

**STRATEGI POLITIK PARTAI AMANAT NASIONAL DALAM
MENGHADAPI PEMILIHAN ANGGOTA LEGISLATIF
PERIODE 2019 - 2024 DI KABUPATEN PINRANG**

Skripsi

Di Susun Oleh

**ABD. RAHMAN
105640220715**



JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2021

**STRATEGI POLITIK PARTAI AMANAT NASIONAL DALAM
MENGHADAPI PEMILIHAN ANGGOTA LEGISLATIF
PERIODE 2019 - 2024 DI KABUPATEN PINRANG**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Pemerintahan



Disusun dan Diajukan Oleh

ABD. RAHMAN

105640220715

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2021

28/12/2021

1 exp
Smb. Alumni

R/0134/1PM/2100
RAH
s¹

PENERIMA TIM

Telah diterima oleh TIM Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan/Undangan Menguji Skripsi Dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor : 0126/FSP/A.3-VIII/XI/42/2020 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Studi Ilmu Pemerintahan di Makassar pada Hari Rabu 04 November 2020.



Ketua

Sekretaris

Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si

Dr. Burhanuddin, S.Sos., M. Si

Penguji

1. Dr. H. Muhlis Madni, M.Si (Ketua)
2. Dr. H. Muhammadiyah, MM
3. Abdul Kadir Adys, SH., MM
4. Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

PERSETUJUAN

Judul Proposal Penelitian : Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif Periode 2019 - 2024 Di Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Abd. Rahman

Nomor Stambuk : 105640220715

Program Studi : Ilmu pemerintahan



Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si


Rudi Hardi, S.Sos., M.Si

Mengetahui,

Dekan Fisipol
Unismuh Makassar

Ketua Program Studi
Ilmu Pemerintahan
Fisipol Unismuh Makassar



Dr. Hj. Ihyani Mafik, S.Sos, M.Si


Dr. Nuryanti Mustari, S.IP, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Abd. Rahman
Nomor Stambuk : 105640220715
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau telah di tulis/dipublikasikan oleh orang lain atau plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Makassar, 16 Januari 2021

Yang menyatakan

Abd. Rahman

ABSTRAK

Abd Rahman, 2021, Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif Periode 2019 - 2024 Di Kabupaten Pinrang (Dibimbing oleh Nuryanti Mustari dan Rudi Hardi)

Strategi politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih partai politik atau kontestan tertentu. Tujuan akhir dalam strategi politik adalah untuk membawa calon anggota legislatif yang didukung oleh strategi politiknya untuk menduduki jabatan anggota legislatif yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi politik partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif periode 2019 - 2024 di Kabupaten Pinrang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data deskriptif kualitatif, data deskriptif kualitatif bersifat menerangkan dalam bentuk uraian dan berbentuk penjelasan yang menggambarkan keadaan, proses, maupun peristiwa tertentu. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang disampaikan maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi politik Partai Amanat Nasional dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif baru periode 2019-2024, yaitu dengan Strategi merumuskan misi yang terbagi atas strategi internal dan eksternal, Strategi Penilaian Stuasional dan Evaluasi yang membahas tentang fakta yang di kumpulkan dan dikelompokkan kedalam kekuatan dan kelemahan kemungkinan keberhasilan terealisasi, Strategi Perumusan sasaran meliputi bentuk komunikasi politik untuk penyampaian visi dan misi, Strategi Kelompok-kelompok Target yaitu melalui pendekatan secara langsung dan program internal dan eksternal, Implementasi strategi yaitu hal yang mendukung tercapainya suatu strategi, dalam hal ini dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu sosialisai, komunikasi dan *money politic*.

Kata kunci : Strategi politik, pemilihan umum

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada Hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa pula penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif Periode 2019 - 2024 Di Kabupaten Pinrang”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Tamudding dan ibu Cappel yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang, dan doa tulus tanpa pamrih, dan saudara – saudaraku tercinta yang selalu mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Serta seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi – tingginya dan ucapan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Ibu Dr. Nuryanti Mustari, S.IP, M.Si dan bapak Ahmad Harakan, S.IP, M.Hi selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Ibu Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kepada kedua orang tua saya yang sejauh ini kurang lebih 5 tahun sejak menjadi mahasiswa sudah memberikan saya segala yang terbaik.
5. Ibu Dr. Nuryanti Mustari, S.IP, M.Si selaku Pembimbing I dan bapak Rudi Hardi, S.Sos.,M.Si selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis sehingga Skripsi selesai dengan baik.
6. Segenap Dosen serta staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan dan pelayanan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Pihak pengurus cabang PAN yang telah membantu dan bersedia dimintai keterangan (wawancara) sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat.
8. Nursehan dan Rahimah selaku motivator dan guru saya selama pengerjaan penulisan skripsi.
9. Teman-teman dari Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan (HIMJIP).
10. Saudara dari awal masuk kampus sampai sekarang IP.D sekaligus teman kelas dari semester 1 hingga semester akhir
11. Lisna,Desi,Tina,Asti,Tintong, dan Agung selaku teman seperjuangan saya sejak 5 tahun di Makassar.

12. Teman-teman dari KMP Unismuh dan KPMP

13. Keluarga penulis yang telah memberikan support dalam penulisan skripsi.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak terutamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaa Skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca guna menambah Khasanah Ilmu Pengetahuan terutama yang berkaitan dengan Ilmu Pemerintahan.

Billahi Fii Sabililhaq Fastabiqul Khairat

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Makassar, 18 Januari 2021

Penulis

ABD RAHMAN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Partai Politik.....	8
B. Strategi Politik.....	11
C. Partai PAN.....	17
D. Pemilihan Umum.....	19
E. Marketing Politik.....	19
F. Tinjauan Empiris.....	29
G. Kerangka Teori.....	32
H. Fokus Penelitian.....	34
I. Deskripsi Fokus Penelitian.....	34

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Jenis dan Tipe Penelitian	36
C. Jenis dan Sumber Data	37
D. Informan Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Analisis Data	39
G. Teknik Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran umum objek penelitian.....	46
B. Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Memenangkan Pemilihan Aggota Legislatif 2019-2024 Di Kabupaten Pinrang	58
1. Merumuskan Misi	58
2. Penilaian Situasional dan Evaluasi	64
3. Perumusan Sasaran.....	66
4. Kelompok – Kelompok Target.....	68
5. Implementasi Strategi.....	69
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Informan Data.....	38
Tabel 4.1	Hasil pemilihan periode 2014-2019.....	54
Tabel 4.2	Dapil 1 Kecamatan Tiroang – Sawitto periode 2019-2024.....	56
Tabel 4.3	Dapil 2 Kecamatan Mattiro bulu – Suppa periode 2019-2024.....	56
Tabel 4.4	Dapil 3 Kecamatan Mattiro Sompe – Lanrisang periode 2019-2024.....	57
Tabel 4.4	Dapil 4 Kecamatan Daumpanua – Cempa periode 2019-2024.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	33
Gambar 4.1	Daftar Kecamatan dan Kelurahan Kabupaten Pinrang	47



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di negara yang sudah maju terutama negara barat, persaingan untuk memperoleh suara dalam pemilihan umum dianggap sebagai alternatif yang baik untuk menentukan figur seorang pemimpin politik yang mempunyai tanggung jawab terhadap pemilihnya. Pada tahun 1998, tonggak demokrasi di Indonesia resmi ditancapkan. Pergolakan massa yang dimotori mahasiswa dan masyarakat pada waktu itu membuat semuanya berubah. Jatuhnya rezim orde baru bukan saja telah membuka peluang bagi kehidupan politik bangsa Indonesia, tetapi juga menumbuhkan hasrat para tokoh politik untuk dapat menggapai kekuasaan lewat partai politik (Ariwibowo, 2013).

Pada mulanya partai politik lahir sebagai manifestasi bangkitnya kesadaran nasional, kesadaran akan satu bangsa. Kesadaran bahwa manusia hidup secara berkelompok dan tidak bisa hidup tanpa orang lain. Kemunculan partai politik salah satunya merupakan alat pemersatu bangsa karena mengingat banyaknya suku dan budaya di Indonesia, sehingga dengan adanya partai politik tidak ada lagi diskriminasi antar suku dan saling ego dengan menganggap sukunya yang lebih baik lalu berjuang dengan memilih jalan dengan sendirinya. Kesadaran bersatunya bermacam-macam aneka ragam kebudayaan menjadi satu yang utuh dan serasi. Kesadaran akan adanya kesamaan hak bagi seluruh lapisan masyarakat dalam bidang politik juga menunjang lahirnya sebuah partai politik. (Tarmijin, 2017)

Undang-undang Nomor 08 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah mengatur proses tersebut yang kemudian dijadwalkan oleh Komisi

Pemilihan Umum (KPU) karena berdasarkan pasal 1 tentang ketentuan umum dari undang-undang tersebut disebutkan bahwa KPU merupakan lembaga yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri untuk menyelenggarakan pemilu.

Pencalonan anggota badan-badan legislatif merupakan salah satu proses dan tahap penting dalam pemilihan umum (pemilu), termasuk di Indonesia. dalam praktik pemilu di Indonesia, rakyat pemilih sebagai subyek dalam proses politik dan pihak yang diwakili oleh partai-partai di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) tingkat nasional atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) di tingkat lokal, acapkali tidak merasa terwakili aspirasi dan kepentingannya oleh para anggota parlemen. (Hendra, 2013)

Political marketing adalah segala cara yang dipakai dalam kampanye politik untuk mempengaruhi pilihan para pemilih. Cara tersebut akan membentuk suatu rangkaian makna politik secara otomatis di dalam pikiran para pemilih dalam menjatuhkan pilihannya. Makna politik inilah yang menentukan pihak mana yang akan dipilih (Ria, 2015)

Dalam hal ini seorang calon legislatif maupun calon presidennya tidak dapat dipisahkan. Hal ini berbeda dengan kondisi yang terjadi di Indonesia dimana rakyat justru apatis terhadap partai dan para calonnya. Keapatisan masyarakat Indonesia terjadi karena baik partai maupun caleg dan capresnya dinilai tidak sungguh-sungguh bekerja untuk kebaikan dan kesejahteraan masyarakatnya. Yang sangat disayangkan adalah apabila turunnya tingkat kepercayaan masyarakat melihat kondisi politik yang ada, hingga terjadi krisis kepercayaan yang tinggi membuat apatisisme masyarakat semakin terimplementasi dengan tidak ikut memilih pada pemilu atau memilih golput. Padahal golput sangat tidak menguntungkan bagi perjalanan demokrasi bangsa ini. (Sanur, 2014)

Dengan strategi *political marketing* ini, parpol dapat memasarkan ide dan gagasan politik secara maksimal kepada masyarakat untuk mendapatkan dukungan. Bagi masyarakat sendiri, penerapan *political marketing* dalam pemilu legislatif dapat membantu dan memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang lebih luas tentang kehidupan politik. Sehingga melalui *political marketing* ini pemilih dapat merasa yakin bahwa partai politik yang akan dipilih benar-benar berkualitas dan mampu meyuarkan aspirasinya. (Firmanzah, 2007)

Euforia politik yang jumlahnya puluhan bahkan ratusan. Maka, kehidupan politik pun memasuki babak baru yang penuh gairah. Hanya dalam waktu satu tahun, sebanyak 181 partai politik hadir dan menyatakan diri siap mengikuti Pemilihan Umum tahun 1999 di Indonesia. Tiga kali pemilihan umum yang diselenggarakan secara demokratis pada tahun 1999, 2004 dan 2009 telah menjadi tempat seleksi alam bagi partai politik. Partai yang besar dan kuat akan tetap hidup sementara yang kecil dan lemah akan tersingkir dengan sendirinya. Terbukti pada Pemilu 2004, dari puluhan partai politik yang ada, hanya beberapa partai politik yang berhasil memenuhi ambisinya untuk memenangi pertarungan perebutan kekuasaan. Yaitu Partai Golkar, PDI Perjuangan, PKB, PPP, PAN, PKS dan Partai Demokrat adalah tujuh partai politik yang berhasil mendominasi peta politik nasional di badan legislatif.

Legislatif adalah bagian dari trias politika yang di sebut oleh *montesque* yang memiliki fungsi membuat UU yang kemudian meliputi (DPR), DPD dan MPR. Calon Anggota Legislatif adalah seseorang yang kemudian akan bertindak untuk mewakili rakyatnya dalam lembaga legislatif yang dipilih secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan umum. Untuk menjadi calon anggota legislatif, seseorang harus menjalani proses rekrutmen calon anggota legislatif yang sudah ditetapkan.

Penerapan strategi *political marketing* dalam pemilu legislatif dapat membantu kandidat atau parpol dan masyarakat dalam menyukseskan pelaksanaan pemilu legislatif. Melalui *political marketing*, kandidat atau parpol berusaha meyakinkan pemilih bahwa suatu kandidat atau parpol layak untuk dipilih. Kandidat atau parpol meyakinkan pemilih dengan menawarkan produk politik yang sesuai dengan keinginan para pemilih. Produk politik ini dapat berupa atribut kandidat atau visi dan misi Parpol, platform, program kerja, ideologi partai dan lain sebagainya (Firmanzah, 2007)

Mulai dari munculnya Partai Serikat Islam (PSI), Partai Nasionalis Indonesia (PNI) dan Partai Komunis Indonesia (PKI) sampai pada kemunculan-kemunculan partai politik selanjutnya adalah bukti bahwa partai politik merupakan instrumen penting bagi masyarakat Indonesia untuk dapat berpartisipasi dalam dunia pemerintahan. Kelahiran Partai Amanat Nasional (PAN) dibidani oleh Majelis Amanat Rakyat (MARA), salah satu organisasi gerakan reformasi pada era pemerintahan Soeharto. Kelahiran PAN bertujuan untuk menegakkan kembali kedaulatan rakyat, bahwa yang berhak untuk berkuasa adalah rakyat. PAN adalah partai politik yang menjadikan dan menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan. Cita-cita tertinggi dari PAN yakni menegakkan keadilan dalam mengelola sumber daya untuk didistribusikan secara merata. Partai PAN merupakan salah satu partai yang eksistensinya tidak pernah lepas dari kalangan masyarakat dilihat dari setiap pemilihan partai PAN selalu mendapatkan kursi di DPRD. (Tarmijin, 2017)

Namun dengan banyak partai-partai yang bermunculan termasuk PAN tidak belum bisa menghilangkan dominasi Partai superior. Perolehan kursi PAN jauh dari perolehan partai superior, dapat dilihat pada hasil pemilihan umum 1999 PAN berada pada urutan ke 5 dengan 34 perolehan kursi, juga pada hasil pemilu 2004 PAN lagi-

lagi menempati urutan ke 5 dengan perolehan 52 kursi. Walaupun Pendapatan kursi PAN pada pemilihan umum 2004 meningkat namun belum bisa mengalahkan partai superior sebagai partai yang menempati urutan pertama dalam hal memasukan wakilnya di kursi DPR. (Tarmijin, 2017)

Pada pemilihan umum legislatif 2014 di Kabupaten Pinrang, ada 30 orang yang berhasil lolos dan terpilih menjadi anggota DPRD Kabupaten Pinrang periode 2014 - 2019 yang diutus oleh 11 partai politik yang ikut serta dalam pileg. Komposisi kursi yang didapat oleh partai politik yakni, PAN 2 kursi, Golkar 5 kursi, PKS 6 kursi, Hanura, DPIP dan PPP 4 kursi, PKB 3 kursi, PKB 1 kursi, Nasdem 2 kursi, Gerindra dan Demokrat 5 kursi. (Tribunnews, 2019)

Daftar pemilih tetap (DPT) sebanyak 6.283.811 jiwa dengan jumlah tempat pemungutan suara yang tersebar di 23 Kabupaten/Kota se-Sulsel, dari jumlah tersebut sekitar 30,23% masyarakat melakukan golput. Kabupaten Pinrang adalah salah satu daerah yang memiliki pemilih yang terbilang besar diantara beberapa kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan dengan jumlah DPT sebanyak 298.807 jiwa, hanya 186.477 yang menggunakan hak pilihnya, selebihnya 112.330 jiwa atau sekitar 37,23% tidak menggunakan hak pilihnya. Dengan jumlah partisipasi pemilih yang cukup rendah di Kabupaten Pinrang ini menimbulkan pertanyaan mengapa masyarakat di Kabupaten Pinrang memiliki partisipasi yang rendah, apakah ini berhubungan dengan rendahnya strategi politik yang digunakan anggota partai sehingga mengurangi minat masyarakat untuk memilih sehingga dapat mengancam eksistensi demokrasi di Sulawesi Selatan pada khususnya dan Indonesia secara umum. (Chasyani, 2016)

Harapan masyarakat untuk anggota legislatif yang terpilih adalah bagaimana mampu mewakili masyarakat menyampaikan aspirasi dan kebutuhan dari setiap daerah guna menunjang perkembangan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Selain itu juga di harapkan anggota legislatif untuk aktif dalam pembahasan dan rapat yang ada di forum legislatif. Melihat fakta yang ada. Menurut Amir, 2018 (anggota legislatif) tidak semua anggota legislatif terpilih yang hadir ketika rapat pleno dalam forum legislatif, sehingga ini adalah masalah yang dianggap serius untuk jajaran dewan legilatif karena forum tidak qorum sementara pembahasan masih berlanjut.

Sebagai anggota legislatif seharusnya mengetahui fungsinya sebagai perwakilan rakyat yakni fungsi anggaran, artinya DPR berfungsi sebagai lembaga yang berhak untuk menetapkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Fungsi pengawasan, artinya DPR sebagai lembaga yang melakukan pengawasan terhadap pemerintahan yang menjalankan undang-undang. Sehingga ketika fungsinya berjalan sebagaimana mestinya akan menciptakan keseimbangan dan kesuburan ekonomi.

Berdasarkan masalah pokok di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi politik partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif periode 2019-2024 di Kabupaten Pinrang.

Oleh karena itu, penulis meneliti dengan judul "Strategi Politik Partai PAN Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif Periode 2019 – 2024 Di Kabupaten Pinrang".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang ingin diambil penulis adalah "Bagaimana strategi politik partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif periode 2019 - 2024 di Kabupaten Pinrang ?"

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi politik partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif periode 2019 - 2024 di Kabupaten Pinrang.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademis

Dalam pengembangan ilmu pemerintahan untuk menuangkan pemikiran bagaimana strategi yang di gunakan oleh partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif baru periode 2019 - 2024 di Kabupaten Pinrang.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Hasil-hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang strategi politik yang di gunakan oleh Partai Amanat Nasional dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif di Kabupaten Pinrang.

b. Bagi Pemerintah

Manfaat bagi pemerintah adalah pemerintah dapat mengetahui tentang strategi yang digunakan calon anggota legislatif dalam pemenangan pemilihan anggota legislatif periode 2019 – 2024 di Kabupaten Pinrang.

c. Bagi masyarakat

Manfaat untuk masyarakat yakni dapat mengetahui tentang bagaimana pola yang di gunakan oleh calon anggota legislatif dalam penjarangan suara untuk mendapatkan kursi di kantor legislatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Partai Politik

Budiardjo (2002) mengemukakan partai politik adalah organisasi dari aktivis-aktivis politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat atas dasar persaingan dengan suatu golongan atau golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda. Salah satu fungsi dari partai politik adalah sebagai sarana rekrutmen politik yaitu untuk mencari dan mengajak orang yang berbakat untuk turut aktif dalam kegiatan politik sebagai anggota partai (*political recruitment*). Konsep ideal rekrutmen politik digambarkan sebagai kegiatan merekrut anggota-anggota dari masyarakat dan dari subkultur khusus-komunitas keagamaan, status, kelas, komunitas etnik, dan yang serupa dan melibatkan mereka pada peranan khusus dari sistem politik, melatih mereka dalam kemampuan yang tepat, memberikan mereka dengan peta, nilai, pengharapan, dan pengaruh-pengaruh kognitif politik. (Hendra, 2013)

Partai politik berakar dari anggapan bahwa dengan membentuk wadah organisasi mereka bias mengatukan orang-orang yang mempunyai pemikiran pikiran yang serupa atau sama sehingga pikiran dan orientasi mereka dikonsolidasikan. Secara etimologis Partai dapat ditelusuri jejaknya dari bahasa latin, yaitu *partire* yang bermakna “membagi” atau “memilah” atau juga bisa disejajarkandengan kata part yang bermakna bagian. Sedangkan menurut istilah, Santori memberi pengertian partai politik sebagai kelompok politik yang ikut serta dalam pemilihan umum, dan mampu menempatkan, melalui pemilihan umum, para calon untuk duduk dalam Legislatif dan pemerintahan. (Tarmijin, 2017)

Ada pun, dalam kerangka komunikasi dari atas ke bawah, fungsi partai politik menjalankan fungsi perantara (*broker*) ide-ide. Dalam fungsi ini, partai politik turut mendiskusikan dan menyebarluaskan rencana-rencana dan kebijakan pemerintah. Dalam kerangka komunikasi dari atas ke bawah, partai juga menjalankan fungsi sebagai sarana sosialisasi politik. Dengan fungsi ini, partai politik menanamkan nilai-nilai ideologis dan loyalitas kepada negara dan partai. Fungsi sosialisasi politik bila dijalankan dengan benar akan membawa peningkatan pada identitas nasional dan pemupukan integrasi nasional. Sedangkan fungsi pengatur konflik, Miriam Budiardjo mengatakan partai politik bisa meredam efek negatif dari pertikaian-pertikaian yang timbul akibat perbedaan etnis, status sosial ekonomi atau agama.

David Easton dalam teori sistemnya mengatakan bahwa partai politik adalah salah satu regulator tuntutan. Easton mengatakan bahwa input yang masuk ke dalam sistem akan menghasilkan output yang sangat dipengaruhi oleh karakteristik regulator tuntutan ini. Dalam kaitannya dengan fungsi partai, karakteristik partai amat menentukan input yang akan diproses dalam sistem politik. Dengan kata lain karakteristik partai sangat menentukan output dari pengolahan sistem tersebut. (Sanur, 2013)

Dalam bukunya *Demokrasi di Indonesia: Demokrasi Parlemen dan Demokrasi Pancasila*, Meriam Budiardjo membuat batasan partai politik sebagai suatu kelompok terorganisasi yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai serta cita-cita yang sama, dan mempunyai tujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka. Pendapat lain mendefinisikan Partai politik sebagai kelompok yang terorganisasi, ditandai dengan adanya visi, misi, tujuan, platform, dan program dan agenda dan mengikuti pemilihan umum untuk meraih kekuasaan atau jabatan legislatif dan eksekutif. (Tarmijin, 2017)

Menurut Mark N. Hogapain, Partai Politik adalah organisasi yang dibentuk untuk mempengaruhi bentuk dan karakter kebijakan publik dalam kerangka prinsip-prinsip dan kepentingan ideologis tertentu, melalui praktik kekuasaan secara langsung atau partisipasi rakyat dalam pemilihan. Dengan demikian, basis sosiologis setiap partai politik adalah adanya ideologi tertentu sebagai dasar perjuangan dan diarahkan pada usaha untuk memperoleh kekuasaan, mempertahankan, dan memperluas kekuasaan. Hal senada juga dikemukakan oleh Ware dalam bukunya, *Political Parties and Party System*, mengemukakan bahwa partai politik adalah institusi politik yang mencari pengaruh dalam suatu negara, dengan tujuan mengisi posisi strategis dalam pemerintahan dan beberapa hal, partai politik berusaha mengagregasikan kepentingan dalam masyarakat, sehingga kepentingan masyarakat dapat tersalurkan melalui partai politik.

Fungsi partai politik di Indonesia juga diatur dalam Undang-Undang No.2 Tahun 2008, pasal 12 (Cangara, 2009). Fungsi partai politik yakni menjadi sarana untuk :

1. Pendidikan politik bagi anggotanya dan masyarakat luas agar menjadi warga Negara Republik Indonesia yang sadar akan hak dan kewajibannya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.
2. Penciptaan iklim yang kondusif serta sebagai perekat persatuan dan kesatuan bangsa untuk mensejahterakan masyarakat.
3. Penyerap, penghimpun, dan penyalur aspirasi politik masyarakat secara konstitusional dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan Negara.
4. Partisipasi politik warga Negara Indonesia.
5. Rekrutmen politik dalam proses pengisian jabatan politik melalui mekanisme demokrasi dengan memperhatikan kesetaraan dan keadilan gender.

B. Strategi Politik

I. Pengertian Strategi

Strategi menurut Salusu (2006) yaitu suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sarasannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dan kondisi yang paling menguntungkan. Strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti *stratēgos*, yang diartikan sebagai keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditentukan dibutuhkan pengambilan keputusan strategis. Menurut Hunger strategi adalah rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana organisasi mencapai misi dan tujuannya. Jact Trout dalam Sidarta mendefinisikan strategi sebagai beberapa cara untuk membuat kita menjadi tampak unik dibandingkan yang lain atau pesaing, serta memanfaatkan keunikan itu agar diingat pelanggan dan calon-calon pelanggan, lalu (mereka) memiliki kerelaan untuk menggunakan produk (barang atau jasa) yang kita produksi. Petuah tersebut dikenal dalam kompetisi bisnis. Namun demikian tidak tak salah bila merujuknya ke persaingan politik. Apalagi menyadari bahwa kompetisi dalam dunia bisnis tak ubahnya "irisan" atau sebagian dari strategi dalam dunia politik.

Menurut Peter Schorder strategi politik itu sendiri merupakan strategi atau teknik yang digunakan untuk mewujudkan suatu cita-cita politik. Strategi berbicara masalah teknik pendekatan kontestan pada kelompok pemilih.

Strategi politik harus dipikirkan oleh setiap kontestan karena pesaing juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan pertarungan politik. Pada dasarnya strategi politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi

orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih partai politik atau konstanta tertentu. Makna inilah yang menjadi output penting strategi politik yang menentukan pihak, pihak mana yang akan dicoblos para pemilih. (Tarmijin, 2017)

Tujuan akhir dalam strategi politik adalah untuk membawa calon anggota legislatif yang didukung oleh strategi politiknya menduduki jabatan anggota legislatif yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat. Jadi, strategi politik adalah sebuah rencana yang sistematis dan dalam mencapai tujuan memenangkan dalam bidang politik. Dengan strategi politik inilah partai politik mampu memenangkan dalam setiap momentum perebutan kekuasaan.

Tahap-tahap strategi

a. Perumusan

1. Menjelaskan tahap pertama dari faktor yang mencakup analisis lingkungan intern maupun ekstern adalah penetapan visi misi perencanaan dan tujuan strategi
2. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang bermaksud untuk membangun visi dan misinya, merupakan tujuan strategi serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Untuk itu ada beberapa langkah yang perlu dilakukan oleh seorang pemimpin.
4. Identifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh pemimpin, tentukan misi untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
5. Penentuan target dan tujuan

b. Pelaksanaan

1. Setelah tahap perumusan strategi diselesaikan maka berikutnya yang merupakan tahap krusial dalam strategi adalah pelaksanaan strategi
2. Pelaksanaan strategi adalah proses dimana strategi dan kebijaksanaan dijalankan melalui pembagian struktur pengembangan program *budget* dan prosedur pelaksanaan. Pelaksanaan strategi merupakan yang paling sulit dalam proses strategi mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan dilapangan dan mungkin tidak sesuai dengan pemikiran semula. Strategi yang berhasil harus di dukung oleh pemimpin yang solid, bijaksana, dan paham akan situasi dan kondisi terhadap keberhasilan pelaksanaan strategi.

2. Perencanaan Konseptual Strategi Politik

Ada 10 sistematika langkah strategi politik (Farida, 2010), yaitu :

a. Merumuskan misi

Dalam sebuah strategi politik, misi dapat diartikan persetujuan atau suatu posisi tertentu, partisipasi dalam suatu tugas tertentu, dipilih sebagai kandidat. Dalam sebuah perencanaan karir politik, misi harus menyatakan untuk siapa strategi itu direncanakan. Dengan demikian misi dapat menetapkan suatu kerangka atau batasan.

b. Penilaian situasional dan evaluasi

Analisis situasi dan evaluasi membahas fakta-fakta yang dikumpulkan, yang dikelompokkan kedalam kekuatan dan kelemahan serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi.

- 1) Pengumpulan fakta
- 2) Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan

3) Analisa kekuatan dan kelemahan

4) Umpan – balik (*Feedback*)

c. Perumusan Sub-Strategi

Langkah penilaian situasional lebih menyibukkan diri dengan keadaan dan situasi masa lalu, fokus kita harus bergerak maju kedepan untuk perumusan sub-strategi. Langkah – langkahnya adalah menyusun tugas – tugas, merumuskan strategi dan mengevaluasi strategi. Apabila penilaian situasional sudah selesai, menjadi jelas sesuatu yang telah dirumuskan akan dijalankan atau masih perlu direvisi.

d. Perumusan Sasaran

Setelah sasaran diputuskan, tanggung jawab untuk memindahkan strategi ke unit – unit taktis dan di implementasikan melalui pembagian tugas. Strategi telah ditetapkan, maka pendekatan untuk memanfaatkan kekuatan terhadap kelemahan lawan dan untuk memecahkan kelemahan sendiri juga ditetapkan. Tujuan harus menggambarkan keadaan pada akhir sebuah proses dalam jangka waktu tertentu. Tujuan ini harus dapat dicapai dan tidak boleh menjadi ilusi belaka.

e. Target *Image*

Target *image* melukiskan citra yang diharapkan, yang hendak dicapai setelah dijalankannya rangkaian pekerjaan kehumasan yang panjang dalam kelompok target. Target *image* ditentukan oleh keputusan strategis mengenai perumusan tugas dan pilihan-pilihan yang berkaitan dengan isu, gaya, jenis konfrontasi dan orang-orang yang diperhitungkan.

f. Kelompok – Kelompok Target

Kelompok target adalah kelompok-kelompok masyarakat atau organisasi mereka yang penting untuk pencapaian misi. Kelompok ini perlu didekati dalam waktu yang telah ditetapkan. Kelompok ini diidentifikasi dengan menginterpretasikan keputusan strategis, khususnya tujuan taktis, dan melalui analisa citra yang diinginkan (*target image*). Apabila kelompok target telah didefinisikan, fondasi untuk implementasi strategi yang komunikatif ditetapkan.

g. Pesan Kelompok Target

Kelompok target yang telah dibahas diatas membutuhkan informasi-informasi tertentu berdasarkan keputusan strategis yang telah diambil sebelumnya untuk memungkinkan bereaksi sesuai dengan apa yang telah direncanakan secara strategis. Perlu diperhatikan bahwa pesan yang diteriam masing-masing kelompok target tidak boleh saling bertentangan. Perluasan pesan kelompok target merupakan instrumen yang kerap digunakan pada tahap akhir masa kampanye, untuk memberikan janji tertentu kepada kelompok pemilih tertentu.

h. Instrument – instrument Strategi

Pemilihan instrumen kunci terutama berkaitan dengan aksi-aksi dan alat komunikasi yang akan digunakan. Instrumen-instrumen dan aksi ini disesuaikan secara khusus bagi kelompok target. Untuk itu ada syarat bahwa kelompok yang dijadikan kelompok target telah dikenali terlebih dahulu, karena setiap kelompok target hanya diraih melalui pendekatan atau komunikasi tertentu. Pemilihan instrumen-instrumen kunci yang akan digunakan sekaligus menghasilkan keputusan-keputusan penting yang

berhubungan dengan sumber daya untuk mengimplementasikan strategi serta efektivitas kampanye.

i. Implementasi Strategi

Dalam pengimplementasikan strategi, faktor manusia dan faktor operasional perlu diperhitungkan. Sebelum implementasi strategi dilakukan terlebih dahulu perlu diambil keputusan mengenai tujuan taktis, perumusan citra yang diinginkan, identifikasi kelompok target, pesan kelompok target dan instrumen kunci. Setelah itu baru lah peraturan untuk implementasi strategi perlu ditetapkan. Dalam mengimplementasikan strategi politik, faktor manusia menjadi signifikan untuk tiga aspek yaitu pimpinan politik, pimpinan partai yang bekerja penuh dan anggota partai yang bekerja paruh waktu atau sukarelawan. Hubungan antra ketiga pihak ini, kuantitas, kualitas, pendidikan, motivasi dan etika merupakan syarat awal bagi keberhasilan implementasi strategi.

j. Pengendalian Strategi

Pengendalian strategi terdiri dari dua elemen yang menentukan keberhasilan penerapan suatu strategi. Elemen yang pertama adalah prinsip pengumpulan data intelijen dan perolehan informasi. Elemen yang kedua adalah prinsip perlindungan informasi di pihak sendiri. Setelah itu dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT, yakni *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, *Threats* yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sementara SWOT membatasi diri pada penilaian situasi dan perumusan strategi yang bergerak lebih jauh pada evaluasi strategi dan terutama pelaksanaannya.

C. Partai PAN

Sejarah berdirinya Partai Amanat Nasional (PAN) tak terlepas dari sosok Amien Rais, sang lokomotif gerakan reformasi 1998. Pasca keberhasilan menumbangkan Orde Baru, Amien Rais dan 49 rekan-rekannya yang tergabung dalam Majelis Amanat Rakyat (MARA) merasa perlu meneruskan cita-cita reformasi dengan mendirikan partai politik baru. Majelis Amanat Rakyat (MARA) yang merupakan salah satu organ gerakan reformasi pada era pemerintahan Soeharto, bersama dengan PPSK Yogyakarta, tokoh-tokoh Muhammadiyah, dan Kelompok Tebet kemudian membidani lahirnya Partai Amanat Nasional (PAN).

Setelah berhasil turut serta dalam menjatuhkan rezim Orde Baru, Amien Rais (ketua umum Muhammadiyah saat itu) berkeinginan untuk kembali ke Muhammadiyah. Berlainan dengan itu, Amien Rais justru merasa terpanggil melanjutkan perjuangan setelah meruntuhkan rezim Indonesia untuk kembali membangun Indonesia. Tujuannya tersebut membawanya mendirikan partai politik baru yang kemudian diberi nama Partai Amanat Nasional (PAN). Awalnya partai politik yang berasaskan Pancasila ini awalnya sepakat dibentuk dengan nama Partai Amanat Bangsa (PAB) namun akhirnya berubah nama menjadi Partai Amanat Nasional (PAN) pada pertemuan tanggal 5-6 Agustus 1998 di Bogor.

Partai Amanat Nasional (PAN) didirikan oleh 50 tokoh nasional, di antaranya Prof. Dr. H. Amien Rais, Faisal Basri MA, Ir. M. Hatta Rajasa, Goenawan Mohammad, Dr. Rizal Ramli, Abdillah Toha, Dr. Albert Hasibuan, Toety Heraty, Prof. Dr. Emil Salim, A.M. Fatwa, Zoemrotin, Alvin Lie Ling Piao dan lainnya.

Dideklarasikan pada tanggal 23 Agustus 1998 di Istora Senayan Jakarta, pendeklarasian partai ini dihadiri oleh ribuan massa. Pada saat itu puluhan tokoh-tokohnya tampil dipanggung, melambai-lambaikan tangan menyambut riuhnya tepuk

tangan hadirin menandakan antusiasme masyarakat akan didirikannya PAN. Pengesahan pendirian PAN sendiri berdasarkan pengesahan Depkeh HAM No. M-20.UM.06.08 tanggal 27 Agustus 2003.

Sebagai partai yang lahir di penghujung era orde baru, PAN pun didirikan dengan mengusung semangat Indonesia baru untuk menggantikan nuansa pemerintahan otoriter yang kental pada jaman orba. PAN bertujuan menjunjung tinggi dan menegakkan kedaulatan rakyat, keadilan, kemajuan material dan spiritual. Cita-cita partai juga berakar pada moral agama, kemanusiaan, dan kemajemukan, sedangkan selebihnya PAN menganut prinsip nonsektarian dan nondiskriminatif. Partai ini memiliki azas "Ahklak Politik Berlandaskan Agama yang Membawa Rahmat bagi Sekalian Alam".

Dengan azas itu PAN menjadikan agama sebagai landasan moral dan etika berbangsa dan bernegara yang menghargai harkat dan martabat manusia serta kemajemukan dalam memperjuangkan kedaulatan rakyat, keadilan sosial, dan kehidupan bangsa yang lebih baik untuk mewujudkan Indonesia sebagai bangsa yang makmur, maju, mandiri dan bermartabat. Partai ini pada dasarnya adalah partai terbuka, meski sebagian orang menganggapnya partai orang Muhammadiyah karena sosok Amien Rais pada saat itu adalah Ketua Umum Muhammadiyah.

D. Pemilihan Umum

Pemilihan Umum (pemilu) menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945. Dalam Undang-Undang Dasar

1945, pasal 22E ayat (2) disebutkan: "pemilihan umum diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah". Penyebutan penyelenggaraan pemilu untuk beragam kepentingan dalam satu kalimat ini menggambarkan pemilu sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Pemilihan umum juga dapat didefinisikan sebagai salah satu cara dalam system demokrasi untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk di lembaga perwakilan rakyat, serta salah satu bentuk pemenuhan hak asasi warga Negara di bidang politik. Hal lain yang mengemukakan Pemilihan umum adalah proses memilih orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu, seperti Presiden, Wakil Rakyat sampai kepala desa.

Menurut Ramlan (1992) pemilihan Umum (pemilu) adalah mekanisme penyelesaian dan pendelegasian atau penerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercaya.

E. Marketing Politik

Penerapan metode dan konsep marketing dalam politik bukanlah hal yang baru, terutama pada negara-negara maju di Eropa dan Amerika. Sejak awal abad 20 Amerika telah menerapkan marketing politik sebagai konsekuensi dari proses demokratisasi yang semakin menguat. Meskipun pada saat itu muncul suatu kekhawatiran bahwa penerapan marketing politik yang "membabi buta" akan mereduksi makna dan kedalaman dari politik itu sendiri menjadi semakin pragmatis. Menurut Scammell, pesan politik akan menjadi lebih pragmatis ketimbang ideologis, dan munculnya model "shopping" dalam berpolitik. (Anugerah. 2011)

Melihat bahwa marketing adalah proses yang memungkinkan adanya pertukaran (*Exchange*) antara dua pihak atau lebih, artinya marketing berkaitan dengan hubungan dengan pertukaran. Jika merujuk pada kamus Inggris -Indonesia,

marketing diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia sebagai pemasaran. Kemudian bila memahami makna pemasaran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, maka ditemukan pengertian sebagai proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Berkaitan dengan pemasaran politik dapat dijelaskan sebagai suatu proses menjual ide, gagasan, program, termasuk citra diri agar orang lain mau "membeli"-nya. Membeli dalam artian sebagai memilih atau memberikan suara kepada penjual. Firmanzah meyakini bahwa marketing politik merupakan metode dan konsep aplikasi marketing dalam konteks politik, marketing dilihat sebagai seperangkat metode yang dapat memfasilitasi kontestan (individu atau partai politik) dalam memasarkan inisiatif politik, gagasan politik, isu politik, ideologi partai, karakteristik pemimpin partai dan program kerja partai kepada masyarakat atau kontestan.

Adapun definisi marketing politik diantaranya: (Tarmijin, 2017)

1. Firmansyah menjelaskan marketing politik sebagai metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman mengenai masyarakat, sekaligus berguna dalam membuat produk politik yang akan ditawarkan kepada masyarakat, singkatnya marketing politik adalah penerapan konsep dan metode marketing ke dalam dunia politik.
2. Menurut Kotler and Neil dalam Mongilala (1999) konsep *political marketing* atau pengertian *Political Marketing* adalah: "Suatu penggiatan pemasaran untuk menyukseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan perekonomian atau kepedulian sosial, tema, isu-isu, gagasan, ideologi, dan pesan-pesan bertujuan program politik yang ditawarkan memiliki daya tarik tinggi dan sekaligus mampu mempengaruhi setiap warga negara dan lembaga/organisasi secara efektif".

3. Kotler (2003), mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial, di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (*products of value*) dengan orang atau kelompok lain.

Marketing politik dipahami sebagai penyebaran gagasan-gagasan politik dengan menerapkan prinsip-prinsip pemasaran komersial. Hal itu menunjukkan kecenderungan antara dunia politik dan dunia bisnis. Dunia politik dan dunia bisnis, memang semakin dekat, terutama karena banyak aktor politik yang berasal dari dunia bisnis. Kemampuan dan pengalaman para pebisnis melakukan lobi, negosiasi dan pemasaran, dengan mudah diterapkan atau diaplikasikan dalam komunikasi politik. Hal inilah yang menyebabkan pendekatan marketing politik menjadi faktor penting dalam memenangkan Pemilu, baik itu Pemilu Legislatif maupun Pemilu Presiden. Dengan demikian, untuk memenangkan persaingan politik dalam arena pemilu, maka pemasaran politik menyediakan berbagai senjata yang diperlukan. Strategi pemasaran politik ini meliputi *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*.

Dengan membuat segmentasi, dapat merangkul seluruh segmen dengan program pencitraan yang dimiliki. Efektivitas pencitraan harus dijalankan dengan menentukan target *audience* yang akan menjadi sasaran program. Setiap partai dan kandidat memiliki citra sendiri di lingkungan di mana ia bergerak. Citra tersebut merupakan gambaran yang ada dalam bayangan masyarakat atau pemilih tentang partai atau kandidat, pada periode tertentu. Terkadang gambaran ini kosong, sehingga masyarakat atau pemilih belum mengenal partai atau kandidat. Melalui target *image* ini kita merencanakan strategi, membangun citra yang baik dan positif. Dengan tema yang lebih baik, solusi yang lebih, penawaran figur yang lebih baik dan kompetensi yang lebih baik pula. (Nurdiansya. 2018)

Fungsi marketing politik terus meluas seiring dengan menguatnya proses demokratisasi hampir di seluruh negara di dunia. Marketing politik tidak saja sebagai metode yang digunakan dalam ritual pemilihan presiden diberbagai negara, tetapi telah menjadi alat dalam industrialisasi politik secara masif. Revolusi teknologi komunikasi telah banyak mengubah cara-cara politisi dalam memasarkan dirinya untuk kemudian menimbulkan pencitraan yang positif.

Berdasarkan tilikan aktivitas marketing pada dunia bisnis, maka marketing politik pun dapat menggunakan unsur-unsur sebagai berikut: (Anugerah, 2011)

1. *Product* (produk) yaitu apa yang akan dinikmati oleh pemilih dari kandidat atau partai politik. Dalam konteks produk ini ada dua hal yang bisa ditawarkan, yaitu kandidat (calon) dan konsep. Pertama, kandidat yang dipasarkan atau yang akan "dijual" hendaknya sosok yang paling terbaik di antara kandidat-kandidat lainnya. Secara umum misalnya, kandidat yang baik dicirikan oleh beberapa hal, yaitu memiliki integritas kebangsaan yang baik, berpengetahuan luas, bermoral (akhlakul karimah), memiliki kepemimpinan yang teruji sebelumnya, populer, dan memiliki citra positif dengan rekam jejak masa lalu (*past record*) yang tidak ternoda. Dalam konteks nasional dibutuhkan kandidat yang memiliki karakteristik negarawan yang mampu menjadi panutan dan teladan sehingga menjadi rulemodel bagi masyarakat. Hemat penulis, saat ini masyarakat tengah merindukan pemimpin (kandidat) yang memiliki tiga ciri penting, yaitu pemimpin yang zuhud (bukan sekedar sederhana), jujur (otentik) terhadap apa yang dikatakan dan dilakukannya, dan inspiratif sehingga mampu menginspirasi banyak orang untuk berbuat yang terbaik. Pemilih yang rasional akan dengan matang mempertimbangkan kandidat pilihannya, dan tidak akan terjebak kepada politik "dagang sapi" seperti masa lalu. Partai politik idealnya tidak lagi

meminang kandidat yang tidak memiliki kapasitas memadai meskipun memiliki dukungan finansial yang cukup kuat. Apabila hal itu terjadi, maka kandidat tersebut akan terjebak kepada politik balas budi dikemudian hari. Kedua, konsep, yaitu platform, visi, misi, program kerja yang sifatnya realistik dan menjawab kebutuhan masyarakat saat ini. Program ini bisa datang dari kandidat perseorangan maupun dari partai politik. Sejauh ini banyak kandidat dan partai politik yang miskin program, bahkan tanpa memiliki visi dan misi yang jelas. Walaupun ada program yang ditawarkan cenderung normatif sehingga tidak menawarkan solusi realistik terhadap problematika kehidupan masyarakat seperti kemiskinan, pengangguran, kesehatan, pendidikan, pemberantasan korupsi, penegakkan hukum dan lain-lain. Sementara Niffenegger (1989), membagi produk politik dalam tiga kategori, yaitu (1) *party platform* (platform partai), (2) *past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan pada masa lalu), dan (3) *personal characteristic* (ciri pribadi). Tak diragukan lagi bahwa produk utama dari institusi politik adalah platform partai yang didalamnya berisikan konsep, identitas ideologi dan program kerja. Catatan mengenai rekam jejak masa lalu memiliki kontribusi besar dalam pembentukan sebuah produk politik. Akhirnya, karakteristik atau ciri seorang pemimpin (kandidat) memberikan citra, simbol dan kredibilitas sebuah produk politik.

2. *Promotion* (promosi) Kandidat dan partai tidak cukup memiliki reputasi dan citra yang baik, tetapi semua keunggulan tersebut perlu dipromosikan dan dikomunikasikan kepada para masyarakat (pemilih). Tidak jarang institusi politik maupun kandidat perseorangan bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan. Pemasaran yang ideal didasarkan atas analisis kebutuhan, keinginan dan kepentingan masyarakat.

Dalam konteks pemasaran sosial, Kotler (1994:37) mengungkapkan demikian: Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Isi pemasaran yang paling penting adalah gagasan, ide, visi, misi serta program kerja yang realistis sesuai kebutuhan pemilih (konsumen) sehingga kemudian parapemilih menjatuhkan pilihannya kepada kandidat yang diusung. Menurut Sutisna, dalam lingkup promosi haruslah memperhatikan tiga komponen sikap, yaitu kognitif (keyakinan terhadap kemampuan intelektual kandidat), afektif (kesukaan atau perasaan terhadap kandidat), dan konatif (tindakan yang muncul setelah promosi dilakukan). Ketiganya merupakan satu kesatuan yang saling terkait, artinya tidak mungkin ada tindakan yang dilakukan oleh pemilih jika tidak terlebih dahulu adanya faktor kognisi dan afeksi.

Dalam perspektif komunikasi politik aktivitas promosi memperhitungkan tiga aspek penting yaitu khalayak yang menjadi sasaran promosi, pesan yang didesain sesuai kebutuhan khalayak, dan serta saluran komunikasi yang digunakan. Aktivitas promosi mesti didukung oleh saluran komunikasi yang efektif sehingga pada gilirannya pesan (*message*) atau isi promosi (*promotion content*) dapat dengan jitu menuju "jantung" khalayak. Khalayak sebagai sasaran komunikasi politik atau sasaran promosi bukanlah entitas yang pasif, melainkan aktif melakukan interaksi dan berinterelasi dengan yang lainnya. Oleh karena itu, menganalisa khalayak secara cermat untuk

kemudian menentukan variabel promosi yang lainnya merupakan hal yang tak terbantahkan.

Menurut Effendy, pesan akan berlaku efektif apabila memperhatikan ungkapan: "*the condition of success in communication*", yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika menginginkan suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Caranya adalah:

- a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian (*attention*) khalayak/komunikan.
 - b) Pesan harus menggunakan lambang-lambang yang dimengerti dan dipahami oleh kedua belah pihak (komunikator-komunikan).
 - c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuha tersebut.
 - d) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi.
3. *Price* (harga) Banyak harga (*price*) yang dipertaruhkan dalam setiap level ritual pemilu berlangsung. Misalnya, dana untuk kampanye dan pembentukan citra kandidat atau partai politik. Banyak pengamat politik di media massa mengemukakan bahwa uang digunakan tidak saja untuk kepentingan kampanye, tetapi juga digunakan membeli "tempat" di partai politik. Misalnya, seseorang yang berkeinginan untuk menjadi calon kepala daerah harus menyediakan dana dalam jumlah yang besar bagi partai politik yang dilamarnya. Menurut Niffenegger (dalam Firmanzah, 2008), harga dalam marketing politik mencakup banyak hal, mulai dari ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi berkaitan dengan seluruh harga yang dikeluarkan partai politik atau kandidat selama periode kampanye. Harga ini misalnya terdiri dari biaya iklan,

publikasi, rapat akbar, sampai kepada biaya pengorganisasian kampanye. Harga psikologis mengacu kepada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang (etnis, agama, pendidikan, dan lain-lain) seorang kandidat. Sedangkan harga citra (*image*) nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut mampu memberikan citra positif dan kebanggaan nasional, atau justru sebaliknya. Dibalik semua itu, ada harga yang perlu dijaga oleh institusi dan kandidat yakni berkaitan dengan kepercayaan (*trust*) dan keyakinan (*beliefs*). Ketika masyarakat sudah kehilangan rasa percaya dan keyakinannya terhadap partai atau kandidat, maka akan terjadi apa yang disebut dengan "tsunami" politik. Kepercayaan dan keyakinan dari pemilih seakan menjadi "darah" yang harus dirawat sedemikian rupa.

4. *Place* (tempat) Kemunculan dan penempatan kandidat haruslah diperhitungkan secara strategis. Tempat (*place*) berkaitan dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Kampanye politik harus memperhitungkan segmentasi khalayaknya sehingga tercipta efektivitas dan efisiensi. Oleh karena itu, aktivitas kampanye harus memperhitungkan tempat yang tepat, sehingga apa yang dikomunikasikan melalui kampanye tersebut tertuju kepada khalayak yang tepat pula.

Dalam dunia politik, distribusi produk politik sangat terkait dengan mekanisme jangkauan dan penetrasi produk politik sampai ke daerah dan pelosok. Masyarakat (pemilih dan calon pemilih) yang berada dalam jarak yang sangat jauh akan dapat merasakan bahwa produk politik suatu kontestan (partai atau kandidat) lebih baik jika dibandingkan dengan produk politik kontestan lainnya. Kecermatan dalam penggunaan media massa, baik cetak maupun

elektronik adalah suatu bentuk yang lazim digunakan dalam marketing politik. Dalam perspektif komunikasi politik, pemanfaatan tempat sering diasosiasikan dengan istilah ruang publik (*public sphere*), misalnya media massa yang digunakan untuk memasarkan partai dan seluruh programnya. Saat ini, banyak partai politik dan kandidat yang menggunakan internet sebagai ruang publik. Kemenangan Obama sebagai presiden Amerika misalnya, tidak terlepas dari peran internet sebagai media sosialisasi dan diseminasi untuk memperoleh dukungan yang besar.

Aktivitas marketing politik idelanya tidak hanya dilakukan menjelang perhelatan seperti pemilu, tetapi harus dilakukan secara berkesinambungan untuk secara terus-menerus pula membangun citra yang positif.

Parpol merupakan keharusan dalam kehidupan politik modern yang demokratis. Sebagai suatu organisasi, Parpol secara ideal dimaksudkan untuk mengaktifkan dan memobilisasi rakyat, mewakili kepentingan tertentu, memberi jalan kompromi bagi pendapat-pendapat yang saling bersaing, serta menyediakan sarana suksesi kepemimpinan politik secara sah (*legitimate*) dan damai (Fahmi Nurdiansyah, 2018). Setelah melakukan identifikasi terhadap peluang segmen pasar, selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap beragam segmen yang ditemukan untuk kemudian memutuskan segmen mana yang menjadi target. Karena keterbatasan *resources* (sumber daya) dan keuangan, maka perlu menetapkan kelompok manasaja yang kemudian akan menjadi target untuk memperoleh basis dukungan suara nantinya. (Ansar, 2017)

Marketing politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus menerus oleh kandidat atau kontestan politik dalam membangun kepercayaan dan *image*

publik. Political marketing harus dilihat secara komprehensif diantaranya: (Indriani, 2015).

1. *Political marketing* lebih dari sekedar komunikasi politik.
2. *Political marketing* diaplikasikan dalam seluruh proses organisasi politik, tidak hanya sebatas kampanye politik akan tetapi sampai pada tahap bagaimana memformulasikan produk politik melalui pembangunan simbol, image, platform, dan program yang ditawarkan.
3. *Political Marketing* menggunakan konsep marketing secara luas, tidak hanya terbatas pada teknik marketing, namun juga sampai strategi marketing, dari teknik publikasi menawarkan ide dan program dan desain produk sampai ke market intellegent serta pemrosesan informasi.
4. *Political marketing* banyak disiplin ilmu dalam pembahasannya, seperti sosiologi dan psikologi. Misalnya produk politik merupakan fungsi dari pemahaman sosiologis mengenai simbol dan identitas. Sedangkan faktor psikologisnya, kedekatan emosional dan karakter seorang pemimpin sampai ke aspek rasionalitas platform partai.
5. Konsep *political marketing* bisa diterapkan dalam berbagai situasi politik, mulai dari pemilihan umum sampai ke proses pelobian diparlemen.

Strategi political marketing yang tepat pada akhirnya akan memutuskan preferensi politiknya terhadap suatu kandidat politik yang diusung dengan memberikan suaranya pada saat pemilihan, dengan tujuan akhir atas riset politik, polling, survey dan juga *political marketing*.

F. Tinjauan Empiris

Dasar atau acuan yang berupa teori – teori atau temuan – temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan

sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini, sehingga penulis dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari penelitian terdahulu kemudian membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan strategi politik partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif baru, yaitu:

Tarnijin (2017) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Jurusan Ilmu Politik dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Pemenangan Partai Amanat Nasional (Studi Terhadap Kemenangan PAN Pada Pemilihan Legislatif 2014 Di Kabupaten Bima). Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa proses sosialisasi yang dilakukan adalah mengenal khalayak mana yang akan dipengaruhi dan mengetahui daerah mana tempat pemilihannya. Selanjutnya menyampaikan pesan, visi, misi maupun program yang akan dilaksanakan sebelum dan sesudah duduk terpilih menjadi anggota DPRD kabupaten bima dan partai amanat nasional memanfaatkan betul potensi – potensi yang dimiliki kader tuntut dapat mengangkat citra partai sehingga dapat memenangkan pileg 2014 di kabupaten bima.

Hendri Ariwibowo, Budi Setiyono, dkk (2013) Universitas Diponegoro Jurusan Ilmu Pemerintahan dalam penelitiannya yang berjudul pola Rekrutmen Pemilihan Calon Anggota Legislatif Oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) Menjelang Pemilu 2014 Di Kota Semarang. Dari hasil penelitian bahwa pola rekrutmen calon anggota legislatif untuk pemilu 2014 yang dilakukan oleh DPC PDI perjuangan kota semarang atas perintah DPP partai. Semarang atas perintah DPP Partai. Hal ini dilakukan berdasarkan peraturan partai yang sudah tercantum di dalam Surat Ketetapan Nomor: 061/ TAP/ DPP/ III/ 2013. Isi di dalam peraturan tersebut

menyatakan bahwa pola rekrutmen calon anggota legislatif harus melalui proses Pendaftaran, Penjaringan, test administrasi (*psikotes*), penugasan dan pemahaman ideologi yang terkandung di dalam partai), penyaringan dan penugasan.

Ria Andriani (2015) Universitas Andalas Jurusan Ilmu Komunikasi dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Political Marketing DPD Partai Gerindra Sumbar Dalam Pemilu Legislatif 2014 Di Provinsi Sumatera Barat. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa DPD partai Gerindra Sumbar melakukan strategi political marketing melalui aktifitas politiknya dengan memasarkan program dan kandidat sebagai produk (*product*) partai lewat adanya penggunaan media dan sosialisasi (*promotion*), perhitungan dana dan citra kandidat (*price*), membuat strategi penyebaran di berbagai daerah di Sumatera Barat lewat sejumlah kandidat Partai Gerindra (*place*). Selain itu, melihat dari fakta di Indonesia bahwa partai politik masih sangat lekat dengan figur penokohan untuk dapat mengangkat elektabilitasnya, maka dibahas pula faktor penokohan Prabowo Subianto sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra sebagai salah satu faktor tingginya suara partai ini di Sumatera Barat.

Eko Andriyanto, Adlin (2015) Universitas Riau Jurusan Ilmu Pemerintahan dalam penelitiannya yang berjudul Strategi DPD II Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Di Kabupaten Siak 2014. Hasil penelitian menunjukkan dalam melakukan strategi yang dilakukan oleh Dewan pimpinan Daerah II Partai Golongan Karya pada pemilihan umum legislatif Kabupaten Siak Tahun 2014, terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Daerah II Partai Golongan Karya di antaranya merekrut calon anggota legislatif yang berpotensi memenangkan pemilihan umum, membentuk Jaringan Tim Sukses pada setiap kecamatan, menampilkan isu yang tepat sesuai dengan keinginan masyarakat yakni isu pertanian, isu pendidikan, isu

infrastruktur dan isu ketenagakerjaan, arahan Bupati terhadap Camat dalam pemenangan Partai Golongan Karya sehingga dalam pemilihan umum legislatif tahun 2014 Partai Golongan Karya memperoleh 30.603 suara atau 15,83% dengan jumlah kursi 6 dan pada tahun 2009 hanya memperoleh 17.174 suara atau 12,02% dengan jumlah kursi 4 sehingga memperoleh pertambahan 2 kursi.

Ansar Suherman dan Mansur (2017) Universitas Muhammadiyah Buton Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Marketing Politik Calon Independen Dalam Kontestasi Pilkada Serentak Tahun 2017 Di Kabupaten Buton Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses segmentasi dan targeting hanya menitikberatkan pada satu segmen tertentu saja yakni segmentasi sosial budaya/etnis, maka dalam proses positioning politik dapat disimpulkan bahwa tim pemenangan akan mudah dalam membentuk citra pasangan calon AA dikarenakan isi pesannya hanya terfokus pada salah satu isu yakni isu putra daerah. Meskipun hal yang coba ditanamkan dibenak pemilih termasuk program anti korupsi, dan membawa isu anak muda akan tetapi isu putra daerah lebih ditonjolkan karena isu putra daerah diyakini masih merupakan isu yang masih kuat memengaruhi persepsi masyarakat pemilih, sebab masyarakat pemilih di pedesaan yang oleh peneliti dikategorikan sebagai pemilih tradisional masih mengedepankan pilihan primordialisme dan mengabaikan pilihan rasional. Kondisi ini dapat menjadi potensi dan peluang bagi pasangan calon AA untuk meraup dukungan yang besar dari salah satu etnis terbesar di Kabupaten Buton Selatan karena memiliki latar belakang etnis atau suku yang sama.

G. Kerangka pikir

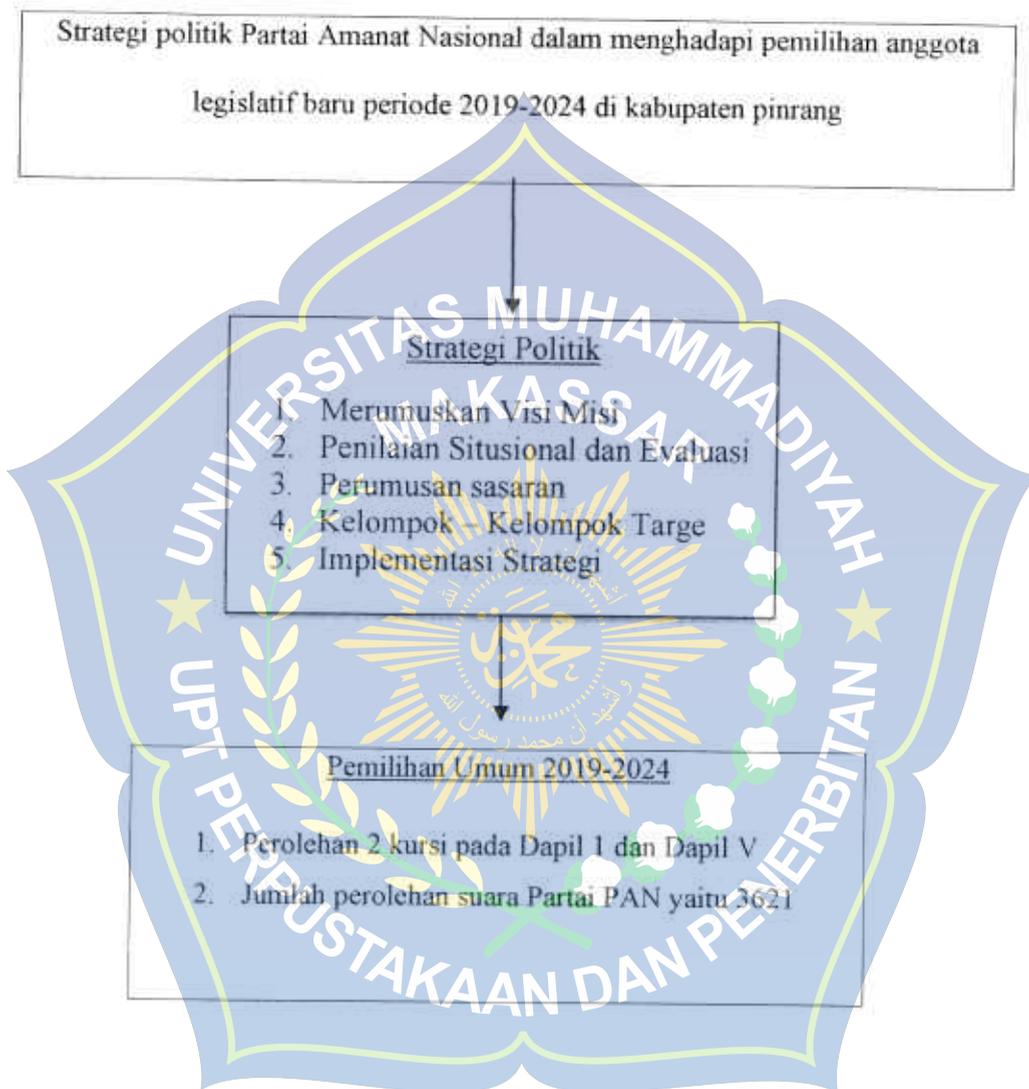
Strategi diartikan sebagai keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditentukan dalam

pengambilan keputusan strategis. Ilmu politik mempelajari mengenai alokasi dan transfer kekuatan dalam pembuatan keputusan, peran dan sistem pemerintahan yang termasuk dalam pemerintah dan organisasi internasional, perilaku politik dan kebijakan publik. Ilmu politik mengukur keberhasilan pemerintah dan kebijakan khusus dengan melakukan pemeriksaan dari berbagai faktor seperti stabilitas keadilan, kesejahteraan material dan perdamaian.

Menurut Miriam Budiardjo, meski dewasa ini definisi mengenai politik yang sangat normatif itu telah terdesak oleh definisi-definisi lain yang lebih menekankan pada upaya (*means*) untuk mencapai masyarakat yang baik, seperti kekuasaan, pembuatan keputusan, kebijakan, alokasi nilai, dan sebagainya, namun pengertian politik sebagai usaha untuk mencapai suatu masyarakat yang lebih baik dari pada yang dihadapinya, atau yang disebut Peter Merkl: "Politik dalam bentuk yang paling baik adalah usaha mencapai suatu tatanan sosial yang baik dan berkeadilan, betapa samar-samar pun tetap hadir sebagai latar belakang serta tujuan kegiatan politik.

Sehingga dari pemaparan teoritis di atas, kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar. 2.1
Kerangka Pikir



H. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah strategi meliputi Perumusan Misi, Penilaian situasional dan evaluasi, Perumusan Sasaran, Kelompok – kelompok target dan Implementasi strategi.

I. Deskripsi Fokus Penelitian

Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk meralisasikan cita – cita politik. Dalam penelitian ini ada beberapa variable yang menjadi sasaran penelitian yaitu :

1. Merumuskan Misi

Visi mencakup uraian tentang tujuan jangka panjang Partai Amanat Nasional (PAN) Kabupaten Pinrang.

Perumusan misi menjabarkan hal apa saja yang perlu direncanakan secara strategi. Hal ini harus mencakup tiga elemen yakni tujuan partai secara keseluruhan yang menguraikan posisi yang ingin dicapai, alasan pentingnya pencapaian tujuan secara keseluruhan dan kerangka waktu (kurun waktu) dimana keseluruhan tujuan harus dicapai

2. Penilaian Situasional dan Evaluasi

Analisis situasi dan evaluasi membahas fakta-fakta yang dikumpulkan, yang dikelompokkan ke dalam kekuatan dan kelemahan serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi. Seperti Basis yang tidak diperhatikan.

3. Perumusan sasaran

Perumusan sasaran dilihat pada kuantitas, kualitas, jangka waktu dan tanggung jawab harus ditetapkan setelah tujuan dirumuskan. Setelah sasaran diputuskan, tanggung jawab untuk memindahkan strategi ke unit-unit taktis, dan diimplementasikan melalui pembagian tugas kepada beberapa kader partai.

4. Kelompok – Kelompok Target

Kelompok target adalah kelompok-kelompok masyarakat atau organisasi mereka yang penting untuk pencapaian misi. Kelompok ini perlu didekati dalam waktu yang telah ditetapkan. Target yang dimaksud adalah tokoh agama dan tokoh masyarakat. Pendekatan yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. Pendekatan secara langsung
- b. Program internal dan eksternal

5. Implementasi Strategi

Dalam mengimplementasikan strategi politik PAN dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu :

- a. Sosialisasi
- b. Komunikasi

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah pada cabang Partai Amanat Nasional yang berlokasi di Jln. Bintang No. 1, Macorawawitto, Macorawalie, Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan.

2. Waktu

Perencanaan waktu yang digunakan dalam penelitian ini kurang lebih dua bulan mulai bulan Oktober – Desember 2020 dengan informan sebanyak 5 orang.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul dari data dan dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Lalu kemudian data di himpun dengan suatu pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan hasil dari wawancara yang mendalam, serta hasil analis dokumen.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah Tipe penelitian fenomenologi yang di maksudkan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah yang diteliti berdasarkan strategi politik partai dalam pemilihan umum.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis data yaitu data deskriptif kualitatif, data deskriptif kualitatif bersifat menerangkan dalam bentuk uraian dan berbentuk penjelasan yang menggambarkan keadaan, proses, maupun peristiwa tertentu, dalam penelitian ini di dapatkan melalui observasi dan wawancara terhadap pihak anggota legislatif partai PAN.

2. Sumber data merupakan subyek dari data yang di peroleh, apabila penelitian menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden (orang yang merespon atau menjawab pertanyaan dari peneliti). Apabila peneliti menggunakan teknik dokumentasi, maka catatan (data) yang diperoleh menjadi sumber data.

a. Data primer, adalah data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya (sumber asli) melalui data yang ada. Data dikumpulkan secara langsung melalui Tanya jawab dari lokasi yang diteliti yaitu mengenai strategi anggota legislatif partai PAN dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif baru di kab. Pinrang

b. Data skunder adalah data yang mendukung data primer yaitu segala bentuk data yang didapatkan melalui data pustaka yakni berbagai macam bacaan baik berupa buku-buku, jurnal, tesis, artikel, internet, dan berbagai hasil penelitian yang terkait dengan penelitian.

D. Informan Data

Informan yaitu anggota Partai PAN yang dapat memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang berhubungan dengan strategi politik partai PAN dalam

menghadapi pemilihan anggota legislatif baru periode 2019 – 2024. Adapun jumlah informan data adalah sebanyak 6 orang, yaitu :

Tabel 3.1
Informan Data

NO	NAMA	JABATAN	INISIAL
1	Andi Patoppoi	Ketua DPC PAN Kabupaten Pinrang	AP
2	Irfan Musa S.H	Bendahara DPC PAN Kabupaten Pinrang	IM
3	Muhammad Toha S.H	Anggota DPRD PAN Dapil III Lembang-Batulappa	MT
4	Syamsul S.H	Calon Anggota Dewan PAN Dapil III Lembang-Batulappa	S
5	Susilo S.H	Calon Anggota Dewan PAN Dapil IV Duampanua-Cempa	S
6	Masyarakat	Dapil IV Duampanua-cempa	S
		Jumlah	6 orang

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Deskriptif Kualitatif yaitu mengumpulkan data langsung di lokasi penelitian, yakni pada anggota legislatif partai PAN kabupaten pinrang. Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan berbagai metode atau teknik.

1. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang berdasarkan informasi yang didapat melalui wawancara dengan pihak yang terkait dalam hal ini anggota legislatif dapil IV partai PAN kabupaten pinrang.

2. Observasi

Secara langsung mengamati sehingga terjadi interaksi dengan subjek penelitian kemudian peneliti mencatat apa saja yang di dapat di lokasi penelitian untuk memberikan gambaran secara utuh tentang objek yang diteliti.

3. Dokumentasi

Adalah teknik pengumpulan data melalui tujuan pustaka, teori, dalil atau hukum dan lain – lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Berupa bahan laporan, peraturan undang – undang, arsip – arsip yang terdapat di Sekretariat Partai PAN Kabupaten Pinrang.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

G. Teknik Keabsahan Data

1. Perpanjangan masa penelitian

Peneliti akan melakukan perpanjangan masa pengamatan jika data yang di kumpulkan dianggap belum cukup, maka dari itu peneliti dengan melakukan pengumpulan data, pengamatan dan wawancara kepada informan baik dalam bentuk pengecekan data maupun mendapatkan data yang belum di peroleh sebelumnya.

2. Pencermatan pengamatan

Data yang di peroleh peneliti dilokasi penelitian akan di amati secara cermat untuk memperoleh data yang bermakna. Oleh karena itu, peneliti akan memperhatikan dengan secara cermat apa yang terjadi dilapangan sehingga dapat memperoleh data yang sesungguhnya.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini di artikan sebagai data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

a. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, hal tersebut dapat dicapai melalui:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.

- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
 - 4) Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi orang berada, orang pemerintahan.
 - 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
- b. Triangulasi dengan metode, yang dimaksud dengan Triangulasi dengan Metode adalah melakukan perbandingan, pengecekan kebenaran dan kesesuaian data penelitian melalui "Metode" yang berbeda. Menurut Patton terdapat dua strategi, yaitu:
- 1) Pengecekan derajat kepercayaan menemukan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
 - 2) Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
- c. Triangulasi dengan penyidik, adalah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemencengan dalam pengumpulan data.
- d. Triangulasi dengan teori, menurut Lincon dan Guba, berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Dipihak lain Patton juga berpendapat yaitu, bahwa hal itu dapat dilakukan dan hal itu dinamakan penjelasan banding (*rival explanations*).

4. Kecukupan Bahan Referensial

Bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Sebagai contoh: data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara.

5. Teknik analisis kasus negatif

Kasus negatif adalah kasus yang tidak sesuai dengan hasil penelitian hingga pada saat tertentu. Teknik analisis kasus negative adalah suatu teknik yang mengumpulkan data yang tidak sesuai di lapangan untuk di jadikan bahan pertimbangan. Kasus negative digunakan sebagai kasus negative untuk menjelaskan hipotesis alternative sebagai upaya meningkatkan argumentasi penemuan.

6. Pengecekan Anggota

Pengecekan dengan anggota yang terlibat dalam proses pengumpulan data sangat penting dalam pemeriksaan derajat kepercayaan. Yang dicek dengan anggota yang terlibat, meliputi data, kategori analisis, penafsiran, dan kesimpulan. Pengecekan anggota berarti peneliti mengumpulkan para peserta yang telah ikut menjadi sumber data dan mengecek kebenaran data dan interpretasinya. Hal itu dilakukan dengan jalan:

- a. Penilaian dilakukan oleh responden
- b. Mengoreksi kekeliruan
- c. Menyediakan tambahan informasi secara sukarela,
- d. Memasukkan responden dalam kaneh penelitian, menciptakan kesempatan untuk mengikhtiyarkan sebagai langkah awal analisis data.
- e. Menilai kecukupan menyeluruh data yang dikumpulkan.

7. Uraian Rinci

Uraian rinci merupakan usaha membangun keteralihan dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara uraian rinci (*Thick description*) keteralihan tergantung pada pengetahuan seseorang peneliti tentang konteks pengertian dan konteks penerimaan. Dengan demikian peneliti bertanggungjawab terhadap penyediaan dasar secukupnya yang memungkinkan seseorang merenungkan suatu aplikasi pada penerima sehingga memungkinkan adanya perbandingan.

8. Auditing

Penelusuran audit (*audit trail*) tidak dapat dilaksanakan apabila tidak dilengkapi dengan catatan-catatan pelaksanaan keseluruhan proses dan hasil studi. Pencatatan pelaksanaan itu perlu diklasifikasikan terlebih dahulu sebelum auditing itu dilakukan. Klasifikasi itu dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Data mentah, termasuk bahan yang direkam secara elektronik, catatan lapangan tertulis, dokumen, foto, dan semacamnya serta hasil survei.
- b. Data yang direduksi dan hasil analisis data, termasuk didalamnya penulisan secara lengkap catatan lapangan, ikhtisar catatan.
- c. Rekonstruksi data dan hasil sintesis, termasuk didalamnya struktur kategori: tema, definisi dan hubungan-hubungannya, temuan dan kesimpulan, dan laporan akhir.
- d. Catatan tentang proses penyelenggaraan, termasuk didalamnya catatan metodologi: prosedur, desain, strategi, rasional; catatan keabsahan data : berkaitan dengan derajat kepercayaan, kebergantungan, kepastian dan penelusuran audit.
- e. Bahan yang berkaitan dengan maksud dan tujuan, termasuk usulan penelitian, catatan pribadi.

- f. Informasi tentang pengembangan instrument, termasuk berbagai formulir yang digunakan untuk penjajakan, jadwal survei, jadwal pendahuluan, format pengamat dan survei

Didalam auditing terdapat audit kergantungan dan audit kepastian, adapun yang dilakukan dalam kedua audit tersebut ialah

a. Audit kebergantungan

- 1) Memastikan peneliti menggunakan metodologi yang tepat.
- 2) Memastikan proses pengumpulan data secara lengkap.
- 3) Memastikan proses dan hasil analisis atas data yang ada.
- 4) Memastikan '*objektivitas*' peneliti.
- 5) Memeriksa kasus negatif, jika ada.

b. Auditing Kepastian

- 1) Memastikan apakah hasil penelitian benar-benar berasal dari data yang ada.
- 2) Menelusuri jejak audit data mentah.
- 3) Menguji kelogisan hasil penelitian.
- 4) Menilai derajat ketelitian.
- 5) Memeriksa peneliti dalam melaksanakan pemeriksaan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

I. Sejarah Singkat Kabupaten Pinrang

Kabupaten pinrang adalah salah satu daerah tingkat II di provinsi sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Pinrang. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.961,77 km² dengan jumlah penduduk sebanyak ± 351.148 jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk mencapai 171 jiwa/km², dimana bahasa yang digunakan di kabupaten ini adalah bahasa Patinjo. Penduduk di kabupaten ini mayoritas beragama Islam. Kabupaten Pinrang terletak pada Koordinat antara 43°10'30" - 30°19'15" Lintang Utara dan 119°26'30" - 119°47'20" Bujur Timur.

Jarak tempuh dari Ibukota Provinsi ke Kabupaten Pinrang ± 173 km dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Tana Toraja
- Sebelah Selatan : Kota Pare-pare
- Sebelah Timur : Kabupaten Enrekang, Kabupaten Sidrap
- Sebelah Barat : Selat Makassar dan Kabupaten Polmas

Wilayah Kabupaten Pinrang terbagi dalam 12 Kecamatan terbagi atas 39 kelurahan dan 65 Desa. Kondisi Topografi wilayah pada umumnya berbukit-bukit dengan ketinggian 100 – 2000 meter di atas permukaan laut. ipe B dan C dimana musim hujan terjadpada Bulan November hingga Juni dan sebaliknya musim kemarau terjadi pada Bulan Agustus hingga Bulan September, secara umum curah hujan terjadi cukup tinggi dan sangat dipengaruhi angin musiman.

Suhu udara rata-rata mencapai 280C dengan curah hujan rata-rata mencapai 174,93 mm/bln.

Gambar 4.1
Daftar Kelurahan dan Desa di Kabupaten Pinrang

Kecamatan	Jumlah Kelurahan	Jumlah Desa	Daftar Desa/Kelurahan	
Mattirosompe	2	7	Desa	Massulowalie, Mattirotasi, Mattombong, Mattongang Tongang, Patobong, Samaenre, Siwolong Polong
Suppa	2	8	Kelurahan	Langnga, Pallameang
			Desa	Lero, Lotang Salo, Maritengngae, Polewali, Tasiwallie, Ujung Labuang, Watang Pulu, Wiring Tasi
MattiroBulu	2	7	Kelurahan	Tallumpanua, Watang Suppa
			Desa	Alitta, bunga, makkawaru, marannu, padaelo, padakkalawa, pananrang
WatangSawitto	8	-	Kelurahan	Manarang, padaidi
			Kelurahan	Bentengge, jaya, maccoralaie, penrang, salo, sawito, sipatokkong, siparappe
Patampanua	4	7	Desa	Leppangang, Malimpung, Masolo, Mattiroade, Padang Loang, Pincara, Sipatuo
			Kelurahan	Benteng, Maccirinna, Teppo, Tonyamang
Duampanua	5	10	Desa	Bababinanga, Barugae, Bungi, Buttu Sawe, Kaballangang, Kaliang, Katomporang, Maroneng, Massewae, Paria
			Kelurahan	Bittoeng, Data, Lampa, Pekkabata, Tatae
Lembang	2	14	Desa	Bakaru, Basseang, Benteng Paremba, Binanga Karaeng, Kariango, Letta, Lembang Mesakada, Pakeng, Pangaparang, Rajang, Sabbangparu, Sali-Sali, Suppirang, Ulu Saddang
			Kelurahan	Betteng, Tadokkong
Cempa	1	6	Desa	Mangki, Matunru Tunrue, Salipolo, Sikkuale, Tadang Palie, Tanratuo
			Kelurahan	Cempa
Tiroang	5	-	Kelurahan	Fakkie, Mattiro Deceng, Tiroang,

Lanrisang	1	6	Desa	Marawi, Pammase Ammassangeng, Barang Palle, Lerang, Mallongi-Longi, Samaulue, Waetuoe
			Kelurahan	Lanrisang
Paleteang	6	-	Kelurahan	Benteng Sawitto, Laleng Bata, Macinnae, Pacongang, Temmassarangge
Batu lappa	1	4	Desa	Batu Lappa, Kaseralau, Tapporang, Watang Kassa
			Kelurahan	Kassa
Total	39	69		

Sumber : Wikipedia

2. Sejarah Partai Amanat Nasional

Partai Amanat Nasional (PAN) adalah salah satu anak sulung reformasi yang terus eksis dengan segala dinamikanya. Sejarah mencatat, hanya tiga bulan setelah Orde Baru bubar seiring lengsernya Soeharto dari kursi kepresidenan, Amien Rais dan sejumlah tokoh lainnya mendeklarasikan PAN pada 23 Agustus 1998. Kelahiran PAN berawal dari Majelis Amanat Rakyat (MARA) yang dibentuk tanggal 14 Mei 1998 atau hanya beberapa hari sebelum Soeharto lengser. Digagas oleh beberapa tokoh nasional, termasuk Amien Rais, MARA diharapkan bisa menjadi motor perjuangan bagi keadilan dan demokrasi di Indonesia. Berakhirnya Orde Baru melahirkan kembali dinamika perpolitikan di tubuh Muhammadiyah. Dalam Sidang Tanwir di Semarang pada 5-7 Juli 1998 yang dihadiri seluruh jajaran pimpinan dari tingkat pusat hingga provinsi, menguat desakan agar Muhammadiyah tampil di panggung politik, atau setidaknya membidani lahirnya sebuah partai politik. Hasil Sidang Tanwir itu menegaskan, Muhammadiyah tetap tidak akan berpolitik praktis sesuai dengan keputusan Muktamar 1971 di Makassar. Namun, Muhammadiyah membebaskan anggotanya untuk menentukan pilihan dan berpartisipasi dalam setiap perhelatan politik di tanah air.

Partai Amanat Nasional memperjuangkan dihentikannya penyelewengan kekuasaan. Partai ini berjuang untuk menegakkan hukum tanpa diskriminasi. Seluruh masyarakat harus mendapat akses pada sistem peradilan yang independen, adil dan murah.

Partai ini mendukung gagasan reformasi konstitusi untuk menjamin kedaulatan rakyat dan dibatasinya kekuasaan negara, serta berlangsungnya demokratisasi. Partai Amanat Nasional berpendirian krisis yang dialami bangsa Indonesia berakar pada politik rezim Orde Baru yang melecehkan kedaulatan rakyat. Karenanya partai ini menentang setiap usaha yang mencoba mengembalikan kekuasaan Orde Baru dan para pendukungnya ke panggung politik. Tatahan Orde Baru mesti diganti sama sekali. Pertahanan negara merupakan usaha segenap masyarakat untuk mempertahankan tanah air. Perlindungan penduduk sipil merupakan bagian terpenting dari pertahanan negara.

Kebijakan ekonomi Partai Amanat Nasional bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial lewat kemakmuran yang berkeadilan dengan berlandaskan moralitas serta menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia. Kemakmuran ditopang oleh tiga pilar utama, yakni pertumbuhan yang dinamis, stabilitas dan efisiensi. Sedangkan keadilan disangga oleh kebebasan, persamaan dan tertib sosial.

3. Visi, Misi dan Tujuan Partai Amanat Nasional

- a. Visi : Terwujudnya PAN sebagai partai politik terdepan dalam mewujudkan masyarakat madani yang adil dan makmur, pemerintahan yang baik dan bersih di dalam negara Indonesia yang demokratis dan berdaulat, serta diridhoi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.

b. Misi

- 1) Mewujudkan kader yang berkualitas;
- 2) Mewujudkan PAN sebagai partai yang dekat dan membela rakyat,
- 3) Mewujudkan PAN sebagai partai yang modern berdasarkan sistem dan manajemen yang unggul serta budaya bangsa yang luhur;
- 4) Mewujudkan Indonesia baru yang demokratis, makmur, maju, mandiri dan bermartabat;
- 5) Mewujudkan tata pemerintahan Indonesia yang baik dan bersih, yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan memajukan kesejahteraan umum, serta mencerdaskan kehidupan bangsa;
- 6) Mewujudkan negara Indonesia yang bersatu, berdaulat, bermartabat, ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, serta dihormati dalam pergaulan internasional.

c. Tujuan

Tujuan partai PAN adalah untuk menjunjung tinggi dan menegakkan kedaulatan rakyat, menjunjung keadilan serta kemajuan pada bidang material dan spiritual. Akar dari cita – cita partai adalah moral agama, kemanusiaan dan kemajemukan, prinsip non sektarian dan non diskriminatif. Semua prinsip tersebut tergabung dalam azas “Akhlak Politik Berlandaskan Agama yang Membawa Rahmat Bagi Sekalian Alam”.

4. Striktur Organisasi Partai Amanat Nasional



6) Pemberdayaan, perlindungan perempuan dan anak

Ketua : Hairunisya

Sekretaris : Nawir

7) Politik dan HANKAM

Ketua : Gusman

Sekretaris : Rustan Arifin

8) Pemerintahan dan otonomi daerah

Ketua : Mashudi Padu

Sekretaris : Jumriah

9) Hukum dan ham

Ketua : Kilat Siring

Sekretaris : Fitri Sari B

10) Advokasi dan perjuangan rakyat

Ketua : Agus

Sekretaris : Andi Chaerul Sam

11) Komunikasi dan informasi public

Ketua : Abd Rahman

Sekretaris : Fatmawati

12) Agama dan pembinaan kerohanian

Ketua : Andi Indra Syamsuddin

Sekretaris : Hj. Suriani

13) Pendidikan dan inovasi iptek

Ketua : Muh. Saleh

Sekretaris : Sukmawati

14) Kesehatan

Ketua : Rosmiati

Sekretaris : Almayani Darwis

15) Pekerjaan umum dan perumahan rakyat

Ketua : Fitriani

Sekretaris : Rusnah

16) Pemberdayaan koperasi dan UMKM

Ketua : Iwan

Sekretaris : Sudir

17) Pengembangan perindustrian, perdagangan dan BUMN

Ketua : Abd. Thalib

Sekretaris : Ahmad

18) Perbankan, pasar modal dan moneter

Ketua : Usman

Sekretaris : Wiwi Ekayana Safitri

19) Pengembangan seni, budaya dan ekonomi kreatif

Ketua : Usman

Sekretaris : Lukman

20) Pertanahan dan reformasi agrarian

Ketua : Dewi Trisnawati

Sekretaris : Dahlia

21) Kemandirian energy dan sumber daya mineral

Ketua : Sudirman

Sekretaris : Idris

22) Lingkungan hidup dan kehutanan

Ketua : Andi Dewi

Sekretaris : Rahmawati

23) Perlindungan buruh dan TKI

Ketua : Aji

Sekretaris : Nasrun

24) Pemberdayaan dan perlindungan nelayan

Ketua : Donald

Sekretaris : Kasmia

25) Pemberdayaan dan perlindungan petani

Ketua : Amiruddin

Sekretaris : Nadir

5. Hasil Pemilihan Umum Periode 2014-2019 dan Periode 2019-2024

Berdasarkan rapat pleno terbuka rekapitulasi hasil perhitungan dan perolehan suara (RHPPS) Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU) Pinrang, Sulawesi Selatan, perhitungan suara untuk pemilihan umum tingkat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sudah bisa diketahui Caleg yang bakal lolos berdasarkan hitungan *Sainte League*.

1. Perolehan Suara Kabupaten Pinrang Periode 2014-2019

Tabel 4.1

Hasil Pemilihan Periode 2014-2019

Dapil	Wilayah Pemilihan	Nama Partai Politik	Kursi
I	Kecamatan Lembang, Duampanua, Batulappa	PKS	1
		DEMOKRAT	1
		GERINDRA	1
		GOLKAR	2

			PPP	1
			PDIP	1
			HANURA	1
			PKB	1
			NASDEM	1
			PAN	1
II	Kecamatan Sompe, Patamparua	Mattiro Cempa,	PKS	1
			DEMOKRAT	1
			GERINDRA	2
			GOLKAR	1
			PPP	1
			PDIP	1
			HANURA	1
			PKB	1
III	Kecamatan Sawitto, Paleteang	Watang Tiroang,	PKS	2
			DEMOKRAT	2
			GERINDRA	1
			GOLKAR	1
			PPP	1
			PDIP	1
			HANURA	1
			PKB	1
			PAN	1
			PBB	1

IV	Mattiro bulu, Lanrisang, Suppa	PKS	1
		DEMOKRAT	1
		GERINDRA	1
		GOLKAR	1
		PPP	1
		PDIP	1
		HANURA	1
		NASDEM	1
	Jumlah	40	

Sumber : Arsip document DPC PAN

2. "Perolehan Suara Kabupaten Pinrang Periode 2019-2024

Berdasarkan hasil pemilihan legislatif 14 april 2019, ada 40 caleg yang lolos meraih suara terbanyak dari 84 caleg yang maju . 12 partai yang ikut serta dalam pemilihan legislatif dari 7 dapil di kabupaten pinrang, demokrat berhasil meraih suara terbanyak. Adapun nama-nama caleg yang berhasil lolos di setiap dapil sebagai berikut :

Tabel 4.2

Dapil 1 Kecamatan Tiroang-Sawitto

N0	Nama	Partai
1.	Muh Sahrul Sarman	DEMOKRAT
2.	Hj Andi Pajjai Mekka	PAN
3.	Hj Ratna Arifin	BERKARYA
4.	Kamaruddin	NASDEM
5.	Sariansa B Mapetani	PKB

6.	H Mashur	PDI-P
7.	Hj Rusnah	GOLKAR
8.	Hitler	DEMOKRAT

Tabel 4.3

Dapil 2 Kecamatan Mattiro bulu- Suppa

No	Nama	Partai
1.	H. Sahabu	PPP
2.	Muhtadin	DEMOKRAT
3.	Andi Riksan	GOLKAR
4.	Paisal	NASDEM
5.	Muh. Sukur	PPP
6.	Abdul Waris	GERINDRA

Tabel 4.4

Dapil 3 Kecamatan Mattiro sompe-Lanrisang.

No	Nama	Partai
1.	H. A. Muh Ramdhani	DEMOKRAT
2.	Hj. Salma Berkarya	BERKARYA
3.	Syamsuddin Duddin	PDI-P
4.	Hastan Mattanete	GOLKAR
5.	Achmad Side	NASDEM

Tabel 4.5

Dapil 4 Kecamatan Duampanua – Cempa

No	Nama	Partai
1.	Hamsyar	DEMOKRAT
2.	Ahmad Jaya Baramuli	BERKARYA
3.	H. Alimuddin	PKB
4.	Ilwan Sugianto	GERINDRA
5.	Jefriadi	HANURA
6.	Supriadi	PERINDO
7.	A. Aan	PDI-P

Tabel 4.6

Dapil V (Lembang - Batu Lappa)

No	Nama	Partai
1.	MARKUS MANNA	DEMOKRAT
2.	A MULYADI	NASDEM
3.	MUH TYOHA	PAN
4.	USMAN BANGGAWA	GOLKAR
5.	ABD HALIM	PKB
6.	HARUN ALI	PPP

Tabel 4.7

Dapil VI (Paleteang - Patampanua)

No	Nama	Partai
1.	NASRUN PATURUSI	DEMOKRAT
2.	A PALLAWAGAU KERRANG	PKB
3.	SYAMSURI	GO.LKAR
4.	KASMAN	GERINDRA
5.	H SAHARIA LOLO	PDI-P
6.	HARTONO	PPP
7.	HAMZAH	BERKARYA
8.	RISDA S	DEMOKRAT

Sumber : Arsip dokumen PAN

B. Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif 2019-2024 Di Kabupaten Pinrang

Strategi politik adalah hal yang mutlak dan harus dimiliki setiap partai politik untuk memenangkan pemilu. Dalam pertarungan politik untuk memperebutkan sebuah jabatan, maka strategi yang matang memegang peranan yang sangat penting karena tanpa adanya perencanaan strategi, tidak mungkin kemenangan akan diraih. Sama halnya dengan senjata dalam menghadapi sebuah pertarungan, maka strategi juga sangat penting untuk mendukung dan membuka peluang dalam memenangkan sebuah pertarungan. Tanpa adanya strategi yang baik, maka peluang untuk memenangkan sebuah pertarungan juga akan semakin kecil. (Tarmijin, 2017)

Pemilihan Umum menjadi sarana untuk menyalurkan aspirasi rakyat, Kondisi kehidupan rakyat yang cenderung berubah memerlukan adanya mekanisme yang mewadahi dan mengaturnya yaitu melalui proses Pemilihan Umum. Setiap penduduk

dan rakyat Indonesia yang telah dewasa memiliki hak untuk menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum. Pada pemilu 2019 di Kabupaten Pinrang, dapat dipastikan bahwa setiap partai politik memiliki strategi masing-masing untuk menarik simpati masyarakat, semakin banyak simpati yang diterima dari masyarakat, maka semakin besar pula peluang untuk memenangkan pemilu, tidak terkecuali PAN dalam memenangkan pemilihan anggota Legislatif 2019 di kabupaten Pinrang. (Febrian, 2016).

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi politik menurut (Farida Nielma, 2010), yaitu

1. Merumuskan visi

Visi ialah suatu tentang gambaran mengenai tujuan atau keinginan di masa depan yang akan datang (*future*), yang secara realistis dilakukan dengan berbagai tindakan guna mewujudkannya dalam kurun waktu tertentu. Selain itu visi merupakan suatu pernyataan yang ditulis ataupun yang diucapkan dalam waktu yang bertepatan atas perumusannya dengan cakupan untuk mencapai masa yang akan datang, Hax dan Maljuf menyatakan terkait visi, mereka berpendapat bahwa visi ialah suatu pernyataan yang merupakan sarana untuk:

- a. Keberadaan organisasi mengenai suatu tujuan serta tugas pokok yang berfungsi untuk alasan komunikasi antar variabel organisasi
- b. Mempertunjukkan *framework* hubungan antara *stakeholder* (sumber daya manusia, organisasi, konsumen, serta pihak lain yang terkait) dengan organisasi

- c. Menyatakan sasaran utama kinerja organisasi dalam arti pertumbuhan serta perkembangannya.

Permusan visi Partai PAN secara teoritis sangat baik, tetapi dalam implementasi visi saat terpilih menjadi anggota legislative dianggap tidak konsisten.

Visi Partai Amanat Nasional Kabupaten Pinrang adalah terwujudnya Partai Amanat Nasional sebagai partai politik terdepan dalam mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur, Pemerintahan yang baik dan bersih di dalam Negara Indonesia yang demokratis dan berdaulat serta di ridhoi Allah SWT, Tuhan Yang Mahe Esa.

Berikut hasil wawancara dengan tokoh masyarakat di dapil IV

"ya kalau menurut saya secara pribadi rata-rata partai politik tidak konsisten dengan visi dan misinya pada saat dia mencalonkan diri. Padahal kalau partainya ingin maju menjadi partai yang bagus, calon legislative harus mengaplikasikan misinya"

Merumuskan misi

Dan misi dari PAN adalah :

- a. Mewujudkan kader yang berkualitas.
- b. Mewujudkan sebaagai partai yang dekat dan membela rakyat.
- c. Mewujudkan PAN sebagai partai yang modern berdasarkan system dan managemen yang unggul serta budaya yang luhur.
- d. Mewujudkan Indonesia baru yang demokratis makmur, maju , mandiri, dan bermartabat.

Namun di dalam penerepanya, sesuai yang di temukan di lapangan bahwa ada beberapa calon legislatif dari partai PAN yang bukan merupakan kader murni dari partai. Sebutlah Susilo S.H yang bukan kader dari partai PAN namun lolos menjadi kandidat calon legislatif di partai PAN. Ini membuktikan bahwa penerapan misi masih tidak sesuai.

Adapun strategi politik yang dilakukan Partai Amanat Nasional untuk mendapat kursi dan juga bisa memenangkan pemilu legislatif 2019 di Kabupaten Pinrang ada beberapa macam, diantaranya strategi rekrutment bakal calon, sosialisasi calon, komunikasi politik dan menggerakkan mesin-mesin Partai Amanat Nasional. Hal ini di pertegas oleh ketua DPC PAN Kabupaten Pinrang Andi Patoppoi mengenai strategi yang dilakukan oleh PAN dalam memenangkan pemilu legislatif adalah :

"...dalam memenangkan pemilu legislatif, kami PAN melakukan beberapa taktik, mulai dari menentukan sasaran, sosialisasi politik, serta mengendalikan barisan muda partai PAN dalam melakukan kegiatan-kegiatan positif yang menyentuh lapisan masyarakat."

Berdasarkan penjelasan dari ketua DPC PAN Andi Patoppoi, Strategi yang digunakan oleh Partai Amanat Nasional untuk memenangkan Pileg 2019 di Kabupaten Pinrang mengacu pada beberapa poin inti yang menjadi strategi penting bagi PAN dan dapat dijelaskan dalam dua bentuk strategi yaitu :

a. Strategi internal

Strategi ini biasa di sebut strategi kefigurasi. Setiap partai politik yang ikut menjadi kontestan pemilu harus mempersiapkan strategi yang jitu, salah satunya dalam merekrut orang-orang yang dianggap layak dan kapabel untuk duduk di lembaga parlemen atau legislatif. Rekrutmen politik (calon) yang dimaksud adalah partai politik mencari orang yang berbakat untuk turut aktif

dalam kegiatan politik dan proses pengisian jabatan politik melalui mekanisme demokrasi.

Hal utama yang dilihat ketika bakal calon diusung oleh DPD PAN adalah figur. Figur sangatlah penting dalam konteks menarik simpati atau mempengaruhi masyarakat, dimana figur sangat besar pengaruhnya dalam mendulang suara. Banyak hal yang bisa dilihat dari seseorang yang akan dipilih sebagai calon, misalnya orang tersebut mempunyai kedudukan sosial, ekonomi maupun agama. Dari beberapa kategori tersebut akan sangat menunjang besarnya suara yang didapat.

Ada tiga kriteria figur yang dilihat oleh PAN sebagai syarat dalam memilih figur dan menentukan menentukannya sebagai caleg, yakni:

- 1) Seorang figur harus bisa menjual program-program Partai.
- 2) Seorang figur harus bisa melakukan kerja sosial.
- 3) Figur harus bisa melakukan politik praktis untuk bisa mendulang suara.

Hal yang terpenting adalah Partai Amanat Nasional dalam memilih figur sebagai calon melihat seberapa besar kerja dan partisipasinya untuk masyarakat dan partai serta seberapa besar pengaruhnya terhadap masyarakat.

2. Penilaian Situasional

Analisis situasi dan evaluasi membahas fakta-fakta yang dikumpulkan, yang dikelompokkan kedalam kekuatan dan kelemahan serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi.

Adapun yang di temukan di lapangan mengenai kekuatan dalam penjarangan suara adalah :

- a. Keresahan masyarakat akan kepengurusan administrasi yang lambat.

Ini merupakan fakta sekaligus kekuatan dalam penjangkaran suara, seperti halnya dalam pembuatan KTP, SIM, KK. Masyarakat masih menganggap ini hal yang sulit. Sehingga saya hadir di tengah-tengah mereka untuk mengurus kebutuhan administrasinya.

Seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Toha S.H bahwa :

“...dengan menjaga komunikasi dan menjaga silaturahmi biasanya saya berkunjung ke rumah yang saya anggap sebagai basis agar tidak di rekrut oleh calon partai yang lain. Dalam kunjungan, saya terbuka dengan masyarakat mengenai apa yang menjadi kebutuhannya saat ini supaya saya bisa berkontribusi”

b. Pengangguran

Pengangguran juga merupakan kekuatan dari calon legislatif partai PAN untuk menarik perhatian masyarakat dalam penjangkaran suara. Sebutlah saudari Idawati yang di terima bekerja sebagai honorer di SDN 135 Kampung Galung berkat komunikasi dari salah satu calon legislatif partai PAN (Susilo SH) sebagaimana yang di sampaikan salahsatu calon anggota legislatif PAN (Irfan musa SH.)

“...langkah yang paling baik adalah memberdayakan masyarakat terkhusus pemuda yang masih menganggur setelah lulus sekolah dan kuliah.”

c. Basis yang tidak di perhatikan

Pemasaran politik juga dilakukan oleh kompetitor – kompetitor tentunya bertujuan tidak hanya menarik simpatik konstituen sebelumnya, melainkan juga menarik masyarakat yang tidak memilihnya pada periode sebelumnya. Dari konteks aktivitas politik, pemasaran politik dimaksudkan adalah penyebarluasan informasi tentang kandidat dan program yang dilakukan oleh para elit politik melalui saluran – saluran komunikasi tertentu. Penjangkaran suara termasuk hal yang sangat penting dalam pemilihan, salah satu strategi

PAN dalam menjaga suara agar tidak menjadi suara caleg lain diungkapkan oleh Andi Patopoi selaku ketua DPC PAN bahwa :

“...biasanya caleg lain mengandalkan serangan fajar di satu minggu terakhir sehingga basis yang tidak diperhatikn akan menjadi suara kompotitor. Nah, disitulah saya mencoba membuka komunikasi dan mendengar beberapa keluhan dan mecoba untuk membantu dan menarik simpati mereka agar memilih saya”

Hal ini di tujuan kepada sasaran tertentu dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap, dan perilaku para calon pemilih sesuai dengan keinginan pemberi informasi.

Faktor kelemahan yang di temukan di lapangan adalah

1) Tim yang tidak aktif sosialisasi

Strategi pendukung untuk menunjang suksesnya strategi lain yang tujuannya adalah untuk mengontrol situasi lingkungan yang selalu berubah. Seperi yang diungkapkan oleh Susilo S.H bahwa :

“...salah satu yang paling mendukung adalah mengumpulkan kordinator kordinator di tiap desa kelurahan untuk melihat data dan nama nama yang sudah di list dari warga, sehingga saya bisa mengontrol mana tim yang aktif dan tidak”

Tetepi langkah ini tidak sesuai dengan harapan. Banyaknya tim yang numpang nama di tiap desa dan kelurahan. Pada saat rapat evaluasi tentang data masyarakat yang sudah di temui. Hanya 2 persen yang betul-betul jalan dan aktif sosialisasi.

2) Sosialisai melalui media social.

Strategi ini adalah langkah yang kurang tepat, sesuai yang di temukan di lapangan bahwa masyarakat awam perlu di temui langsung untuk memperkenalkan calon legislatif dari PAN supaya hubungan silaturrahi bisa belih kuat. Perubahan lingkungan yang mencolok adalah perubahan teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi, internet, jejaring sosial

adalah perubahan nyata yang semestinya dijadikan bagian dari strategi politik partai dalam meraih dukungan pemilih pemula. Artinya strategi functional PAN dalam meraih dukungan adalah dengan strategi marketing dan promosi yang digunakan dengan memanfaatkan teknologi, akan tetapi justru ini malah menjadi kelemahan bagi strategi caleg di kabupaten pinrang.

, seperti yang dikatan oleh Syamsul S.H bahwa :

"...tim pemenang dari partai PAN khususnya di tim saya. Masih lebih sering mempromosikan visi melalui via WA,FB, dan TELPON SELULER kepada masyarakat, padahal mereka perlu di temui langsung untuk memperkenalkan saya kepada mereka"

Dengan adanya langkah sosialisasi melalui media sosial mengakibatkan TIM pemenang malas untuk ketemu langsung dengan masyarakat dan ini juga menjadi faktor faktor-faktor yang dapat menghambat kelancaran dalam menjalankan strategi seperti yang diungkapkan oleh Irfan Musa S.H bahwa

"...faktor kegagalannya adalah tim yang tidak jalan dan melapor bahwa kondisi lapangan baik-baik saja sehingga saya tidak tau semisalnya terjadi masalah, sedangkan faktor keberhasilan dipengaruhi oleh tim yang aktif dan selalu berkomunikasi dengan saya sehingga bilamana terdapat masalah saya tau dan langsung turun."

3. Perumusan sasaran

Perumusan sasaran dilihat pada kuantitas, kualitas, jangka waktu dan tanggung jawab harus ditetapkan setelah tujuan dirumuskan. Setelah sasaran diputuskan, tanggung jawab untuk memindahkan strategi ke unit-unit taktis, dan diimplementasikan melalui pembagian tugas kepada beberapa kader partai. Berikut

adalah kegiatan yang dilakukan oleh caleg PAN yang saya temukan di lapangan

1. Sosialisasi pemilih pemula,

Dalam kegiatan ini yang menjadi pelaksana adalah partai PAN dan sasarannya adalah pemuda dan pelajar. Calon legislative yang mempresentasikan bahaya dalam memilih pemimpin pada forum sosialisasi pemilih pemula selalu menyelipkan kepentingan individunya untuk mendapatkan citra dan perhatian terhadap masyarakat.

PAN mengutamakan menjalin komunikasi politik dengan masyarakat biasa daripada pemilih masyarakat kelas atas, sejak bulan November-februari calon legislative dan tim pemenang mulai aktif dalam melakukan sosialisasi pemilih pemula untuk kalangan pelajar dan sejak di bulan februari sudah aktif dalam melakukan pengajian bersama masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Susilo S.H bahwa

"... strategi imitik menentukan sasaran bukan lagi berfokus kepada tokoh masyarakat karena hampir semua caleg menempatkan tokoh masyarakat dalam penjangaran suara, strategi yang saya pakai dengan mengandalkan pemuda untuk melakukan kegiatan – kegiatan positif dan saya siap membantu mereka."

2. Sosialisasi bahaya money politik.

Dalam kegiatan ini calon legislative selalu menekankan bahaya tentang money politik. Hal yang paling sering di sampaikan adalah harga diri kita tidak bisa di beli oleh uang dan sangat berpengaruh terhadap 5 tahun kedepan. Seperti halnya yang di sampaikan oleh masyarakat dalam wawancara

"... memang politik uang itu nda bagus tapi kita tidak punya pilihan lain karena setelah mereka terpilih dia sudah tidak memperhatikan lagi dengan masyarakat"

Sangat berbeda dengan di sampaikan oleh syamsul S.H dalam wawancara

"Target saya adalah meraih suara terbanyak tanpa menggunakan money politik"

Strategi telah ditetapkan maka, pendekatan untuk memanfaatkan kekuatan terhadap kelemahan. Masing-masing strategi harus direalisasikan dan dijalankan sehingga target atau sasaran tercapai. Tidak bisa dipungkiri bahwa kegagalan dalam menentukan sasaran bisa saja terjadi, Seperti yang diungkapkan oleh Andi Patoppoi bahwa:

"...karena banyak pemuda yang dijadikan tim, ada sebagian kecil yang tidak diperhatikan sehingga merasa kecewa dan pindah ke caleg lain ini menjadi penyebab terjadinya kegagalan"

4. Kelompok-kelompok target

a. Pendekatan Secara Langsung

Strategi yang dilakukan oleh tim sukses yaitu menggunakan model pendekatan secara langsung. Seperti melakukan kerja-sama dengan tokoh masyarakat dalam hal ini seperti pak lingkungan di kelurahan dan masyarakat lain yang punya pengaruh besar terhadap pemuda. Pemuka-pemuka agama, kelompok masyarakat petani dan gapoktan desa/kelurahan, karang taruna juga bagian dari kelompok-kelompok target. Pendekatan kepada masyarakat dilakukan melalui program dan kegiatan yang disusun oleh tim sukses. Seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Toha S.H bahwa

"...model komunikasinya dalah melalui pemuda ke orang tuanya, melalui tokoh masyarakat dan tokoh agama, saya akan minta untuk didoakan dan melakukan dzikir dan pengajian bersama"

b. Program internal dan eksternal

Program internal yang ditujukan untuk internal tim sukses yang digunakan sebagai cara untuk menyosialisasikan calon yang diusung PAN kepada masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Irfan Musa bahwa :

“...untuk menguatkan hubungan emosional dengan masyarakat biasanya saya selalu memberikan bantuan disetiap acara misalnya nikah, hajatan, dan pertandingan olahraga agar hubungan saya dan masyarakat makin erat”

Kemudian program eksternal ditujukan kepada warga masyarakat melalui dialog dan diskusi warga, serta program sosialisasi visi-misi dan program kerja untuk mengetahui bagaimana rencana-rencana calon dalam memajukan Kabupaten Pinrang ketika terpilih nantinya menjadi anggota legislatif. Seperti yang dikatakan oleh Syamsul S.H bahwa :

“...model pencitraan banyak, saya biasa melakukan kegiatan – kegiatan social seperti bagi-bagi takjil di bulan puasa dan menghadiri kegiatan – kegiatan keagamaan”.

Pemilih pemula yang masih berusia muda kurang tertarik dengan bidang politik. Mereka kurang memperdulikan hal-hal serius termasuk salah satunya adalah pendidikan politik. Bahkan bagi sebagian anak muda, istilah politik berkonotasi negatif sehingga memunculkan kecurigaan atas kegiatan yang diselenggarakan oleh PAN ataupun organisasi mitranya sehingga menjadi kendala bagi kemenangan PAN dalam meraih dukungan pemilih. Seperti yang diungkapkan oleh Andi Patoppoi bahwa :

“...pemasaran politik terhadap target-target adalah dengan membudayakan pemuda yang aktif berorganisasi untuk melakukan kegiatan di tangan-tengah masyarakat dan saya hadir disitu, walaupun saya tidak kampanye, setidaknya masyarakat melihat bahwa saya terlihat di dalam”

Kekalahan tidak bisa dihindari oleh setiap partai politik dalam pemilihan umum. Setiap partai memiliki strategi dan cara tersendiri dalam memenangkan pemilu. Komunikasi tim dan rasa tanggungjawab yang besar menjadi salah satu

kunci dalam memenangkan pemilu. Seperti yang diungkapkan oleh Susilo S.H bahwa :

"... untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan tetap menjaga komunikasi dan jangan kecewakan tim dan tetap bekerja sama itu kuncinya"

5. Implementasi strategi

a. Sosialisasi

Sosialisasi politik merupakan upaya partai dalam memberikan informasi yang membawa pengenalan dan penyampaian nilai politik kepada masyarakat yang berdampak terhadap dukungan halayak kepada partai politik. Sosialisasi sangat penting dan diutamakan, seperti halnya Partai Amanat Nasional dalam memberikan pengertian dan pemahaman kepada masyarakat terkait dengan persoalan dan kegiatan politik, supaya mendapatkan dukungan yang seluasluasnya dari masyarakat. Partai Amanat Nasional mencoba merubah pandangan masyarakat terhadap parpol. Mainset masyarakat Pinrang yang selama ini menganggap Parpol wadah untuk mencari kekuasaan dan setelah mendapat kekuasaan tersebut menjadi lupa terhadap masyarakat.

Partai Amanat Nasional melakukan sosialisasi secara intents dan terus menerus tanpa mengenal lelah. Sosialisasi ini berguna untuk mengenalkan Partai serta program-programnya dan juga memperkenalkan bakal Caleg. Seperti yang disampaikan oleh syamsul S.H calon anggota dewan PAN dapil III lembang-batulappa bahwa :

"...untuk menguatkan hubungan emosional dengan masyarakat biasanya saya selalu memberikan bantuan disetiap acara seperti nikahan, haqiqah, atau keolahragaan lainnya guna untuk mendekatkan diri ke masyarakat."

PAN melakukan sosialisasi secara terus menerus untuk memperkenalkan visi misi dan calon yang akan maju kepada pada Pileg terhadap masyarakat.

Sosialisasi yang dilakukan secara langsung lebih efektif karna langsung bertatap muka dengan masyarakat banyak.

b. Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh Partai Amanat Nasional untuk memperoleh dukungan suara dari masyarakat pada pemilu legislatif 2019 di Kabupaten Pinrang.

Partai Amanat Nasional yakin dengan komunikasi turun langsung kepada masyarakat dan melakukan kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan akan berdampak positif. Kegiatan seperti ini lebih ampuh bagi PAN untuk lebih dekat dengan masyarakat sebagai pemilih. dalam komunikasi ini terindikasi adanya praktek MONEY POLITIK yang di lakukan oleh caleg. selain itu dalam strategi komunikasi, caleg melakukan bargaining politik dengan tokoh masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Irfan Musa S.H selaku bendahara DPC PAN, bahwa:

"...yang saya temukan selama komunikasi dengan tokoh masyarakat, mereka selalu meminta timbal balik terhadap partisipasi mereka, dari hal itulah kami PAN memberikan janji akan memberdayakan setelah kami terpilih."

Tetapi pada kenyataannya, tanggapan masyarakat berbeda dengan janji yang diucapkan oleh caleg. Seperti yang di sampaikan oleh tokoh masyarakat

".. saya sudah terbiasa dengan janji caleg. Hal yang bisa saya lakukan adalah memanfaatkan momentum money politik 'naseng tauwwe angka doi angka suara'

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang disampaikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi politik Partai Amanat Nasional dalam menghadapi pemilihan anggota legislatif baru periode 2019-2024, secara konsep dan ide sudah sangat baik, tetapi pada penerapannya masih belum maksimal dan lebih banyak didapatkan faktor kelemahan dalam mewujudkan cita-cita visi PAN. Seperti kelemahan dalam komunikasi melalui media sosial, Kader dan tim sukses tidak aktif. Basis yang tidak diperhatikan dan calon legislative yang diangkat bukan dari figure yang dikenal masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif periode 2019-2020 di Kabupaten Pinrang, maka dari itu peneliti menyarankan bahwa:

1. Bagi pengurus Partai Amanat Nasional agar selalu aktif dalam melakukan perekrutan kader-kader baru sehingga tidak kekurangan tim pada saat penjangkaran suara.
2. Tetap aktif dalam melakukan kegiatan-kegiatan pelatihan terhadap masyarakat meski bukan di waktu pemilihan caleg atau pilkada.
3. Pada calon legislatif yang mengisi barisan Partai Amanat Nasional agar tetap menjaga silaturahmi kepada basis suara walaupun menang/kalah dalam pemilihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R. 2015. *Strategi Political Marketing Dpd Partai Gerindra Sumbar Dalam Pemilu Legislatif 2014 Di Provinsi Sumatera Barat*, Strategi Political Marketing Dpd Partai Gerindra, skripsi, hal 1–342.
- Ananda, A. I. 2016. *Strategi DPC PAN Bulukumba dalam Menghadapi Pilkada Bulukumba 2015*, Tesis, hal 59-60, Retrieved from <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/2727>
- Andriyanto E. 2015. *Strategi Dewan Pimpinan Daerah Ji Partai Golongan Karya Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Kabupaten Siak Tahun 2014*. Jom FISIP. Volume 2 No. 1
- Chasyani A. 2016. *Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Gubernur Sulsel Tahun 2013 di Kabupaten Pinrang*. Skripsi. Hal 61-61
- Ferawati N. *Strategi Calon Legislatif dalam Memenangkan Pemilihan (Studi Pemilihan di Daerah pemilihan 3 (Tiga), Kabupaten Ponorogo Pemilu Tahun 2019*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik. Vol-04 No 02. <https://journal.uwgm.ac.id/index.php/fisipublik>
- Hardani, S. (2016). *Komitmen Partai Politik Terhadap Pencalonan perempuan Sebagai Anggota Legislatif Dalam Upaya Realisasi Undang-Undang No. 12 Th. 2003 Di Pekanbaru*. Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender, 13(2), 165. <https://doi.org/10.24014/marwah.v13i2.887>
- Hery. 2019. *Hasil pemilihan umum DPRD Kabupaten Pinrang* <https://makassar.tribunnews.com/2019/04/26/ini-figur-yang-hampir-pasti-dapat-kursi-dprd-pinrang-dapil-5>. Diakses Tanggal 1 Desember 2019
- Larasati, & Suryanef. (2019). *Strategi Partai Amanat Nasional dalam Memenangkan pemilihan umum legislatif 2019*. Journal of Civic Education. Volume 1 No. 4 317–324.
- Nurdiansyah, F. (2018). *Marketing Politik Dpp Partai Gerindra Pada Pemilu Legislatif 2014*. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 9(1), 60. <https://doi.org/10.14710/politika.9.1.2018.60-70>
- Nurtakwa. 2017. *Strategi Rekrutmen Kader Dewan Pimpinan Daerah Partai Amanat Nasional (Dpd Pan) Kota Surabaya*. Skripsi. Hal 54

Partai Amanat Nasional. 2019. Kabupaten Pinrang <http://pan.or.id/sejarah-pan/>. Diakses Tanggal 1 Desember 2019

Retno D. 2019. *Sejarah Partai Amanat Nasional*. <https://sejarahlengkap.com/organisasi/sejarah-partai-pan>. Diakses tanggal 2 Desember 2019

Risadin M. 2019. Strategi Kampanye Politik Dpd Partai Solidaritas Indonesia Kota Palembang Dalam Menghadapi Pemilu 2019. Skripsi. Hal 20-22

Sari, D. R. (2018). Strategi Dewan Pimpinan Cabang (Dpc) Partai Persatuan Pembangunan (Ppp) Dalam Meraih Suara Pada Pemilihan Legislatif Di Kota Padangsidimpuan. Skripsi. Hal 85-86

Sidarta GM. 2008. *Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Langsung*. Ciputat: Kalam Pustaka. Skripsi. Diakses tanggal 29 Juli 2019

Tarmijin. 2017. *Strategi Pemenangan Partai Amanat Nasional (Studi Terhadap Kemenangan PAN Pada Pemilihan Legislatif 2014 Di Kabupaten Bima)*. Diakses tanggal 15 Juli 2019

Adi F H. 2019. *Strategi Politik Dpc Partai Bulan Bintang Surabaya Dalam Pemilu Legislatif*. Hal 67

Utami A. 2017. *Strategi Rekrutmen Kader Dewan Pimpinan Daerah Partai Amanat Nasional (Dpd Pan) Kota Surabaya*. Skripsi. Hal 60



A

N



WAWACARA CALON LEGISLATIF PARTAI PAN (SYAMSULSH)



WAWACARA CALON LEGISLATIF PARTAI PAN (IRPAN SH)

PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN



WAWACARA CALON LEGISLATIF PARTAI PAN (SYAMSULSH)



WAWACARA CALON LEGISLATIF PARTAI PAN (MUH. APRIADI SE)

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Abd. Rahman
 NIM : 105640220715
 Program Studi : Ilmu Pemerintahan
 Judul : Strategi Politik Partai Amanat Nasional Dalam Menghadapi Pemilihan Anggota Legislatif Periode 2019-2024 Di Kabupaten Pinrang

A. Merumuskan misi

1. Bagaimana keterlibatan calon anggota legislatif dalam menerapkan misi ?
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terkait misi yang diterapkan oleh partai PAN ?
3. Bagaimana strategi dalam menerapkan misi ?
4. Bagaimana ketercapaian misi partai PAN dalam pemilihan anggota legislatif ?
5. Bagaimana kendala-kendala dalam penerapan misi ?
6. Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala-kendala dalam mengimplementasikan misi ?

B. Penilaian Situasional Dan Evaluasi

1. Bagaimana strategi dalam mengantisipasi penjarangan suara yang dilakukan oleh calon legislatif lain ?
2. Bagaimana strategi dalam menjaring suara yang kemungkinan menjadi suara caleg lain ?
3. Bagaimana strategi dalam menjaga hubungan tetap baik antara calon legislatif lain di tengah penjarangan suara ?
4. Bagaimana strategi dalam mengevaluasi kondisi di lapangan ?
5. Bagaimana faktor kegagalan dan keberhasilan dalam melakukan evaluasi ?

C. Perumusan sasaran

1. Bagaimana strategi dalam menentukan sasaran ?
2. Bagaimana pola komunikasi dalam mendekati sasaran ?
3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap sasaran yang ditentukan ?

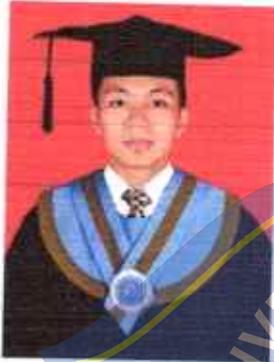
4. Bagaimana strategi keberhasilan sasaran ?
5. Bagaimana faktor penyebab gagalnya sasaran ?

D. Kelompok – kelompok target

1. Bagaimana model komunikasi yang dilakukan antara calon legislatif dengan masyarakat ?
2. Bagaimana model pencitraan calon legislatif pada masyarakat ?
3. Bagaimana model keterikatan hubungan dengan masyarakat ?
4. Bagaimana strategi pemasaran politik terhadap terhadap kelompok-kelompok target dalam penjangkauan suara ?
5. Bagaimana strategi menjaga basis massa agar tidak terjaring oleh calon legislatif lain ?



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



ABD RAHMAN, dilahirkan di Kabupaten Pinrang tepatnya di kelurahan data kecamatan duampanua anak ke 5 dari lima bersaudara ABD RAHMAN .Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 135 Kampung galung Kecamatan Duampanua 2010. Pada tahun itu juga penulis melanjutkan pendidikan kejenjang selanjutnya di SMP Negeri 5 data Kecamatan Duampanua Kabupaten pinrang di tahun 2013 kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 pekkabata yang saat ini telah berganti nama menjadi SMA 2 PINRANG pada tahun 2012 dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun 2015 kemudian penulis melanjutkan pendidikan kejenjang selanjutnya yaitu di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Pemerintahan. Pada tahun 2020 ini akan mengantarkan penulis meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam karya ilmiah dengan judul **“SRATEGI POLITIK PARTAI AMANAT NASIONAL DALAM MENGHADAPI PEMILIHAN ANGGOTA LEGISLATIF BARU 2019-2024”**.