkan juga dapat menjadi acuan bagi kandidat dalam memilih tim pemenangan dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota daerah Kota/Kabupaten lain.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Strategi *Marketing* Politik

Menurut Arnold Steinberg dalam Nurhidayat strategi adalah rencana atau tindakan. Penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya.²⁴ Dalam proses pemilihan umum ada beberapa hal penting yang harus di pahami oleh pasangan calon untuk memenangkan pemilihan umum dengan memiliki strategi tertentu.

Prihatmoko & Moessafa dalam Nurhidayat menyatakan bahwa strategi adalah segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh

²⁴ M Rico Nurhidayat, *Strategi Pemenangan Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Incumbent Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Pekanbaru Tahun 2017*, JOM FISIP Vol.. 6 : Edisi II Juli – Desember 2019, hlm. 4

kemenangan dalam Pemilu. Strategi menyangkut berbagai kegiatan diantaranya menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, juga untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih. Agar kandidat dapat memenangkan pemilihan umum, ia harus dapat membuat pemilih berpihak dan memberikan suaranya, dimana hal tersebut dapat dilakukan oleh pasangan calon dengan memahami strategi politik seperti membentuk koalisi partai politik dan manajemen isu.²⁵

Pendekatan dan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi bagaimana strategi untuk digunakan agar menang pada pemilihan. Menurut Peter Schorder dalam bukunya Strategi politik mengatakan bahwa:

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. Misalkan pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suara struktur baru dalam administrasi pemerintah atau dijalkannya program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi.²⁶

Untuk mencapai cita-cita politik yang dimaksud, Peter Schorder membagi strategi kedalam dua bagian; strategi menyerang (*ofensif*) dan strategi bertahan (*defensif*).

Strategi menyerang (*ofensif*) yaitu apabila sebuah partai politik ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau ingin meningkatkan perolehan suaranya. Dengan begitu untuk menjalankan strategi ini, dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki pandangan positif terhadap partai sehingga kampanye dapat berhasil. Model strategi ini lebih ditujukan

²⁵ *Ibid*

²⁶ Peter Schorder, *Strategi Politik*, (Jakarta : Nomos baden-baden, 2000), hlm 8.

pada adanya perbedaan-perbedaan yang jelas dan menarik antar partainya dan juga partai politik yang lain, tujuannya untuk mengambil alih pemilihnya.²⁷

Strategi *ofensif* merupakan strategi untuk meningkatkan jumlah pemilihnya atau meningkatkan perolehan suara. Strategi ini ditunjukkan dengan adanya perbedaan yang jelas dan menarik antar partai guna mengambil alih pemilihnya. Berbeda dengan strategi defensif sebagai berikut:

Strategi bertahan (*defensif*) 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.²⁸

Berdasarkan penjabaran tersebut strategi *defensif* merupakan strategi untuk mempertahankan pangsa pasar (politik). Dalam strategi *defensif* partai politik yang berkuasa atau berkoalisi pemerintahan ingin mempertahankan mayoritasnya atau jika pangsa pasar (politik) hendak dipertahankan.

a. Teori *Marketing* Politik

Menurut Nursal dalam dalam Buku *Political Marketing*, mengatakan bahwa:

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.²⁹

²⁷ *Ibid*, hlm. 8.

²⁸ *Ibid*, hlm 8-9

²⁹ Adman Nursal, *Political Marketing*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 74.

Marketing politik memiliki peran untuk menentukan dalam proses demokratisasi. Berbagai teknik yang sebelumnya hanya dipakai dalam dunia bisnis, sekarang ini telah dicangkokkan ke dalam kehidupan politik. Semakin canggih teknik *marketing* yang diterapkan dalam kehidupan politik. Para anggota tim sukses berusaha menjual jago mereka dengan berbagai cara untuk memenangkan pemilihan. Menurut Nursal, mengatakan bahwa:

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.³⁰

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 *positioning* 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.³¹

Berdasarkan penjelasan tersebut sebagai calon kandidat harus mampu menempatkan produk politik dan *image* politik yang berbeda dengan produk

³⁰ *Ibid*, hlm. 75.

³¹ *Ibid*, hlm. 76.

politik lainnya kepada masyarakat yang akan memilihnya pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota.

Marketing yang diadaptasi dalam dunia politik dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas transfer ideologi dan program kerja dan kontestan ke masyarakat. *Marketing* dapat memberikan inspirasi tentang cara suatu kontestan dalam membuat produk berupa isu dan program kerja berdasarkan permasalahan-permasalahan saat ini sedang dihadapi masyarakat.³²

Penjelasan tersebut bahwa *marketing* digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas. *Marketing* politik lebih daripada sekedar komunikasi politik. *Marketing* politik diaplikasikan dalam seluruh proses organisasi partai politik. 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*) untuk mengendalikan perilaku pemilih secara efisien. Kerangka kerja mengintegrasikan elemen pemasaran politik menekankan pentingnya riset pasar.³³

Strategi 4P dalam politik mempunyai nuansa berbeda dengan apa yang diterapkan di dunia usaha dalam kehidupan sehari-hari. 4P dalam dunia politik dijelaskan sebagai berikut:

1) Produk

Produk yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau seorang kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh

³² Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 148.

³³ Hari Setiawan, Jurnal: “*Pengaruh Political Marketing*”, 2017

karakteristik produk itu sendiri. Pemahaman pemilih juga memainkan peranan penting dalam memaknai dan menginterpretasikan sebuah produk politik.³⁴

2) Promosi

Sebagian besar literatur dalam *marketing* politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi ide, *platform* partai dan ideologi selama kampanye pemilu. Tidak jarang institusi politik bekerja sama dengan sebuah iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra untuk ditampilkan.

3) Harga

Harga dalam *marketing* politik mencakup banyak hal, mulai dari ekonomi psikologi sampai citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut bisa memberikan citra positif suatu negara dan menjadi kebanggaan nasional atau tidak.

4) Tempat

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Sebuah institusi politik harus bisa mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat.

b. Manajemen *Marketing* Politik

Strategi pemasaran berperan penting dalam kesuksesan pemilu. Dalam konteks manajemen, strategi dikenal dengan istilah *management strategic*. Selain

³⁴ Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 200

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 menggunakan kerangka berfikir strategi pemasaran yang juga dipakai dalam strategi politik, antara lain:

1) *Segmentasi*

Segmentasi adalah pemilihan kelompok orang dengan suatu cara yang sama memberikan tanggapan terhadap seperangkat rangsangan pemasaran tertentu. Jelasnya, segmen adalah suatu kelompok mempunyai tanggapan yang sama. Partai politik pun sudah banyak tidak lagi menganut pemasaran secara massal, tetapi menggunakan segmentasi pasar agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

Segmentasi perlu dilakukan dalam rangka untuk melakukan identifikasi dan klasifikasi karakteristik kelompok masyarakat agar penerapan strategi dan taktik tim pemenangan dapat berjalan efektif dan efisien

2) *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. Perlu juga di analisis sebaran pemilih secara geografis dan bagaimana cara mendekati para pemilih secara efektif dan juga efisien.³⁵

Dalam *Targetting*, yang pertama kali dilakukan adalah membuat standar dan acuan pengukuran masing-masing segmen politik. Standar yang digunakan

³⁵ Doddy Rudianto, *Manajemen Pemasaran Partai Politik: Segmentation, Targetting, Positioning*, (Jakarta: Citra Mandala Pratama, 2003), hlm 21.

sebagai acuan yaitu menggunakan jumlah besaran pemilih, jadi wilayah mana yang penduduknya penuh dengan pemilih atau populasi yang banyak, karena merekalah penyumbang suara terbanyak pada saat Pilkada.

3) *Positioning*

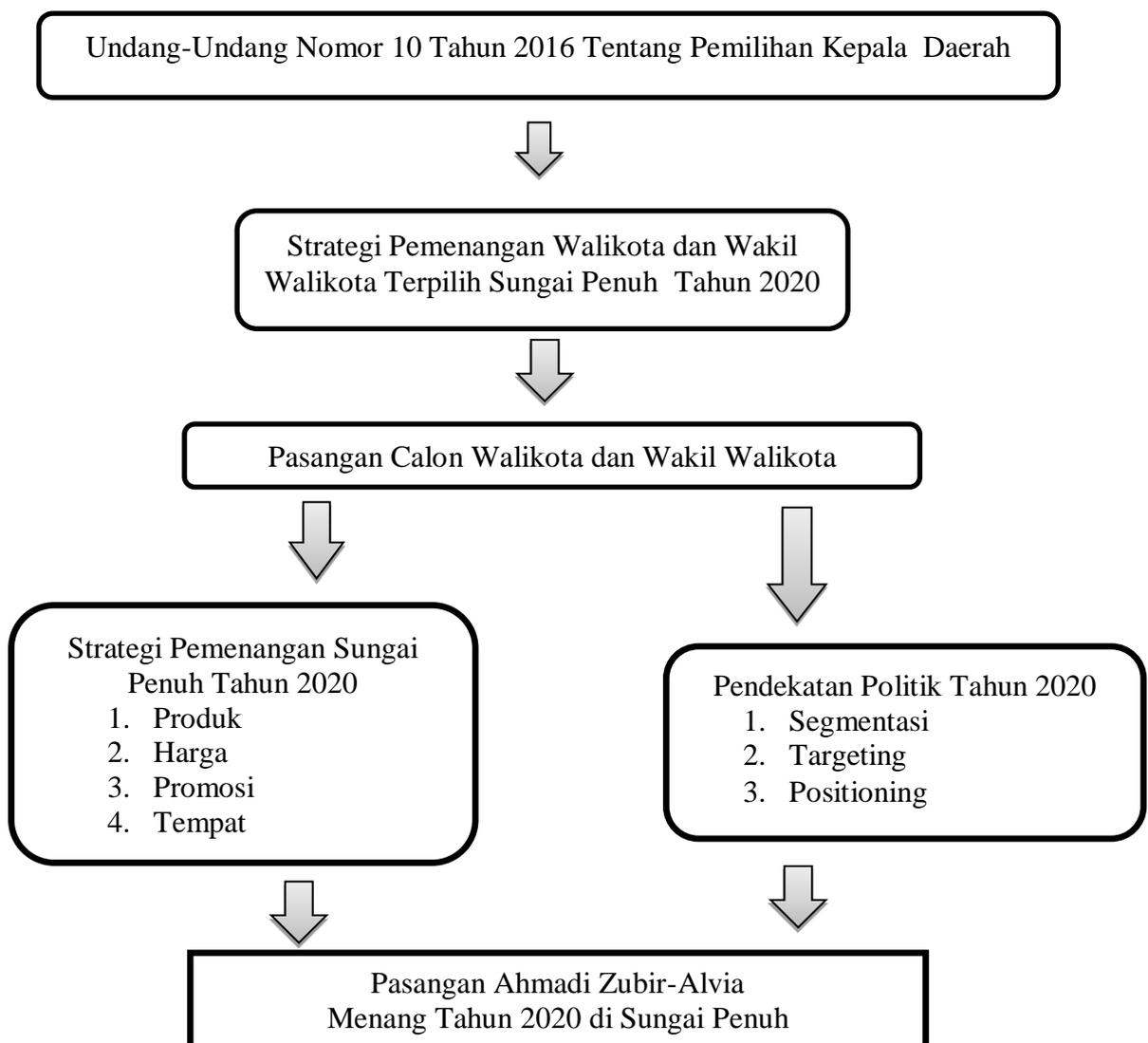
Positioning adalah usaha pesan politik atau menjejalkan sesuatu mengenai sebuah partai politik kedalam konsituen dan calon konsituen. *Positioning* juga berarti strategi komunikasi untuk menanamkan citra tertentu kepada suatu kelompok pemilih.³⁶

Ketika konsep *positioning* tersebut diadopsi dalam konteks politik dalam iklim persaingan calon yang sedang berkontestasi harus mampu menempatkan produk politik dan *image* politiknya dalam benak masyarakat yang menjadi konstituen atau pemilih dalam suksesi politik tersebut. Kaitannya dalam kampanye politik, calon harus mampu menyampaikan dan menawarkan program yang berbeda dengan calon pesaing lainnya, termasuk bagaimana kemasan pesan tersebut dibuat berbeda dengan calon lainnya. Sebab jika program dan kemasan yang digunakan memiliki kesamaan dengan calon pesaing lainnya, maka pemilih akan merasakan tidak ada bedanya. Pada akhirnya pemilih akan merasa tidak akan menghasilkan hal atau sesuatu yang berbeda. Pembedaan inilah yang dilakukan dalam *positioning* politik untuk menghasilkan kesan khusus dibenak pemilih.

³⁶ Adman Nusrul, *Political Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka 2004), hlm 15

1.6. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir berarti menyusun langkah-langkah sistematis dalam mengolah konsep-konsep kedalam proses penteorian yang akan dibuat dalam sebuah penelitian. Misalnya ada pendekatan, penentuan konsep/teori-teori apa yang akan digunakan dan sampai kepada proses analisis dan simpulan penelitian.³⁷



³⁷Ikbar Yanuar, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2012, hlm. 96.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tersebut. Adapun metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.7.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif mengenai data tertulis maupun kata-kata lisan dan tingkah laku sehingga dapat diamati dari orang-orang yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi analisis data bersifat induktif, hasil penelitian menekankan pada makna generalisasi.³⁸

Metode kualitatif adalah metode penelitian untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi. Dalam penelitian ini, menggunakan penelitian metode kualitatif penelitian deskriptif.

Pendekatan kualitatif diartikan sebagai pendekatan untuk menghasilkan data, tulisan dan tingkah laku sehingga dapat diamati data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya.

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm, 9.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Sungai Penuh tepatnya pada tim pemenangan Ahmadi Zubir dan Alvia Santoni.

1.7.3 Fokus Penelitian

Penentuan fokus didasarkan pada tingkat kebaruan informasi diperoleh dari situasi sosial (lapangan). Fokus penelitian ini diperoleh setelah peneliti melakukan penjelajahan umum, dari penjelajahan umum ini peneliti akan memperoleh gambaran umum menyeluruh dan masih pada tahap permukaan terhadap situasi sosial. Untuk dapat memahami secara lebih luas dan mendalam, maka diperlukan pemilihan fokus penelitian mengenai Strategi Pemenangan Walikota dan Wakil Walikota Sungai Penuh Tahun 2020.

1.7.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) untuk menjaga fokus penelitian dengan penjelasan sebagai berikut:

a) Data Primer

Untuk mendapatkan data primer, dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara yang merupakan proses tanya jawab secara langsung yang ditujukan kepada informan di lokasi penelitian dengan menggunakan panduan atau pedoman wawancara. Wawancara dengan melakukan komunikasi secara langsung untuk mendapatkan informasi secara mendalam dengan mengeksplorasi pertanyaan-

pertanyaan pada informan dengan mengacu pada panduan wawancara yang telah dirumuskan peneliti, sehingga data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut merupakan data pendukung bagi terlaksananya penelitian.

b) Data sekunder

Data sekunder merupakan semua data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dari buku-buku referensi, jurnal yang sesuai dengan objek kajian penelitian serta dengan permasalahan dalam hal ini mengenai Strategi Pemenangan yang dilakukan oleh Walikota dan Wakil Walikota Sungai Penuh Tahun 2020.

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 sampling yang digunakan adalah *Snowball sampling* yaitu memilih sample yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya.³⁹

Selain *snowball sampling*, juga digunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan *sampling* dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 85.

purposive sampling karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis juga menambahkan teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel. Dalam penelitian ini yang menjadi informan sebagai berikut:

Tabel 1.3
Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Ahmadi Zubir	Walikota terpilih Sungai Penuh 2020
2	Fadli Khairon	Komisioner KPU Kota Sungai Penuh Divisi SDM dan Partisipasi Masyarakat
3	Joni Arman	Komisioner Bawaslu Kota Sungai Penuh Divisi Pengawasan
4	Andi Oktavian	Ketua DPC PPP Sungai Penuh
5	Sofyardi	Sekretaris DPD Partai Berkaya Kota Sungai Penuh sekaligus Sekretaris Tim Pemenangan
6	Muhammad Awal	Sekretaris Tim Pemenangan Keluarga
7	H. Livia Warman	Ketua Lembaga Adat Kota Sungai Penuh
8	Panto	Tokoh Masyarakat Kota Sungai Penuh

9	Saiful	Tokoh Masyarakat Kota Sungai Penuh
10	Dede Pramurza	Pengamat Politik Kota Sungai Penuh
11	Iskandar, Riki, Silvi, Tomi, Tuah, Ramli, dan Alvin	Masyarakat Kota Sungai Penuh

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan melalui:

a. Wawancara (*Indeepth interview*)

Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan narasumber dengan berpedoman pada *interview guidances* dan disusun sebelumnya. Pemberian pertanyaan kepada informan dilakukan secara terbuka dan fleksibel sesuai dengan perkembangan selama proses wawancara dalam rangka menyerap informasi mengenai persepsi, pola maupun pendapat-pendapat dari informan tersebut. Apabila informasi dianggap sudah memenuhi tujuan penelitian maka pengajuan pertanyaan atau penjaringan informasi akan diakhiri. Wawancara ini digunakan untuk mengungkapkan masalah yang sedang diteliti. Wawancara dilakukan untuk mencari data-data untuk diketahui melalui informan penelitian.

b. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen yang memiliki

keterkaitan dengan penelitian ini, seperti buku, jurnal, surat kabar, artikel, dan website.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana data penting dan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dapat diceritakan kepada orang lain.⁴⁰

Susan Stainback dalam Sugiyono mengemukakan bahwa analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi.⁴¹

Berdasarkan hal tersebut diatas dapat dikemukakan disini bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Reduksi adalah memilih data atau informasi hasil

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 244.

⁴¹ *Ibid*, hlm. 245.

pengumpulan data yang berkaitan dengan topik penelitian dan membuang informasi atau data yang tidak berhubungan dengan topik penelitian. Penyajian adalah menampilkan atau memaparkan data (informasi) yang diperoleh dalam proses pengumpulan data. Penarikan kesimpulan proses analisis data atau informasi yang kemudian bermuara pada kesimpulan penelitian.

Adapun langkah-langkah menganalisis data sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Data yang didapat dilapangan, diketik atau ditulis rapi, terinci, serta sistematis, setiap selesai pengambilan data. Data-data terkumpul semakin bertambah, oleh sebab itu laporan dianalisis sejak dimulainya penelitian atau setiap data baru didapatkan. Data-data tersebut kemudian direduksi, dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan tema penelitian.

b. Penyajian Data

Peneliti melakukan penyajian informasi dalam bentuk uraian singkat, bagan. Peneliti menyajikan data berupa deskripsi untuk menggambarkan dengan jelas akar permasalahan pada penelitian yang telah dilakukan, sehingga akan memudahkan penulis untuk membaca bagian data yang dimengerti. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak terbenam dengan setumpuk data.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dimana peneliti menjelaskan bagaimana proses pengumpulan data dari awal. Dalam hal ini peneliti telah memahami apa arti dari berbagai hal yang ditemukan di lapangan, mulai dari pencatatan, pola-pola

sistematis penelitian, pencatatan-pencatatan data wawancara yang telah didapatkan dari beberapa informan, konfigurasi-konfigurasi, penggunaan alur sebab-akibat, dan menarasikan data dan fakta serta referensi buku sosial dan politik. Hal itu kemudian diverifikasi dengan temuan-temuan data selanjutnya dan akhirnya sampai pada penarikan kesimpulan yang merupakan bagian akhir dari penelitian penulis dalam menganalisis suatu masalah yang lebih spesifik dengan teori-teori yang sesuai.

1.7.8 Keabsahan Data/ Triangulasi

Triangulasi menurut Lexy J. Meloeng adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data.⁴²

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena penelitian sehingga dapat dipahami dengan baik maka diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang berbeda-beda memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang andal. Oleh karena itu triangulasi merupakan usaha mengecek kebenaran data atau informasi diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang berbeda dengan cara mengurangi bias pada saat pengumpulan dan analisis data.

⁴²*Ibid*, hlm. 166.