



Strategi Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa Dalam Meningkatkan Jumlah Pemilih Pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa 2024

Suriyani Lestari¹, Lalu Ahmad Taubih²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Teknologi Sumbawa
¹Suriyanilestari82@gmail.com, ²lalu.ahmad.taubih@uts.ac.id

Abstract (English)

The importance of political party strategies in increasing the number of voters in legislative elections, particularly in Sumbawa Regency. The need for the Democratic Party Branch Leadership Council (DPC) of Sumbawa Regency to maintain and increase the number of seats in the 2024 legislative elections after gaining one additional seat in the previous legislative elections. Furthermore, this research is also motivated by phenomena that often occur before elections, such as vote-buying, dawn attacks, black campaigns, and identity politics. This study employs a qualitative descriptive method to describe the phenomena and facts related to voter increase strategies. Data analysis is conducted using political marketing theory, focusing on the concepts of Segmentation, Targeting, and Positioning (STP). The results show that the DPC of the Democratic Party in Sumbawa Regency has implemented various political marketing strategies based on political segmentation, targeting, and positioning.

Article History

Submitted: 26 June 2024
Accepted: 1 July 2024
Published: 2 July 2024

Key Words

party strategy, voters, legislative elections

Abstrak (Indonesia)

Pentingnya strategi partai politik dalam meningkatkan jumlah pemilih pada pemilu legislatif, khususnya di Kabupaten Sumbawa. Kebutuhan Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa untuk mempertahankan serta meningkatkan jumlah kursi pada pemilu legislatif 2024 setelah mengalami peningkatan satu kursi pada pemilu legislatif sebelumnya. Selain itu, indikasi penelitian ini juga berasal dari fenomena yang sering terjadi menjelang pemilu seperti politik ulang, serangan pajar, kampanye hitam, dan politik identitas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan fenomena dan fakta-fakta terkait strategi peningkatan jumlah pemilih. Analisis data dilakukan menggunakan teori marketing politik yang berfokus pada konsep Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPC partai demokrat kabupaten Sumbawa telah mengimplementasi berbagai strategi marketing politik berdasarkan Segmentasi politik, strategi targeting politik dan strategi positioning politik.

Sejarah Artikel

Submitted: 26 June 2024
Accepted: 1 Juli 2024
Published: 2 Juli 2024

Kata Kunci

strategi partai, pemilih, pemilu legislatif.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara demokrasi yang menerapkan pernyataan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat, bertujuan untuk mewujudkan dan mengutamakan kedaulatan rakyat. Penyelenggaraan pemilu merupakan wujud nyata dari demokrasi dan cara rakyat menegaskan kedaulatannya atas negara atau pemerintahan. Dengan adanya pemilu, masyarakat memiliki wewenang secara penuh untuk memilih secara langsung siapa yang layak dijadikan

pemimpin. Oleh karena itu, para kandidat yang mencalonkan diri melakukan berbagai cara agar menarik simpati masyarakat. Seperti halnya fenomena yang sedang marak terjadi di tengah-tengah masyarakat saat menjelang pemilu, yaitu adanya politik uang (*money politic*), serangan pajar, kampanye hitam (*black campaign*), dan politik identitas. Fenomena Politik uang (*money politic*) dianggap sebagai salah satu syarat wajib bagi seltiap calon pejabat untuk





mendapatkan dukungan sebanyak-banyaknya (Aspinal dan Sulkmajati, 2015: 3). Fenomena kedua, yaitu calon yang melakukan serangan fajar. Serangan fajar termasuk salah satu bentuk dari politik ulang. Namun, berdasarkan pasal 515 dan pasal 523 ayat 1 sampai 3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilu dan pasal 187 A ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2006 tentang Pilkada, bahwa serangan fajar tidak terbatas pada ulang, melainkan juga dalam bentuk lain seperti sembako, pakaian, atau bentuk fasilitas lain yang bisa dikonversi dengan nilai ulang di luar ketentuan kampanye yang diperbolehkan. Fenomena ketiga, yaitu kampanye hitam atau yang dikenal dengan istilah Black Campaign. Kampanye hitam merupakan model kampanye dengan menggunakan rayuan yang merusak, sindiran, atau rumor yang tersebar mengenai sasaran kepada para kandidat atau calon kepada masyarakat agar menimbulkan persepsi yang dianggap tidak etis terutama dalam hal kebijakan publik (Riswandi, 2009:30). Fenomena keempat, yaitu adanya politik identitas. Politik identitas meliputi alat politik untuk menunjukkan jati diri, bertujuan untuk mendapatkan pengakuan lebih luas dari publik dalam rangka mencari dukungan suara. Fenomena identitas adalah isu yang dominan untuk negara demokrasi dengan keadaan dan kondisi masyarakat yang beragam (Ardipandanto, 2020).

Dilansir dari Bawaslu Kota Semarang bahwa selama pemilu 2019 terdapat 1 kasus pelanggaran yang terjadi pra-kampanye, 32 kasus pelanggaran terjadi pada saat kampanye, dan sebanyak 12 kasus pelanggaran terjadi pasca kampanye. Seperti yang pernah dibahas oleh Lina Ulfa Fitriani, L Wirelapta Karyadi, dan Dwi Setiawan Chaniago dalam artikel yang berjudul Fenomena politik ulang (money politik) pada pemilihan calon Anggota

Legislatif di Desa Sendik Kecamatan Layar Kabupaten Lombok Barat. Dalam artikel tersebut membahas tentang politik ulang yang sulit di hentikan di masyarakat Lombok Barat, bahkan menjadi kebiasaan atau tradisi yang dilakukan oleh calon kandidat partai politik tertentu menjelang pelaksanaan pemilu untuk memperoleh suara terbanyak dari masyarakat (Ulfa dkk, 2019).

Adapun penelitian mengenai fenomena serangan fajar dalam pemilu melalui pandangan Islam. Dalam penelitian tersebut dijelaskan survei LIPI (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) pada tahun 2019 disebutkan bahwa masyarakat memandang pesta demokrasi itu sebagai ajang bagi-bagi rezeki. Bahkan pasca pemilu ditemukan 40% responden mengakui menerima ulang dari calon peserta tetapi tidak mempertimbangkan untuk memilih calon tersebut, sementara 37% lainnya juga menerima dengan mempertimbangkan akan memilih calon tersebut (Faqih dkk, 2023:148).

Pemilu legislatif merupakan sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam NKRI berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Partai Demokrat adalah salah satu partai politik di Indonesia yang ikut serta dalam pemilu legislatif. Partai ini didirikan pada tanggal 9 September 2001 dan disahkan pada tanggal 27 Agustus 2003. Pendirian partai ini erat kaitannya dengan niat untuk membawa Susilo Bambang Yudhoyono, yang kala itu menjadi Menteri Koordinator bidang Politik dan Keamanan di bawah Presiden Megawati, menjadi presiden. Pembentukan partai ini terjadi setelah kekalahan SBY dalam pemilihan wakil presiden pada tahun 2001. Pada tanggal 10 September 2001 partai Demokrat di daftarkan ke Departemen Kehakiman dan HAM oleh Vance Rumengkang, Sulthan Bathoegana dan rekan-rekan mereka yang berjumlah 99 orang. Setelah proses pengesahan oleh



Departemen kehakiman dan HAM pada tanggal 25 September, partai demokrat secara resmi dideklarasikan di Jakarta pada tanggal 17 Oktober 2002.

Partai demokrat pernah memenangkan pemilu legislatif pada tahun 2009 dan memimpin parlemen, bersamaan dengan terpilihnya Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), dalam pemilihan presiden untuk menduduki masa jabatan periode kedua. Namun, kejayaan demokrat hanya sepanjang satu periode. Setelah keberhasilannya pada tahun 2009, demokrat tidak pernah kembali mendapati posisi teratas dalam setiap pemilu. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa kegagalan untuk bisa mempertahankan pemilihannya diakibatkan melemahnya kepercayaan publik pada partai dan banyaknya kader demokrat yang tersandung kasus korupsi sehingga berurusan dengan hukum (Triesanto

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang biasanya digunakan untuk mendeskripsikan serta menganalisis suatu peristiwa, aktivitas sosial, kepercayaan, fenomena, sikap, persepsi, pemikiran seseorang secara individu maupun kelompok. Deskripsi tersebut digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip serta menjelaskan sesuatu hal yang mengarah pada kesimpulan (Agus Triyono, 2021).

Dari permasalahan yang diangkat, penelitian ini akan menghasilkan pendekatan deskriptif yang menggambarkan fenomena dan fakta-fakta. Pendekatan deskriptif ini diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, orang, masyarakat, dan lain-lain) dan pada saat sekarang berisikan fakta-fakta yang tampak dan sebagaimana mestinya (Nawawi, 1987).

Romulo Simanjuntak, 2023). Sedangkan data yang peneliti temukan mengenai perbandingan hasil jumlah kursi yang didapatkan oleh partai demokrat pada pemilu legislatif Kabupaten Sumbawa di tahun 2014 ada 4 kursi dan 2019 mendapatkan 5 kursi sehingga terdapat peningkatan 1 kursi.

Oleh karena berbagai fenomena diatas akhirnya penelliti sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dalam rangka untuk mengetahui dan mengkaji sebagai mana dengan judul skripsi “Strategi Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai demokrat Kabupaten Sumbawa dalam meningkatkan jumlah pemilih pada pemilu legislatif Kabupaten Sumbawa tahun 2024”. yang nantinya akan memberikan suatu motivasi yang menjadi masukan untuk kedepannya bagi partai demokrat untuk meningkatkan jumlah kursi pada pemilu legislatif berikutnya.

Penelitian ini dilakukan di kantor Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai Demokrat Kabupaten Sumbawa. Sementara waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih 1 bulan mulai dari tanggal 28 Desember 2023 sampai dengan tanggal 27 Januari 2024. Adapun informan dalam sebuah penelitian dapat disebut sebagai individu atau kelompok yang digunakan sebagai sumber informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong dan lexy, 2017). Dalam penelitian ini, yang menjadi informan kunci yaitu ketua partai dan dewan kehormatan Demokrat Cabang Sumbawa. Sedangkan Informan utama dalam penelitian ini yaitu pengurus partai demokrat Cabang Sumbawa, anggota partai, konsultan partai demokrat, dan anggota strategis dalam tim perencanaan pemilu legislatif 2024 .

Dalam penelitian kualitatif, sumber data berupa kata-kata, tindakan dan selebihnya dokumen sebagai data tambahan. Berdasarkan sumber datanya untuk pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data



sekunder. Data primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data atau informasi kepada peneliti. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, yaitu menjadikan orang lain sebagai prantara atau melalui dokumen-dokumen (Sugiyono, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut adapun pembagian jenis dan sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang sangat penting dalam suatu penelitian karena tanpa adanya kegiatan pengumpulan data, maka data yang diperlukan tidak akan bisa diperoleh. Hal ini dilakukan dengan cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Menurut Nasution (1988 dalam Sugiyono 2013:226) menjelaskan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Semua ilmuwan bekerja berdasarkan data yang relevan atau sesuai fakta. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian dengan mencatat hal-hal yang terjadi terhadap fenomena-fenomena ataupun fakta-fakta yang dijumpai yang berkaitan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan teknik observasi untuk menganalisis strategi apa saja yang akan digunakan oleh Partai Demokrat untuk memenangkan Pemilu Legislatif sesuai dengan judul penelitian “Strategi Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa Dalam Meningkatkan Jumlah Pemilih Pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa 2024”.

Wawancara adalah pertemuan individu satu dengan individu lain atau kelompok satu dengan kelompok lainnya untuk bertukar informasi serta gagasan melalui poses tanya jawab, sehingga terjadilah komunikasi dan komposisi makna bersamaan mengenai topik tertentu (Esterberg 2002 dalam Sugiyono 2013:231). Dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai strategi

partai demokrat dengan memanfaatkan Ketua Partai Demokrat, Pengurus dan anggota-anggota partai demokrat Cabang Sumbawa sebagai informan.

Dokumentasi merupakan catatan suatu peristiwa yang telah berlalu yang biasanya berupa gambar, tulisan dan lain sebagainya (Sugiyono :240). Oleh karena itu, peneliti akan mengumpulkan data dengan teknik dokumentasi yaitu mempelajari dan menyalin dokumen-dokumen yang erat kaitannya dengan fokus penelitian untuk melengkapi data dari hasil wawancara dan observasi. Peneliti akan mengambil dokumentasi dengan meninjau *manifesto* resmi, pidato pemimpin partai serta rencana aksi terkait strategi partai demokrat Kabupaten Sumbawa dalam meningkatkan jumlah pemilih pada pemilu legislatif Kabupaten Sumbawa 2024 untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang fokus metode atau pendekatan dan strategi yang diadopsi. Setelah data-data yang diperlukan sudah tergalikan dan terkumpul, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik-teknik yaitu dengan Pemeriksaan data adalah meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses editing terhadap hasil data observasi, wawancara, dan dokumen terkait Strategi Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa Dalam Meningkatkan Jumlah Pemilih Pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa 2024. Setelah itu, klasifikasi adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti.



Kemudian data-data tersebut dipilah dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara dan observasi serta data yang diperoleh dari dokumen.

Selanjutnya Verifikasi adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian. Setelah itu adalah kesimpulan, yaitu langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian peneliti. Hal ini disebut dengan istilah *concluding*, yaitu kesimpulan atas proses pengolahan data yang terdiri dari tiga proses sebelumnya: pemeriksaan data, klasifikasi, verifikasi dan kesimpulan.

Data penelitian yang telah dikumpulkan kemudian di analisis menggunakan teori marketing politik yang dikemukakan oleh Firmanzah dan Nursal guna untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa dalam meningkatkan jumlah pemilih pada pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa 2024. Marketing politik berperan penting dalam dunia politik dengan membangun kepercayaan publik terhadap partai politik. Oleh karena itu, untuk membangun kepercayaan publik terhadap partai perlu adanya proses dalam jangka panjang dan secara terus menerus. Adapun konsep marketing politik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi STP (Segmentasi, Targeting dan Positioning). Pertama yaitu segmentasi merupakan proses pengelompokan yang menghasilkan kelompok berisi individu-individu yang dihasilkan. Segmentasi politik dibagi menjadi empat yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku.

Sedangkan yang kedua yaitu targeting adalah membuat standar dan acuan pengukuran masing-masing segmentasi politik. Standar yang digunakan sebagai

acuan yaitu menggunakan jumlah dan besaran pemilih, jadi wilayah mana yang penduduknya penuh dengan pemilih atau populasi yang banyak, karena mereka menyumbang suara terbanyak saat pemilu. Ketiga yaitu Positioning dalam marketing adalah semua aktivitas untuk menanamkan kesan dibenak para konsumen agar mereka bisa membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh organisasi bersangkutan. Dalam positioning, atribut produk dan jasa yang dihasilkan akan terekam dalam bentuk image yang terdapat dalam sistem kognitif konsumen. Oleh karena itu, pemilih akan mudah membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh calon kandidat. Image politik itu terdiri dari program kerja partai, isu politik, dan image pemimpin partai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut konsep marketing politik menurut Firmanzah dan Nursal yaitu:

Segmentasi geografis merupakan pengelompokan pasar berdasarkan lokasi seperti Negara, provinsi, kabupaten, kecamatan dan lingkungan yang lebih kecil lagi. Pengelompokan ini berpengaruh pada biaya operasional, dalam hal ini DPC partai demokrat melakukan pengelompokan pasar berdasarkan kecamatan tempat tinggal dari para kader partai demokrat yaitu Kecamatan Ropang, Kecamatan Lopok, Kecamatan Lape, Moyo Hulu, Moyo Hilir, Moyo Utara, Lonyok dan Kecamatan Unter Iwes. Segmentasi geografis dilakukan dengan menggunakan strategi persuasif yang bermaksud untuk menemui tokoh masyarakat di dapil guna mendapat dukungan, sosialisasi visi-misi, sumbangan sosial dan rekrut tim sukses. Sebenarnya strategi tersebut tidak secara langsung termasuk dalam segmentasi geografis tetapi dalam menjalankan strategi tersebut memanfaatkan informasi

Segmentasi demografis merupakan pengelompokan pasar berdasarkan usia, jumlah keluarga, jenis kelamin, agama, ras, pendapatan ekonomi, kewarganegaraan dan status marital. Pada penelitian ini, segmentasi demografis digunakan sebagai



kerangka analisis untuk memahami preferensi pemilihan dalam konteks pemilihan umum legislatif. Segmentasi demografis yang dilakukan oleh DPC partai demokrat kepada para pemilihnya ini berdasarkan usia, sehingga dapat dihasilkan data dengan rentang usia yang berbeda. Segmentasi demografis berdasarkan usia dilakukan dengan mengelompokkan rentang usia mulai dari kategori pemilih muda yang berusia 17-21 tahun, pemilih muda yang berusia 21-35 tahun serta pemilih dalam kelompok usia 35-60 tahun ke atas. Rentang usia tersebut di kelompokkan agar memudahkan DPC partai demokrat Kabupaten Sumbawa untuk menentukan strategi apa yang harus dilakukan. Oleh karena itu, strategi yang digunakan oleh DPC partai demokrat dengan segmentasi demografis berdasarkan usia yaitu dengan memperhatikan kepentingan masyarakat berdasarkan kategori tersebut sehingga tujuan politik akan tercapai.

Data tersebut dapat digunakan untuk menentukan proses marketing politik serta promosi partai demokrat untuk para caleg mereka. Selain itu, DPC partai demokrat juga mengumpulkan Kartu Keluarga (KK) dan KTP masyarakat di setiap wilayah yang termasuk tempat tinggal kader partai untuk mendapatkan data jumlah suara yang didapatkan dari masyarakat. Segmentasi psikografis merupakan pengelompokan masyarakat berdasarkan karakteristik psikologis, seperti nilai, sikap, minat dan gaya hidup. Dalam konteks pemasaran politik, segmentasi psikografis sangat penting dilakukan untuk memungkinkan partai agar memahami lebih dalam preferensi, motivasi, dan kebutuhan pemilih potensial sehingga dapat menyusun strategi yang lebih efektif.

Dalam hal ini DPC partai demokrat telah melakukan segmentasi psikografis yaitu dengan memanfaatkan platform media sosial sebagai alat untuk mengidentifikasi kelompok pemilih.

Sehingga data yang diperoleh dapat mengarahkan pesan politik secara lebih tepat dan menyesuaikan dengan strategi pemasaran partai. Selain itu, DPC partai demokrat juga memanfaatkan baliho sebagai media pemasaran partai untuk mengenalkan partai demokrat di kalangan masyarakat.

Segmentasi Perilaku

Segmentasi Perilaku adalah pengelompokan masyarakat berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau respon terhadap suatu produk. dalam konteks politik, segmentasi perilaku digunakan untuk memahami perilaku pemilih dan kecenderungan politik mereka. dalam hal ini, pengelompokan perilaku membagi pemilih berdasarkan faktor-faktor seperti afiliasi partai, kecenderungan ideologis, maupun tanggapan terhadap isu-isu tertentu. Sehingga dengan memahami segmentasi perilaku pemilih, DPC partai demokrat dapat merancang pesan dan strategi kampanye yang lebih efektif untuk mendapat dukungan.

Dalam hal ini DPC partai demokrat telah melakukan segmentasi perilaku berdasarkan pengetahuan masyarakat terhadap politik dengan melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan pemahaman politik diantara ketua, pengurus serta anggotanya dan masyarakat. Salah satu upaya DPC partai demokrat yaitu turun langsung ke masyarakat untuk melakukan pertemuan guna memotivasi dan memberi pemahaman mendalam terkait pesan maupun isu politik. Selain itu, DPC melakukan strategi tersebut guna untuk menyampaikan bahwa pentingnya memilih pemimpin yang memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai politik serta mampu membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat. Sehingga tidak ada lagi masyarakat yang bisa di beli suaranya saat pemilu.

Menurut peneliti berdasarkan hasil penelitian mengenai segmentasi diatas,



DPC partai demokrat Kabupaten Sumbawa telah melaksanakan berbagai segmentasi pemilih untuk meningkatkan jumlah pemilih pada pemilu legislatif 2024. DPC partai demokrat telah mengidentifikasi beberapa segmen pemilih potensial dengan menyesuaikan kebutuhan mereka. Seperti memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan politik atau biasa disebut kampanye digital. Selain itu, strategi segmentasi lainnya yang digunakan adalah intens turun lapangan untuk bersosialisasi dan memotivasi masyarakat bahwa pentingnya politik dalam kehidupan. Strategi tersebut dilakukan guna untuk mendapat dukungan serta meningkatkan jumlah pemilih. Dalam hal ini, DPC partai demokrat Kabupaten Sumbawa telah mengimplementasikan berbagai segmentasi politik tetapi hasilnya belum optimal.

Strategi Targeting politik

Targeting politik merupakan penentuan pasar yang sesuai dengan tujuan dari sebuah partai politik. Selain itu, targeting politik adalah strategi yang digunakan oleh kandidat atau partai politik untuk mengidentifikasi dan menjangkau kelompok pemilih tertentu yang dianggap memiliki kemungkinan besar untuk mendukung mereka. Dalam targeting, yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu membuat standar dan acuan pengukuran masing-masing segmentasi politik. Standar yang digunakan sebagai acuan yaitu menggunakan jumlah dan besaran pemilih, jadi wilayah mana yang populasi yang banyak penduduknya serta wilayah mana yang memiliki tokoh penting bagi masyarakat untuk memperoleh suara terbanyak. Dalam hal ini DPC partai demokrat telah melakukan strategi targeting politik dengan menganalisis segmentasi politik untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok pemilih potensial. Kelompok potensial yaitu sekelompok individu yang memiliki kemungkinan besar untuk mendukung seorang kandidat atau partai politik, tetapi belum secara tegas

menunjukkan dukungan mereka. Oleh karena itu, perlunya DPC partai demokrat untuk mengidentifikasi kelompok pemilih potensial sebagai strategi kritis dalam kampanye politik modern. Hal tersebut tidak hanya meningkatkan peluang kemenangan dalam pemilihan tetapi juga membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pemilih dan memperkuat basis partai. Selain itu, DPC partai demokrat memanfaatkan berbagai media termasuk media sosial, kampanye langsung serta menyampaikan pesan-pesan politik yang disesuaikan dengan karakteristik setiap segmentasi pemilih. DPC partai demokrat juga melakukan penggalangan dukungan melalui kegiatan-kegiatan organisasi yang di rancang untuk menarik perhatian dan dukungan dari segmentasi pemilih yang ditargetkan. Targeting politik ini mencerminkan strategi komprehensif DPC partai demokrat dalam mencapai tujuan politiknya melalui pemilu legislatif. DPC Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai salah satu alat untuk menyampaikan pesan politik mereka. Dengan memanfaatkan platform tersebut, DPC Partai Demokrat dapat menjangkau segmen pemilih yang spesifik. Selain itu juga DPC Partai Demokrat melakukan kegiatan sosialisasi dan roadshow untuk memperkenalkan calon Legislatif mereka dan menyosialisasikan program-program unggulan Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa. DPC partai demokrat dalam membuat standar sebagai acuan untuk menentukan besaran pemilihnya dengan mengumpulkan data berupa KK dan KTP dari masyarakat berdasarkan wilayah tempat tinggal kader. Selain itu, DPC partai demokrat juga melakukan targeting politik dengan mengunjungi tokoh penting dalam masyarakat agar lebih mudah bersosialisasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa DPC partai demokrat telah melakukan strategi targeting politik.



Strategi Positioning Politik

Positioning merupakan cara mengatur sebuah produk agar mendapatkan tempat yang jelas, dapat dibedakan, serta lebih diharapkan daripada produk lainnya. Dalam konteks politik, positioning adalah bagaimana cara sebuah partai politik, kandidat, atau kebijakan diposisikan dalam benak pemilih terhadap pesaingnya. Hal ini melibatkan penciptaan citra yang unik dan relevan dimata pemilih yang membedakan entitas politik tersebut dari yang lain. Strategi positioning politik Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai demokrat Kabupaten Sumbawa telah dilakukan dengan cara berbagi sembako untuk masyarakat yang terkena musibah, sumbangsi berupa beasiswa kepada pelajar maupun mahasiswa dan mengadakan ivent guna untuk memperoleh suara.

DPC Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa melakukan kegiatan berbagi sembako bagi masyarakat yang terkena musibah banjir serta mengadakan ivent seperti pertandingan sepak bola. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan popularitas, membangun citra peduli dan memperluas basis dukungan.

Berdasarkan analisis, strategi marketing politik telah dilakukan oleh DPC Partai Demokrat yang meliputi segmentasi

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah penelitian tentang” Bagaimana strategi Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai demokrat Kabupaten Sumbawa dalam meningkatkan jumlah pemilih pada pemilu legislatif Kabupaten Sumbawa tahun 2024” yaitu dengan mengimplementasikan strategi marketing politik seperti strategi segmentasi politik, strategi targeting politik dan strategi positioning politik. Melalui strategi segmentasi politik, DPC partai demokrat mampu mengidentifikasi dan memahami

politik, targeting politik, dan positioning politik. Menurut penulis, strategi tersebut masih kurang maksimal. Hal ini terlihat dari kurangnya efektivitas dalam menjangkau segmen pemilih yang potensial serta ketidakcocokan pesan politik dengan kebutuhan dan preferensi target pemilih. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian dan pengoptimalan lebih lanjut agar strategi marketing politik dapat mencapai hasil yang diharapkan dalam meningkatkan jumlah pemilih pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024.

Selain itu, diperlihatkan bahwa strategi marketing politik yang diterapkan oleh DPC Partai Demokrat Kabupaten Sumbawa hanya terfokus pada periode menjelang pemilu. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi tersebut cenderung reaktif dan kurang berkelanjutan, sehingga dapat mempengaruhi efektivitasnya dalam membangun kesadaran dan dukungan pemilih secara konsisten. Hasil penurunan jumlah perolehan kursi, yang menurun dari 5 kursi pada Pemilu Legislatif 2019 menjadi 3 kursi pada pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024 juga mencerminkan bahwa strategi yang lebih proaktif dan terintegritas mungkin diperlukan untuk meningkatkan kinerja elektoral di masa depan.

karakteristik berbagai segmen pemilih berdasarkan geografis, demografis, psikografis serta perilaku mereka. Sedangkan strategi targeting politik memungkinkan DPC partai demokrat untuk fokus pada segmen-segmen pemilih prioritas yang memiliki potensi besar dalam memberikan dukungan. Selain itu, DPC partai demokrat juga melakukan strategi positioning politik sehingga DPC partai demokrat berhasil membangun citra sebagai partai yang responsif dan proaktif terhadap pesan politik, isu-isu politik serta bermanfaat bagi masyarakat di Kabupaten Sumbawa. Implementasi strategi-strategi tersebut juga didukung dengan penggunaan teknologi informasi seperti media sosial



serta kerjasama dengan tokoh masyarakat sehingga mampu meningkatkan keterlibatan dan jumlah pemilih secara signifikan sehingga memungkinkan DPC partai demokrat untuk meningkatkan jumlah perolehan kursi pada pemilu legislatif 2024 dari perbandingan 2014 dengan jumlah kursi 4 dan 2019 dengan jumlah kursi 5. Tetapi dari data yang dikumpulkan oleh peneliti jumlah kursi yang didapatkan pada pemilu legislatif 2024 kabupaten Sumbawa, DPC partai demokrat hanya

mendapatkan 3 kursi sehingga tidak memenuhi target partai. Dari data yang diperoleh peneliti tersebut mengenai perolehan kursi yang didapatkan oleh DPC partai demokrat dalam pemilu legislatif tahun 2024 mengalami penurunan sehingga bisa disimpulkan bahwa DPC partai demokrat telah mengimplementasikan strategi marketing politik tetapi tidak maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Aqih, Azlin Mutolib, dkk. 2023. *Analisis Fenomena Serangan Fajar dalam Pemilu Melalui Pandangan Islam*. Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat (6), 2.

Aspinal, Edward., Sukmajati, Mada. 2015. *Politik Uang di Indonesia: Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014*. Yogyakarta: Penerbit PolGov.

Barokah, Fitria., Maryanah, Tabah., Darmasturi, Ari., & Hertanto. 2022. *Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024*. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1).

Budiardjo, Miriam. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PY Gramedia Pustaka Utama.

Febriyanti, Yesi. 2022. Fenomena Selebritas Menjadi Politikus Serta Strategi Komunikasi Selebriti dalam Berkampanye. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1).

Moleong & J, L. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya

Nurmasnyah, Yossi. 2017. *Kekuasaan Dinasti Politik*. Diakses pada 2 November 2023, dari media <https://babel.bawaslu.go.id/kekuasaan-dinasti-politik/>

Putra, Dwi, Setyaning, Fajar dkk. Abdurohim, Dindin et. all. 2022. *Marketing Politik*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Rizkia, Dwi, Nanda dkk. Basri, Hasan et. all. 2022. *Marketing Politik*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Sugiyono 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: PT

Alfabet.

Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.

Ulfa, Lina Fitriani, dkk. *Fenomena Politik Uang (Money Politic) Pada Pemilihan Calon Anggota Legislatif di Desa Sandik Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat*. *Resiprokal: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual* (1), 1.



