

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara sistem, Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi, yang berarti bahwa pemerintahan dijalankan dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat.¹ Menurut Joseph A. Schumpeter, demokrasi adalah fase pengambilan keputusan politik di mana peran individu memperoleh otoritas untuk membuat keputusan melalui perjuangan kompetitif untuk memperoleh suara rakyat.

Secara konvensional, suatu negara dikatakan demokratis apabila pemerintahannya dibentuk atas kehendak rakyat, yang ditunjukkan dalam pemilihan umum secara kompetitif dengan memilih orang-orang yang akan menduduki jabatan publik, serta hak politik dan sipil dijamin oleh hukum.²

Demokrasi dijalankan melalui mekanisme Pemilu, yang dipandang sebagai simbol sekaligus lambang dan tolak ukur negara demokrasi tahap untuk memegang posisi jabatan publik di sistem politik Indonesia tepatnya melalui proses pemilihan umum. Bahwa hasil pemilihan umum yang dilakukan secara terbuka, dengan kebebasan berpendapat dan berserikat, benar-benar mencerminkan partisipasi dan

¹ Anton Handoyo 2014 *Demokrasi dan pendidikan demokrasi peliknya realisasi kedaulatan rakyat* (Yogyakarta: Sanata dharma university press) hlm. 5.

² Muslim Mufti dan Didah Durrotun Naafisah, 2013 *Teori-Teori Demokrasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 23.

keinginan masyarakat. Pemilu diharapkan dapat memilih wakil rakyat yang dapat memahami keinginan rakyat, terutama dalam proses perumusan kebijakan publik dengan sistem pergantian kekuasaan. Negara-negara yang menerapkan pandangan sebagai negara hukum, di mana pemerintah harus memaksakan kehendaknya berdasarkan hukum atau menjalankan kekuasaannya berdasarkan undang-undang, mengalami peningkatan demokrasi.³ Peserta Pemilu adalah partai politik, partai politik mengajukan kandidat dalam pemilihan umum untuk kemudian dipilih langsung oleh rakyat.⁴

Pemilu merupakan mekanisme demokrasi untuk memilih seseorang yang akan mewakili rakyat dan memimpin pemerintahan.⁵ Pemilihan umum, yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang menjelaskan bahwa setiap lima tahun sekali Pemilihan umum dilaksanakan secara efektif dan efisien berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.⁶

Dengan komitmen bahwa pemilihan umum harus dilaksanakan secara lebih berkualitas yaitu langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (luberjurdil) dengan

³ Syaiful Asmi Hasibuan, 2023 “Sistem Pemilihan Umum Dalam Kaitan Dengan Negara Demokrasi,” *Warta Dharmawangsa* 17, no: 602–9.

⁴ Sarbaini, “Demokrasi Indonesia,” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, no. 4 (2018): 1–31.

⁵ Nanik Prasetyoningsih, 2014 “Dampak Pemilihan Umum Serentak Bagi Pembangunan Demokrasi Indonesia,” *Jurnal Media Hukum* 21, no. : 1—23.

⁶ Pemerintah Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah,” no. 2: 149.

partisipasi publik yang lebih besar. Dengan harapan bahwa pemilihan umum untuk memilih anggota lembaga perwakilan harus memiliki kemampuan untuk memastikan prinsip keterwakilan, akuntabilitas, dan legitimasi.⁷ Salah satu lembaga yang dipilih langsung oleh masyarakat dan memiliki peran penting sebagai perwakilan rakyat adalah anggota DPRD Kabupaten. DPRD merupakan lembaga legislatif yang berfungsi sebagai bagian dari pemerintahan daerah, yakni mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingan rakyat, Menyusun anggaran pendapatan belanja daerah serta mengawasi peraturan daerah dan perundang-undangan lainnya.⁸

Di Kabupaten Kerinci, setiap dapil mengirimkan beberapa wakil ke DPRD, berdasarkan alokasi kursi yang tersedia di masing-masing dapil. KPU Kabupaten Kerinci menginformasikan Anggota DPRD terpilih di Kabupaten Kerinci sebanyak 30 orang yang tersebar di V Daerah Pilihan yang berasal dari 11 partai politi, yakni Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Demokrat, Partai Perindo, dan Partai Persatuan Pembangunan.⁹

⁷ Social-political Governance, Wahyu Hindiawati, and Universitas Wisnuwardhana Malang, 2024 “Pengaturan Pemilihan Umum Dan Pemilihan Kepala Daerah Yang Efektif Pasca Perubahan Uud 1945 Sebagai Wujud Negara Hukum” 4, no. 1: 190–98.

⁸ Inu Kencana Syaffie, Azhari 2019 *Sistem Politik Indonesia* (Bandung: PT Refika Aditama) hlm. 64.

⁹ Komisi Pemilihan umum kabupaten Kerinci, “Penetapan Perolehan Kursi Partai Politik Kabupaten Kerinci Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024,” Tirto.Id, 2024, Diakses tanggal 21 September 2024 Pukul 07.48.

Daerah pilihan 1 meliputi Kecamatan Gunung Kerinci, Siulak, dan Siulak Mukai. Daerah Pilihan II meliputi Kecamatan Kayu Aro, Gunung Tujuh, dan Kayu Aro Barat. Daerah Pilihan III meliputi Kecamatan Air Hangat, Air Hangat Timur, Depati Tujuh, dan Kecamatan Air Hangat Barat. Daerah Pilihan IV meliputi Kecamatan Danau Kerinci, Sitinjau Laut, Batang Merangin, dan Tanah Cogok. Daerah Pilihan V meliputi Kecamatan Gunung Raya, Keliling Danau, Bukit Kerman, dan Danau Kerinci Barat. Dengan jumlah 30 kursi dari 11 partai politik.¹⁰ Seperti tabel berikut menunjukkan komposisi partai politik dan nama-nama anggota DPRD Kabupaten Kerinci yang terpilih dalam pemilihan legislatif tahun 2024. Tabel ini menggambarkan hasil akhir dari pemilihan, mencakup distribusi kursi di DPRD serta anggota yang berhasil terpilih berdasarkan dukungan suara dari masyarakat.

Tabel 1
Komposisi DPRD Kabupaten Kerinci Tahun 2024

No	Nama Partai	Perolehan Kursi	Perolehan Suara
1.	PKB	2 Kursi	13.532
2.	Gerindra	5 Kursi	22.052
3.	PDI-P	2 Kursi	11.813
4.	Golkar	4 Kursi	25.926
5.	Nasdem	4 Kursi	18.707
6.	PKS	3 Kursi	15.224
7.	Hanura	1 Kursi	5.557
8.	PAN	3 Kursi	17.022

¹⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_daerah_pemilihan_kabupaten/kota_di_Jambi diakses tanggal 21 September 2024 Pukul 07.48.

9.	Demokrat	3 Kursi	16.794
10.	Perindo	1 Kursi	4.185
11.	PPP	2 Kursi	8.257

Sumber Data: KPU Kabupaten Kerinci

Tabel 2
Nama-Nama Anggota DPRD Kabupaten Kerinci Serta Jumlah Perolehan Suara
Dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2024

No	Nama	Partai	Dapil	Suara Sah
1	Iqbal Arif Pratama	PKB	1	3.374
2	Tomi Emiral	PKB	3	2.346
3.	Irwandri	Gerindra	1	3.267
4.	Mariyus	Gerindra	2	2.677
5.	Mhd Ridho Syahlindra	Geindra	3	3.762
6.	M.Yunus	Gerindra	4	2.296
7.	Andespa Kendora	Gerindra	5	2.998
8.	Joni Efendi	PDI-P	1	2.064
9.	Adi Purnomo	PDI-P	2	1.728
10.	Jumadi	Golkar	2	6.290
11.	Ismaludin	Golkar	2	1.664
12.	Boy Edwar	Golkar	3	2.793
13.	Irwandi	Golkar	4	3.241
14.	Zakaria	Nadem	2	2.076
15.	dr. Surmila Apri Yulisa	Nasdem	3	3.206
16.	Zulkismi	Nasdem	3	2.295
17.	Masykur	Nasdem	5	1.595
18.	Jafrul	PKS	3	1.733

19.	Novandri Panca Putra	PKS	4	2.919
20.	Musrizal	PKS	5	1.927
21.	Deki Almitas	Hanura	1	2.718
22.	Dosi Arafik	PAN	2	2.935
23.	Zulfikar	PAN	4	3.238
24.	Muksin Zakaria	PAN	5	2.048
25.	Yuza Dwiki Norpan	Demokrat	1	1.957
26.	Lisnurbani	Demokrat	2	2.487
27.	Piqri Elfanda Putra	Demokrat	4	4.293
28.	Angra Pradana	Perindo	5	2.998
29.	Eliysunadi	PPP	3	1.456
30.	Bir Ali	PPP	5	2.082

Sumber Data: KPU Kabupaten Kerinci

Pada Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Kabupaten Kerinci, khususnya di Daerah Pemilihan II yang meliputi Kecamatan Gunung Tujuh, Kecamatan Kayu Aro, dan Kecamatan Kayu Aro Barat, Jumadi tampil sebagai kandidat baru yang di usung oleh Partai Golkar. Kehadirannya dalam kontestasi politik ini mendapatkan sambutan positif dari masyarakat. Jumadi berhasil memperoleh satu kursi di DPRD Kabupaten Kerinci untuk periode 2024-2029 dengan capaian yang sangat signifikan. Ia memperoleh suara terbanyak di antara para calon dari partai politik lainnya, dengan total perolehan suara sebesar 6.290 suara.

Di Kabupaten Kerinci terdapat fenomena politik yang menarik, dimana latar belakang Jumadi yang merupakan anggota legislatif baru diusung oleh Partai Golkar pada Pemilu 2024, Sebelumnya, Jumadi bukan merupakan kandidat yang berasal dari

keluarga politisi orang tuanya adalah seorang Petani sukses. Pada tahun 2020 Jumadi menjabat sebagai Kepala Desa di Desa Sungai Asam dan dikenal luas sebagai pengusaha sukses yang populer di Daerah Kerinci. Popularitas yang diperoleh Jumadi sebagai pengusaha memainkan peran signifikan dalam memperkuat legitimasi pencalonannya sebagai calon legislatif.

Statusnya sebagai sosok yang sukses dalam dunia ekonomi memberikan daya tarik tersendiri, terutama dalam membangun citranya sebagai kandidat yang kredibel dan berpotensi membawa perubahan positif bagi masyarakat. Selain popularitasnya sebagai pengusaha yang sukses, Jumadi pada tahun 2020 selama masa jabatannya sebagai Kepala Desa di Desa Sungai Asam, dikenal dengan gaya kepemimpinan yang suportif, ditandai dengan sikap ramah, kepedulian yang kuat terhadap masyarakat, serta responsivitas terhadap kebutuhan masyarakat.

Selama masa kepemimpinannya di Desa Sungai Asam, Jumadi menerapkan kebijakan lokal yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Pembangunan infrastruktur jalan yang rusak akibat longsor memperkuat aksesibilitas dan konektivitas antar wilayah, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui pemanfaatan media sosial sebagai platform informasi, Jumadi memastikan keterbukaan dan partisipasi aktif warga dalam mendukung program-program desa. seperti, pemberian bantuan langsung tunai dan sembako bagi warga kurang mampu, terutama saat masa sulit, memperkuat solidaritas sosial dan hubungannya dengan masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media sosial, memastikan aspirasi masyarakat ditanggapi

dengan cepat dan tepat, memberikan dampak positif dan perubahan signifikan bagi masyarakat Desa Sungai Asam.¹¹

Dalam rangka proses pencalonan pada Pemilihan Legislatif tahun 2024, Jumadi aktif terlibat dalam berbagai acara seperti parade budaya dan melakukan sosialisasi secara intensif sebagai Calon legislatif. pada setiap kesempatan, ia menyampaikan visi dan misi yang diusung untuk periode 2024-2029 dengan komitmen menjadi jembatan aspirasi masyarakat. Jumadi menegaskan bahwa setiap aspirasi yang disampaikan oleh warga akan ditampung dan diperjuangkan dengan sungguh-sungguh ketika ia menduduki kursi DPRD Kabupaten Kerinci melalui pendekatan inklusif dan responsif ini Jumadi bertekad untuk menciptakan perubahan yang nyata dan membawa aspirasi masyarakat menjadi kenyataan.

Kemenangan Jumadi sebagai anggota legislatif baru di Daerah Pemilihan II mendapat perhatian positif. Kehadirannya dipercaya oleh masyarakat sebagai simbol harapan baru dalam ranah politik, dengan potensi untuk membawa perubahan dan inovasi dalam proses pembuatan kebijakan lokal. Meskipun calon legislatif baru sering kali dianggap belum memiliki reputasi politik yang kuat dibandingkan kandidat yang lebih berpengalaman, namun Jumadi berhasil menunjukkan bahwa hal itu bukanlah penghalang, dan jumadi mampu meraih elektabilitas dari masyarakat.¹²

¹¹ <https://gardaterkini.com/m/read-135826-2024-01-18-masyarakat-sebut-jumadi-caleg-golkar-dapil-2-kerinci-lewat-jalan-tol-menuju-kursi-dprd-kerinci.html> diakses tanggal 23 September 2024 Pukul 11.38.

¹² <https://www.hang-tuah.com/jalan-tol-jumadi-caleg-dprd-kabupaten-kerinci/> diakses 23 September 2024 Pukul 13.52.

Keberhasilan Jumadi mendapatkan kursi di DPRD Kabupaten Kerinci menunjukkan bahwa hubungan dekat dengan masyarakat, memiliki pengaruh yang lebih besar dalam memenangkan pemilu dibandingkan pengalaman politik formal. Ini menegaskan bahwa keterlibatan aktif dan dukungan masyarakat dapat menjadi kekuatan utama bagi calon legislatif baru untuk meraih kemenangan.

Strategi politik penting untuk melaksanakan kegiatan politik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Setiap partai atau kandidat dalam Pemilu tentunya berusaha untuk meraih kemenangan.¹³ Untuk meyakinkan masyarakat bahwa calon legislatif baru layak dipercaya, Jumadi tentu menggunakan pendekatan yang tepat dengan menerapkan strategi yang pas agar calon legislatif baru dianggap layak dipercaya dan meraih kemenangan.

Penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan untuk penelitian ini adalah penelitian Rinda Audina Sinurat “Strategi Pemenangan Frans Sugama Tambunan Pada Pemilihan Legislatif Kota Jambi Tahun 2019” Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan berfokus pada kekuatan serta strategi politik yang diterapkan oleh Frans Sugama Tambunan. Frans Sugama Tambunan adalah seorang kader muda PDI-P yang berhasil terpilih sebagai anggota DPRD. Pengalamannya yang luas di berbagai organisasi kemasyarakatan, serta kiprahnya sebagai aktivis mahasiswa saat

¹³ Muhamad Sepriansyah, Yazwardi Yazwardi, and Yulion Zalpa, 2021 “Strategi Dan Marketing Politik Caleg Anwar Al Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel,” *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization* 2, no. 157–67.

menempuh pendidikan, memberikan dasar kuat bagi perjalanan politiknya, sehingga bisa memenangkan kontestasi politik kota jambi 2019.¹⁴

Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan jenis teori indikator untuk menyelesaikan masalah, dalam penelitian Rinda menggunakan teori strategi politik oleh (Peter Schroder, 2004), dan dalam penelitian Rinda, Frans Sugmana Tambunan, yang dikenal sebagai aktivis mahasiswa dan aktif dalam berbagai organisasi kemasyarakatan, berhasil memenangkan pemilihan legislatif di Kota Jambi tahun 2019 dengan dukungan dari Partai PDI-P.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis teori marketing politik oleh Firmanzah dan menggunakan 4 program indikator menurut Niffengger (1989) untuk mengetahui dan menganalisis terkait strategi apa yang akan dilakukan Jumadi dalam pemilihan legislatif sebagai legislatif baru dan mendapatkan perolehan suara yang sangat signifikan ,4P untuk mengetahui strategi marketing politik Jumadi seperti *Product*, *Promotion*, *Price*, *Place*. dan dalam penelitian ini menyoroti Jumadi, yang memiliki latar belakang sebagai kepala desa menjabat selama 2 tahun mampu membawa perubahan desa yang sangat baik dan memiliki solidaritas yang tinggi serta dikenal sebagai pengusaha sukses dan populer di kalangan masyarakat kabupaten kerinci. Dengan dukungan Partai Golkar, Jumadi berhasil meraih suara terbanyak dibandingkan calon-calon dari partai lain, dan mengamankan satu kursi di DPRD Kabupaten Kerinci.

¹⁴ Rinda Audina Sinurat. 2023. Strategi Pemenangan Frans Sugama Tambunan Pada Pemilihan Legislatif Kota Jambi Tahun 2019. *Skripsi*. Jambi: Universitas Jambi.

Penelitian yang kedua, adalah penelitian Bintang Widiowati “Strategi Pemenangan Caleg Partai Gerindra Dalam Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus Bambang Pudjianto Dapil II Kabupaten Sidoarjo)” Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada keberhasilan Bambang Pudjianto dalam terpilih kembali sebagai anggota DPRD Kabupaten Sidoarjo. Kesuksesan tersebut tidak terlepas dari modal citra sebagai tokoh muda yang telah menjabat sebagai petahana selama dua periode. Selain itu, posisinya sebagai pimpinan DPD Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo turut memperkuat basis dukungannya di masyarakat. Kombinasi antara pengalaman politik dan sebagai petahana kepemimpinannya di partai memberikan Bambang keunggulan dalam meraih simpati dan dukungannya terhadap masyarakat sehingga mempermudah kemenangannya.¹⁵

Perbedaan dalam penelitian ini, yaitu lokasi penelitian Bambang Widiawati berada di Dapil II Kabupaten Sidoarjo meliputi cand, tanggulangin, porong dan jabon yang dengan menyoroti seorang calon legislatif (caleg) muda yang telah terpilih dan memiliki pengalaman politik secara luas yaitu seorang petahana dari Partai Gerindra di Kabupaten Sidoarjo yang sudah menjabat selama dua periode berhasil memenangkan pemilihan legislatif tahun 2019.

¹⁵ Bintang Widiowati. 2019 Strategi Pemenangan Caleg Partai Gerindra Dalam Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus Bambang Pudjianto Dapil II Kabupaten Sidoarjo). Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.

Dalam penelitian ini berada di Dapil II Kabupaten Kerinci, Gunung tujuh, kayu aro dan kayu aro barat. Dan berfokus pada Jumadi, seorang caleg baru yang berhasil memenangkan pemilihan legislatif tahun 2024 yang belum memiliki reputasi politik yang kuat dibandingkan calon legislatif yang sudah berpengalaman atau senior dan dapat meraih suara terbanyak diantara 30 Calon Kandidat mulai dari Dapil I, Dapil II, Dapil III, Dapil IV Dan Dapil V.

Penelitian yang ketiga, adalah penelitian Lilis Kholidah “Strategi kemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif di Kabupaten Indramayu tahun 2019” penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang mengkaji calon legislatif mudah kader PDI-P Anggi Noviah, berhasil memenangkan hati masyarakat, di usia yang masih 23 tahun, Kabupaten Indramayu dikenal sebagai salah satu basis suaranya terbesar bagi Partai Golongan Karya (Golkar) di Jawa Barat. Masyarakat di daerah ini cenderung menaruh kepercayaan besar pada pemimpin yang berasal dari Partai Golkar. Namun Anggi Novia sebagai calon baru dari kader PDI-P mampu memenangkan pemilihan calon legislatif di Kabupaten Indramayu.¹⁶

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu, terletak mengenai strategi kemenangan yang dilakukan oleh Anggi Noviah yaitu menggunakan strategi politik menurut Peter Schroder, analisis SWOT, branding dan positioning, dan marketing politik. Lilis Kholidah menemukan pelaksanaan strategi kemenangan ini dimulai dengan pembentukan

¹⁶ Lilis Kholidah. 2020 Strategi kemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif di Kabupaten Indramayu tahun 2019. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

tim pemenangan yang dinamakan Tim Gisell, Kampanye Door To Door dengan memanfaatkan analisis SWOT, dan Branding dengan tujuan mencari pendukung sebanyak-banyaknya agar dapat memenangkan pemilihan umum Anggi Novia yang merupakan caleg perempuan mudah dari partai PDI-P yang berhasil memenangkan pemilihan legislatif, di kabupaten Indramayu yang dikenal menaruh kepercayaan pada pemimpin yang berasal dari partai Golkar.

Dalam penelitian ini, jumadi sebagai caleg baru dan dikenal sebagai pengusaha sukses dibidang ekonomi dan pernah menjabat sebagai kepala desa selama 2 periode melakukan kampanye secara instan pada saat acara formaul maupun non formal. Jumadi berasal dari partai Golkar yang dipercaya masyarakat menjadi anggota Legislatif di Kabupaten Kerinci yang perolehan kursi mayoritas diraih oleh partai Gerindra, namun elektabilitasnya sebagai calon legislatif baru dari partai Golkar dipercaya membawa perubahan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam strategi yang digunakan oleh Jumadi sebagai calon legislatif baru. Penelitian ini akan mengkaji secara lebih rinci berbagai pendekatan yang diambil oleh Jumadi dalam upaya meraih kemenangan. Dengan demikian, fokus utama penelitian ini adalah menganalisis lebih lanjut tentang “Strategi Pemenangan Jumadi pada Pemilihan Legislatif tahun 2024 di Kabupaten Kerinci.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini akan merumuskan suatu pokok permasalahan utama yaitu, Bagaimana strategi pemenangan Jumadi pada pemilihan legislatif tahun 2024 sehingga bisa memperoleh suara yang sangat signifikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah, Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemenangan Jumadi pada pemilihan legislatif tahun 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti dari penelitian ini, adalah:

a. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, Penulis berharap penelitian ini akan mengajarkan sesuatu yang bermanfaat bagi pengembangan Ilmu politik, khususnya tentang strategi pemenangan Jumadi dalam pemilihan legislatif.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau pertimbangan untuk penelitian berikutnya oleh rekan-rekan mahasiswa dan masyarakat luas, serta untuk memberi penulis lebih banyak wawasan untuk memenuhi syarat akademik dan menyelesaikan suatu titik program studi Ilmu Politik Universitas Jambi.

1.5 Landasan teori

1.5.1 Teori Marketing Politik

Marketing politik merupakan penggunaan penelitian opini dan analisis lingkungan oleh partai atau kandidat untuk menghasilkan dan mempromosikan penawaran kompetitif yang akan membantu mewujudkan tujuan organisasi dan memuaskan kelompok pemilih dengan imbalan suara mereka. Pemasaran politik menyiratkan penggunaan alat, teknik, dan metode pemasaran dalam proses politik. Hal ini dapat dilihat pada proses pendefinisian publik, penggunaan iklan dan selebriti hingga pembingkai program dan penggunaan pesan politik yang tepat.¹⁷

Haroen mengatakan Marketing politik diperlukan untuk menghadapi persaingan dalam memperebutkan pasar (*market*), yang dalam hal ini adalah para pemilih.¹⁸ Begitu juga halnya dalam marketing politik. Adanya penjual yang disebut para komunikator politik sedangkan si pembeli adalah khalayak politik atau dikenal konstituen, Untuk menjual produk- produk politik, para pelaku politik memerlukan teknik-teknik komunikasi marketing politik, dengan tujuan supaya khalayak politik atau konstituen) mendukung dan memberikan suara kepada aktor atau lembaga/partai yang memberi mereka janji-janji politik.¹⁹ partai politik dan calon peserta pemilihan umum menyusun strategi yang tepat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-

¹⁷ Nanda Dwi Rizkia, 2022 *Marketing Politik, Peran Marketing Politik Dalam Politik* (Bandung: Widina Bhakti Persada,) hlm, 110.

¹⁸ Fajar Setyaning Dwi Putra, 2022 *Marketing Politik Teori dan Konsep* (Bandung: Widina Bhakti Persada,) hlm. 2.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 40.

undangan yang berlaku untuk memenangkan pemilihan umum secara sah. Beberapa disiplin ilmu digunakan untuk membuat perencanaan kampanye lebih fokus, efektif dan efisien. Diharapkan dengan memanfaatkan fasilitas dan sumber daya yang ada serta menerapkan konsep manajemen komunikasi diharapkan komunikasi politik tetap terbuka, kreatif, edukatif dan demokratis.²⁰

Penggunaan metode marketing dalam bidang politik dikenal sebagai marketing politik (*political marketing*). Dalam marketing politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing untuk membantu politikus dan partai politik agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat. Hubungan ini diartikan secara luas dari kontak fisik selama periode kampanye sampai dengan komunikasi tidak langsung melalui pemberitaan di media massa.²¹

Penggunaan metode marketing politik dalam dunia politik dilakukan oleh Kolter dan Levy yang melihat bahwa marketing politik sebagai media interaksi antara dua atau lebih struktur sosial.

Penerapan marketing dalam dunia politik juga mengadopsi program 4P yang telah lama dikenal dalam dunia bisnis. Penerapan program 4P dalam politik bertujuan untuk membantu partai politik mulai dari menganalisis dinamika masyarakat, memformulasikan program kerja, hingga penerapan Strategi yang mengajarkan partai

²⁰ H.R Zulkifli Noor, 2023 *Political Marketing Management* (Yogyakarta: CV Budi Utama,) hlm 17.

²¹ Firmanzah, 2008 *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia,) hlm. 128.

untuk dapat mendiferensiasikan produk dan image politiknya melalui proses marketing politik.

Firmanzah menyebutkan bahwa program 4P oleh Niffenegger (1989) terdiri dari Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Price (*Harga*) dan Tempat (*Place*).

a. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, di mana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau seorang kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri, pemahaman Pemilih juga memainkan peran penting dalam memaknai dan menginterpretasikan sebuah produk politik.

Niffeenneger membagi produk politik dalam tiga kategori yaitu:

- 1) Platform Partai
- 2) *Past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau)
- 3) *Personal characteristic* (ciri pribadi).

Produk utama dari sebuah institusi politik adalah platform partai yang berisikan konsep. Identitas ideologi, dan program kerja sebuah institusi politik selain itu, apa saja yang telah dilakukan partai politik di masa lalu berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Akhirnya, karakteristik atau ciri seorang pemimpin atau kandidat memberikan Citra, simbol, dan kredibilitas sebuah produk politik (*Political Product*).

b. Promosi (*Promotion*)

Sebagian besar literatur dalam marketing politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi (*promotion*) ide, *platform* partai dan ideologi selama kampanye pemilu. Tidak jarang institusi politik bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan Citra yang akan ditampilkan.

Dalam melakukan promosi produk yang mereka punya, usaha Institusi politik menggunakan metode komunikasi seperti media massa untuk mempromosikan produk mereka. Media massa seperti televisi adalah cara terbaik untuk mempromosikan produk politik, publikberkesempatan melihat pertarungan program kerja yang ditawarkan oleh masing-masing institusi politik. Lambang, simbol dan warna bendera partai yang disebar melalui pamflet, umbul-umbul dan poster semasa periode kampanye juga merupakan media promosi institusi politik. Dalam hal ini juga terkait dengan publikasi partai politik.

Perlu digaris bawahi di sini bahwa sebenarnya promosi politik tidak hanya terjadi semasa periode kampanye belaka, Aktivitas promosi harus dilakukan terus-menerus dan permanen dan tidak hanya terbatas pada periode kampanye saja, Sementara kalangan menyebut cara ini sebagai "*nyolong Start*".

Dengan demikian, publik akan selalu merasakan kehadiran institusi politik atau kandidat tersebut. Publik semakin merasakan bahwa institusi politik atau kandidat yang bersangkutan selalu memperhatikan, menampung dan

berusaha memecahkan masalah yang dihadapi hal ini penting dilakukan institusi politik guna membangun kepercayaan public, Membuat institusi politik sebagai pelayanan publik perlu ditumbuhkan dalam interaksi institusi politik atau kandidat dengan masyarakat.

c. Harga (*Price*)

Harga dalam marketing politik mencakup banyak hal, melalui ekonomi psikologi sampai ke Citra nasional. Harga Ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye, Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama pendidikan dan lain-lain seorang kandidat, Harga dalam pengertian citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut bisa memberikan Citra positif suatu bangsa negara dan bisa menjadi kebanggaan nasional atau tidak.

Suatu Institusi politik berusaha untuk mengurangi resiko dan harga produk politik mereka untuk memperoleh dukungan publik. Sebab pemilih akan memilih partai atau kontestan yang memiliki resiko atau harga yang relatif paling kecil.

d. Tempat (*Place*)

Tempat (*Place*) berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau Calon pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat

memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis.

Pemilihan daerah mana yang perlu dikunjungi merupakan suatu permasalahan yang tidak sederhana. Karena perlu dipertimbangkan apakah penyampaian produk politik cukup melalui media atau harus datang dan bertatap muka secara langsung dengan masyarakat.

Pada dasarnya marketing politik adalah bagaimana menunjukkan pencitraan, kepribadian seseorang tokoh politikus yang berkontestasi dalam pemilihan umum kepada masyarakat untuk mendistribusikan nilai politis visi dan menciptakan harapan dan keyakinan di masyarakat untuk memilihnya berdasarkan kepercayaan permanen (loyalitas).²²

Penggunaan marketing politik dalam kajian atau aktivitas politik dapat membangun hubungan antara para politisi atau kandidat pemimpin dengan pemilih (konstituen dan masyarakat umum). Hubungan ini bergerak secara timbal balik pada satu sisi setidaknya dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas transfer ideologi dan program kerja dari kandidat atau kontestan dan pemilu kepada masyarakat, berdasarkan permasalahan permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat atau yang dibutuhkan oleh masyarakat.²³

²² *Ibid*, hlm. 200-209.

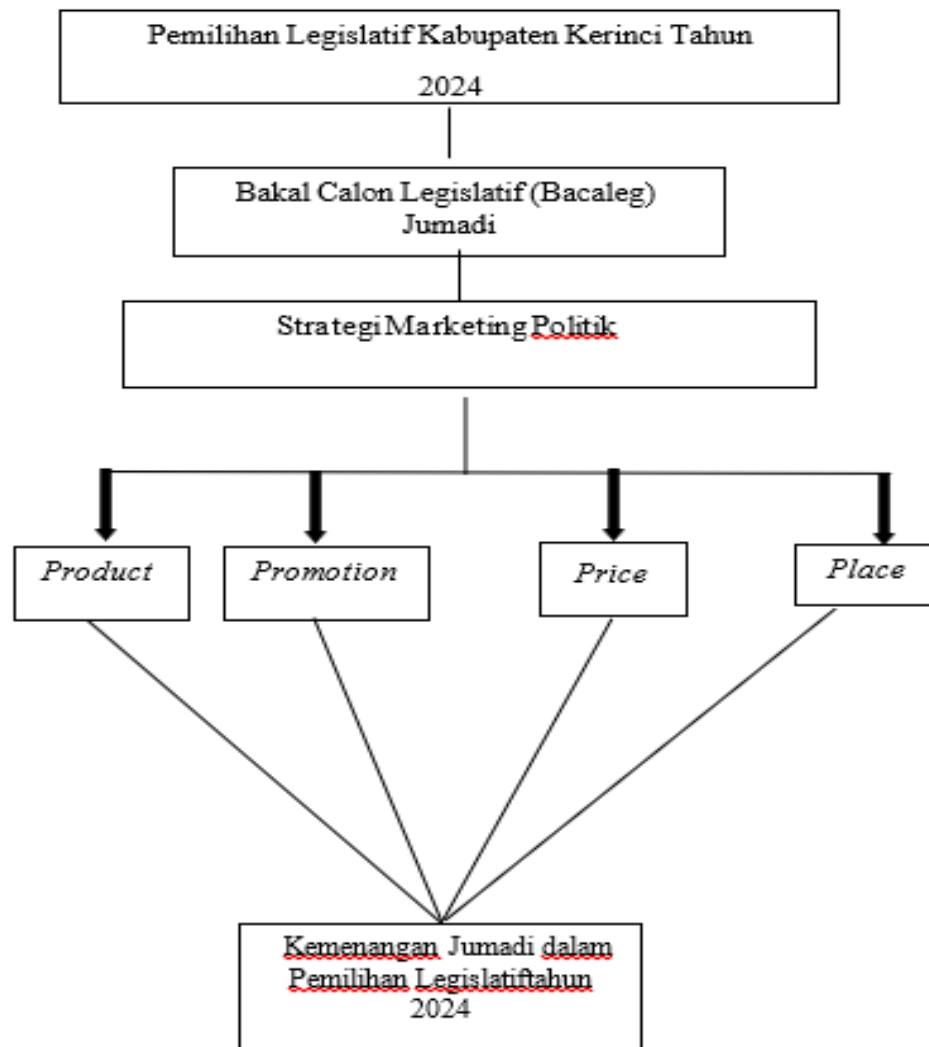
²³ Muhammad Chabibi, 2020 "Polemik Marketing Politik Antara Image Dan Substansi," *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 5, no. 1: 1–23.

Melalui marketing politik informasi mengenai partai politik lebih mudah didistribusikan kepada publik sehingga terjadi *feedback* atau hubungan timbal balik antara partai politik dan masyarakat adanya interaksi antara partai politik dan masyarakat memberikan pembelajaran politik kepada masyarakat sehingga proses demokrasi terjadi.²⁴

Dengan melihat Teori 4P Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*), dan tempat (*Place*) oleh Niffenegger yang dijelaskan Firmanzah ini, Teori ini relevan dengan penelitian yang akan penulis bahas yakni untuk menganalisis strategi kemenangan Jumadi pada pemilihan legislatif tahun 2024, di Kabupaten Kerinci membutuhkan pemimpin yang tanggap terhadap aspirasi masyarakat, dan visi-misi Jumadi mencerminkan program yang tepat terhadap kebijakan lokal yang dibutuhkan masyarakat. Penyebaran informasi program dilakukan melalui platform media sosial dan baliho guna menarik partisipasi masyarakat secara efektif, setatusnya sebagai pengusaha sukses dibidang ekonomi menimbulkan citra yang positif sebagai kandidat yang kredibel dan berpotensi membawa perubahan positif bagi masyarakat, dan kedekatannya dengan semua masyarakat baik secara langsung maupun melalui media sosial, memastikan aspirasi masyarakat ditanggapi dengan cepat dan tepat, memberikan dampak positif dan perubahan signifikan bagi masyarakat di Kabupaten Kerinci.

²⁴ Anggi Septiyanti, 2020 "Political Marketing Dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2018 (Studi Kasus Tim Pemenangan Herman Deru-Mawardi Yahya Di Kota Palembang)," *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization* 1, no. 1: 14–23.

1.6 Kerangka Pikir



Gambar 1
Kerangka Pikir

Berdasarkan kerangka Pikir tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan Jumadi dalam memperoleh suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Kerinci tahun 2024. Dalam rangka menarik perhatian masyarakat dan memperoleh suara sehingga memenangkan pemilihan legislatif, setiap calon memiliki strategi yang berbeda disesuaikan dengan karakteristik dari masyarakat.

Strategi pemenangan yang dilakukan oleh Jumadi dapat dilihat dengan menggunakan strategi marketing politik. Hal ini dilakukan untuk mencari dukungan dari masyarakat, hingga akhirnya Jumadi terpilih menjadi anggota DPRD Kabupaten Kerinci. Adapun strategi politik yang digunakan untuk meneliti kemenangan Jumadi adalah dengan menggunakan strategi marketing politik yang menggunakan program 4P dari Niffenegger yakni *product*, *promotion*, *price* dan, *place*.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif Data penelitian kualitatif berupa kata-kata, gambar dan bukan dalam bentuk angka-angka. Data yang di peroleh melalui wawancara mendalam ²⁵untuk menjawab pertanyaan awal penelitian dan menjadi

²⁵ Zuchri Abdussamad, 2021 *Metode Penelitian Kualitatif* (Makkasar: syakir Media Press,)., hlm.87.

rujukan untuk langkah apa yang harus diambil untuk menyikapi data yang didapat terkait keterpilihan Jumadi sebagai anggota legislatif baru di Kabupaten Kerinci tahun 2024.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah berlandaskan pada filsafat, seperti postpositivisme dilakukan pada kondisi objek alamiah teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi data kualitatif berbentuk kata kalimat.²⁶ Adapun pendekatan kualitatif dipilih pada penelitian ini untuk menggambarkan lebih jelas mengenai strategi pemenangan yang dilakukan oleh Jumadi pada Pemilihan Legislatif.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi dimana peneliti melakukan penelitiannya. Penentuan lokasi yang tepat sangat diperlukan guna mempertanggungjawabkan data yang diperoleh. Penelitian ini dilaksanakan di lokasi Dapil II yaitu di Kecamatan Gunung Tujuh, Kayu Aro, dan Kayu Aro Barat Kabupaten Kerinci. Hal ini dikarenakan lokasi tersebut merupakan daerah pilihan Jumadi pada Pemilihan Legislatif tahun 2024.

1.7.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena dapat memberikan batasan dalam studi dan pengumpulan data, sehingga dapat lebih fokus memahami masalah yang menjadi tujuan penelitian dan data yang diperoleh akan lebih

²⁶ Sugiyono, 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta,) hlm. 9.

spesifik. Adapun Fokus dalam penelitian ini mengetahui dan menganalisis strategi pemenangan Jumadi pada pemilihan legislatif Kabupaten Kerinci 2024.

1.7.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data yaitu data Primer dan Skunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Data primer dalam penelitian ini merupakan data pokok yang dari hasil wawancara berupa catatan lapangan mengenai strategi pemenangan Jumadi pada Pemilihan Legislatif tahun 2024.

b. Data Skunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, data yang diperoleh melalui sumber perantara misalnya lewat orang lain media atau dokumen.²⁷ Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mengutip dari sumber berupa literatur seperti dokumen buku skripsi jurnal internet berita online dan data perolehan yang bersumber dari KPU Kabupaten Kerinci

²⁷ *Ibid*, hlm. 225.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti memilih berdasarkan individu dan tempat untuk diteliti karena yang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan yang merupakan sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.²⁸

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka informan yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang tentunya memahami terkait strategi pemenangan Jumadi dalam pemilihan legislatif tahun 2024.

Berikut adalah informan dalam penelitian ini:

Tabel 3
Target Informan

No	Nama Informan	Jabatan
1.	Jumadi	DPRD Terpilih Kabupaten Kerinci
2.	Boy Edwar	Ketua Partai Golkar
3.	Kiki Siswandi	Ketua Tim Pemenang
4.	Baharudin	Tokoh Masyarakat
5.	Acep Suwandi	Masyarakat Dapil II Kec. Gunung Tujuh
6.	Ikhfal Halmaf Kholif	Masyarakat Dapil II Kayu Aro
7.	Triman	Masyarakat Dapil II Kec. Kayu Aro Barat

²⁸ *Ibid*, hlm. 218.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data melalui dua tahap yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara periset dan responden, dimana jawaban responden akan menjadi data mentah.²⁹ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal hal dari responden yang lebih mendalam, dalam penelitian ini metode yang digunakan menggunakan wawancara smiterstruktur dalam kategori in-depth interview, tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dengan melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang di kemukakan oleh informan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. dokumentasi bisa berbentuk tulisan gambar, atau karya karya monumental dari seseorang.³⁰ Dalam penelitian ini dokumentasi yang dimaksud dapat berupa foto, laporan, dokumen pemerintah yang berkaitan dengan pemilu,

²⁹ Lisa Harrison, 2007 Metode Penelitian Politik, (Jakarta:KENCANA)., hlm 104.

³⁰ *Ibid*, hlm. 240.

strategi pemenangan dan kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Jumadi pada pemilihan legislatif Kabupaten Kerinci 2024.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceriterakan kepada orang lain.³¹

Terdapat komponen dalam analisis data kualitatif :

a. Reduksi Data

Dalam penelitian ini, reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Dalam tahap ini penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Tujuannya

³¹ *Ibid*, hlm. 246.

agar memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah akhir dalam suatu penelitian. Kesimpulan membantu mencari dan memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan serta alur sebab akibat. Kesimpulan merupakan jawaban mengenai rumusan masalah dalam penelitian.³² strategi pemenangan Jumadi pada pemilihan legislatif Kabupaten Kerinci tahun 2024.

1.7.8 Keabsahan Data (Triangulasi Data)

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

³² *Ibid*, hlm. 253.