

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Probolinggo

a. Sejarah Kota Probolinggo

Probolinggo sebelumnya bernama Banger. Dalam Nagarakertagama pupuh XXXIV/4 disebutkan: “Agak lama berhenti seraya istirahat, mengunjungi para penduduk segenap desa, kemudian menuju sungai Gawe, Sumanding, Borang, Banger, Baremi, lalu lurus ke barat” . Nagarakertagama yang melukiskan perjalanan raja Hayam Wuruk menunjukkan bahwa Banger menjadi bagian dari wilayah Kerajaan Majapahit. Daerah ini pernah menjadi wilayah Kerajaan Blambangan. Kerajaan Demak gagal menaklukkan Banger, karena rajanya, Trenggono, meninggal di pasuruan ketika mencoba melakukan ekspansi ke wilayah timur. Sultan Agung dari Mataram melalui serangan militer berhasil menaklukkan seluruh ujung timur Jawa Timur di tahun 1639, termasuk Banger (Sapto, 2012).

Banger dalam bahasa Jawa berarti berbau busuk?. Nama ini dipandang bermakna kurang baik dan kurang sedap didengar, Probolinggo berasal dari kata *praba* dan *lingga*. *Praba* berarti sinar atau cahaya dan *lingga* berarti (lambang) kekuatan atau kejantanan. (dalam Sapto, 2012, hal:38).

Dua penguasa Probolinggo yang tercatat menonjol dalam sejarah ialah Kyai Tumenggung Wiryowijoyo (1837-1840) dan Raden Tumenggung Wijoyokesumo (1888-1894). Kyai Tumenggung Wiryowijoyo berjasa karena usahanya membangun bendungan dan membuat proyek perairan Ronggojalu. Sedangkan Tumenggung Wijoyokesumo terkenal karena jasanya memperkenalkan tanaman ganyong. Umbi akar tanaman ini kaya akan tepung kanji. Penduduk memasaknya dengan cara ditanak dan dicampur dengan santan. Bupati ganyong ini juga terkenal karena sifat kerakyatannya. Penduduk memberikan gelar sebagai Kanjeng Ganyong. Makamnya terletak di belakang Masjid Jami Probolinggo hingga sekarang masih dihormati (Sapto, 2012).

Berdasarkan Ordonantie tanggal 20 Juni 1918 (Staatsbland 1918, No 322) pemerintahan kabupaten dan Kota Praja Probolinggo dipisahkan. Pemisahan berlangsung hingga tahun 1928. Berikutnya, berdasarkan Ordonantie tanggal 9 Agustus 1928, Kotapraja dihapus, disatukan kembali dengan kabupaten (Staatsblad 1928, No. 317). Pada masa pendudukan Jepang dan masa Republik mengalami pemisahan kembali. Akan tetapi, sejak 13 Agustus 1948 berdasar Undang-Undang Pemerintahan Balatentara No.70/J.Z/III/48, pemerintahan Kota tidak diperkenankan melakukan usaha sendiri. Dalam arti, pemerintahan Kota dihapus dan dipersatukan dengan kabupaten senama. Setelah pengakuan kedaulatan Kota dan kabupaten dipisahkan kembali (Sapto, 2012).

b. Fisik Kota

Kota Probolinggo terletak di bagian timur Pulau Jawa, di pantai Selat Madura. Di sebelah timur Surabaya, Selat Madura menjadi lebih lebar dan lebih dalam. Antara Pulau Madura dan pantai Probolinggo jaraknya sekitar 40 mil laut (Jonge, 1989, hal:4). Dermaga pelabuhan Probolinggo merupakan tonjolan daratan ke arah laut, menyerupai semenanjung dalam ukuran mini (Sapto, 2012).

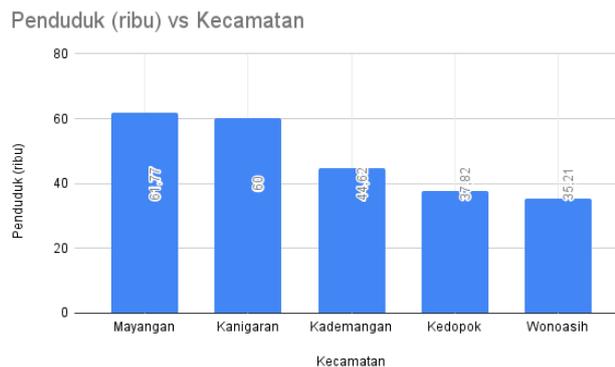
Pusat Kota ditandai dengan adanya alun-alun yang dikelilingi gedung pemerintah di sebelah selatan, masjid di sebelah barat, penjara di sebelah timur Di Sebelah utara alun-alun terdapat stasiun kereta api. Alun-alun bagian tengah dibelah oleh jalan yang membujur utara selatan dan timur barat. Kota Probolinggo dilewati jalur kereta api yang menghubungkan Lumajang sebelah selatan dan Pasuruan di sebelah barat (Sapto, 2012).

a. Demografi

Jumlah penduduk Kota Probolinggo tahun 2020 hasil dari sensus penduduk (SP) 2020, penduduk Kota Probolinggo sebanyak 239.649 jiwa. Terdiri dari 118.736 orang laki-laki dan 120.644 orang perempuan, laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,96 persen. Angka rasio jenis kelamin penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 98,35. Artinya setiap 98 orang laki-laki setiap 100 orang perempuan (Kota Probolinggo Dalam Angka 2021).

Gambar 3

Jumlah Penduduk Kota Probolinggo 2020

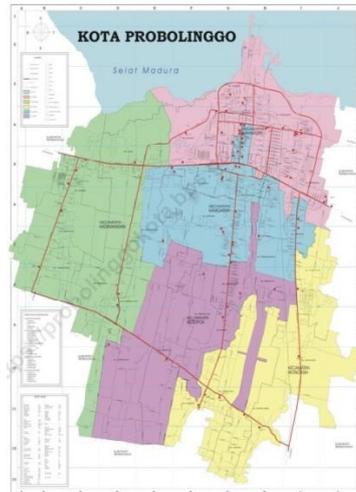


Sumber: Kota Probolinggo Dalam Angka 2021

b. Geografis

Kota Probolinggo merupakan dataran rendah dengan ketinggian 4-36 meter di atas permukaan laut, terletak pada posisi $7^{\circ}43'41''$ - $7^{\circ}49'04''$ Lintang Selatan dan $113^{\circ}10'$ - $113^{\circ}15'$ Bujur Timur. Luas wilayah Kota Probolinggo, adanya berupa daratan seluas 56,667 km². Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Probolinggo memiliki batas-batas: Utara selat Madura sedangkan Barat, Timur dan Selatan Kabupaten Probolinggo. Kota Probolinggo juga berada di daerah tapal kuda Provinsi Jawa Timur tepatnya di antara Kabupaten Probolinggo dan Selat Madura. Wilayah administrasi Kota Probolinggo terdiri dari 5 wilayah kecamatan, yaitu: Kademangan, Kedopak, Wonoasih, Mayangan dan Kanigaran (Kota Probolinggo Dalam Angka 2021).

Gambar 4
Wilayah Kota Probolinggo



Sumber: Kota Probolinggo Dalam Angka 2021

2. Gambaran Umum Partai Politik Baru Kota Probolinggo

a. Partai Solidaritas Indonesia

Partai Solidaritas Indonesia disingkat PSI adalah partai politik di Indonesia yang didirikan pasca pemilu tahun 2014. Ketua umum partai PSI yaitu Giring Ganesha sejak 16 november 2021. Partai ini resmi menjadi Badan Hukum dan HAM pada tanggal 7 oktober 2016. Partai ini menjadi satu-satunya Partai Baru yang lolos seleksi badan hukum pasca pilpres 2014. Pada pemilu 2019 partai ini menjadi peserta pemilu dengan nomor urut 11 (<https://nasional.tempo.co/read/1062006/empat-partai-baru-di-pemilu-2019-dan-kekuatan-pendirinya>).

Visi partai PSI adalah Indonesia yang berkarakter kerakyatan, berkemanusiaan, keberagaman, berkeadilan, berkemajuan dan bermanfaat. Misi yang yang diusung antara lain, pertama menggalang kekuatan nasional

melalui sebuah kepemimpinan politik yang ideologis, terorganisir dan terstruktur. Kedua, menggalang perjuangan politik dengan nilai solidaritas nasional melanjutkan agenda reformasi dan demokratisasi. Ketiga, membangun kembali semangat republikanisme, merajut kembali rasa kebangsaan yang terserak, menanam kembali benih-benih idealisme, mendirikan kembali benteng-benteng kebhinekaan dan membangun kembali pondasi gotong-royong. Keempat, mendorong martabat Indonesia dalam pergaulan internasional, sesuai prinsip politik bebas aktif dengan melihat kondisi geopolitik internasional yang sedang berkembang (AD/ART).

Gambar 5

Partai Solidaritas Indonesia



Sumber: AD/ART Partai Solidaritas Indonesia

Dalam AD/ART, arti lambang Partai Solidaritas Indonesia adalah:

1. Warna dasar merah melambangkan keberanian, warna putih melambangkan kesucian dan kejujuran, warna hitam melambangkan kesetiaan, solidaritas dan kekuatan
2. Tulisan PSI merupakan singkatan dari Partai Solidaritas Indonesia, dengan huruf P yang terbuka, menunjukkan PSI adalah partai terbuka.

3. Bungan mawar putih adalah lambing solidaritas internasional dengan gagasan demokrasi substantive yang juga termaktub dalam UUD 1945.
4. lima kelopak luar melambangkan pancasila dan tiga kelopak dalam menunjukkan Trisakti.
5. Kepalan tangan putih melambangkan tekad yang suci, optimis, pantang menyerah dan selalu kuat memegang teguh prinsip dan cita-cita bangsa.
6. Warna merah sebagai latar belakang menunjukkan bahwa PSI selalu berani dalam setiap gerakan politiknya, tanpa pernah gentar pada siapapun yang coba menghalangi cita-cita bangsa Indonesia.

Susunan pengurus Dewan Pimpinan Daerah Partai Solidaritas Indonesia Kota Probolinggo. Berdasarkan surat Keputusan Nomor: 032/SK/DPP/2017 antara lain:

Ketua : Bayu Hermansyah

Wakil Sekretaris : Linda Hermawati

Sekretaris : Deny Damayanti

Wakil Sekretaris : Edy Rianto

Bendahara : Aulia Nurzakiah

b. Partai Persatuan Indonesia

Partai Persatuan Indonesia atau biasa disingkat Partai Perindo adalah sebuah partai politik di Indonesia, partai ini didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo, pengusaha dan pemilik perusahaan konglomerat multinasional MNC Group. Perindo dideklarasikan pada 7 Februari 2015 di Jakarta International Expo, Kemayoran, Jakarta

(<https://nasional.tempo.co/read/1062006/empat-partai-baru-di-pemilu-2019-dan-kekuatan-pendirinya>).

Visi yang dibawa adalah mewujudkan Indonesia yang berkemajuan, bersatu, adil, makmur, sejahtera, berdaulat, bermartabat dan berbudaya. Sedangkan Misi yang digagas oleh partai ini antara lain: Pertama, mewujudkan pemerintahan yang berkeadilan, yang menjunjung tinggi nilai-nilai hukum sesuai dengan UUD 1945. Kedua, mewujudkan pemerintahan yang bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme untuk Indonesia yang mandiri dan bermartabat. Ketiga Mewujudkan Indonesia yang berdaulat, bermartabat dalam rangka menjaga keutuhan NKRI Keempat, menciptakan masyarakat adil, makmur dan sejahtera berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah NKRI. Kelima, mendorong tumbuhnya ekonomi nasional yang berkontribusi langsung pada kesejahteraan warga negara Indonesia (AD/ART).

Gambar 6

Partai Persatuan Indonesia



Sumber: AD/ART Partai Persatuan Indonesia

Arti lambang Partai Perindo sebagai berikut:

1. Burung Rajawali dengan mata tajam menatap ke depan, bermakna optimis akan masa depan Indonesia yang merdeka, berdaulat, sejahtera, berbudaya

dan bermartabat. Burung rajawali juga melambangkan kebebasan dan keberanian, menunjukkan kebebasan berpikir dan keberanian.

2. Kepak sayap berjumlah 5 helai melambangkan azas partai adalah Pancasila.
3. Warna Merah Putih bermakna nasionalisme kebangsaan dan semangat republikanisme yang terpatri dalam prinsip, sikap, dan tindakan.
4. Warna biru bermakna kedalaman berpikir dalam mengemban misi persatuan Indonesia. Warna biru juga menunjukkan semangat perdamaian yang selalu mewarnai gerak dan langkah partai mengemban amanat rakyat Indonesia.

Untuk susunan pengurus dewan pimpinan daerah Partai Solidaritas Indonesia Kota Probolinggo berdasarkan Surat Keputusan Nomor: 1897-sk/dpp-partai perindo/ix/2017 antara lain:

Ketua : H. Slamet Wahyudi, S.Pd. MM

Wakil Sekretaris : Wahyudi Dwiki Fadillah

Sekretaris : Diah Ratnasari

Wakil Sekretaris : Veronicha Volvariella Volvacea

Bendahara : Eliska Wiendy Argita

c. Partai Berkarya

Partai Beringan Karya atau secara umum disingkat dengan Partai Berkarya adalah sebuah partai politik yang merupakan fusi dari 2 partai politik, yaitu Partai Beringin Karya dan Partai Nasional. Partai ini didirikan pada tanggal 15 Juli 2016, dan mendapatkan legitimasi hukum dan sah

sebagai partai politik di Indonesia pada tanggal 17 Oktober 2016 setelah Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI mengeluarkan surat keputusan. Partai beringin karya dipimpin oleh Tommy Soeharto putra (<https://nasional.tempo.co/read/1062006/empat-partai-baru-di-pemilu-2019-dan-kekuatan-pendirinya>).

Visi yang dibawa yaitu terwujudnya kehidupan bangsa Indonesia yang bertaqwa, aman, sejahtera, adil dan berdaulat, berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang 1945, dalam wadah NKRI. Sedangkan Misi yang diusung yakni: Menjaga keutuhan NKRI, mewujudkan pemerintahan yang bersih dan berwibawa, memerangi dan membasmi korupsi serta menegakkan supremasi, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan membangun Sumber Daya Manusia yang berakhlak mulia (AD/ART).

Gambar 7

Partai Berkarya



Sumber: AD/ART Partai Berkarya

Lambang partai berbentuk rantai lingkaran berwarna orange yang ditopang pita warna orange tulisan Partai Berkarya warna hitam, di dalamnya terdapat gambar pohon beringin terdapat warna hijau, hitam dan kuning.

1. Arti warna pada lambang:
 - a. Warna hitam bermakna keteguhan dan ketegasan dalam melaksanakan perjuangan.
 - b. Warna kuning bermakna energi, kerjasama, idealism dan kesejahteraan.
 - c. Warna hijau bermakna muda, pertumbuhan, pembaharuan dan persahabatan.
 - d. Warna orange bermakna kesungguhan kerja keras, karya nyata dalam mewujudkan kebersamaan untuk mencapai kejayaan Bangsa.
2. Arti simbol pada lambang:
 - a. Pohon beringin melambangkan tempat bernaung dan berhimpun berbagai suku, agama, golongan dan ras warga Negara Kesatuan Republik Indonesia bersatu untuk memperjuangkan cita-cita proklamasi kemerdekaan RI 1945 sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945.
 - b. Lingkaran rantai dengan anak rantai 34 tampak dari depan saling berkaitan dan berpasang-pasangan melambangkan persaudaraan, jumlah provinsi se-indonesia pada saat partai ini dilahirkan pada tahun 2006, symbol semangat dan harapan baru.
 - c. Tulisan Partai Berkarya di dalam dan diluar pita bermakna identitas diri Partai Berkarya yang mengutamakan kreatifitas dan kekayaan.
 - d. Gambar lambang berbentuk lingkaran rantai yang ditopang pita bermakna jalinan kekeluargaan dan persaudaraan yang erat, mandiri, bersinergi membentuk dan mengembangkan partai, komitmen untuk

menjaga persatuan dan kesatuan bangsa dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia.

3. Arti lambang Partai Berkarya secara keseluruhan adalah partai pengemban amanah rakyat Negara Kesatuan Republik Indonesia yang mengutamakan ketegasan, kekeluargaan, keterbukaan, kekayaan dan persatuan untuk mewujudkan keadilan dan kesejahteraan, sesuai dengan cita-cita proklamasi kemerdekaan. Sebagaimana termaktub dalam pembukaan UUD 1945 berdasarkan pancasila dan UUD 1945.

Untuk susunan pengurus dewan pimpinan daerah Partai Berkarya Kota Probolinggo, berdasarkan Surat Keputusan Nomor: sk-dpd. 21/dpw/berkarya/vii/2021 antara lain:

Ketua : Nur Fathur, R.E.

Wakil Sekretaris : Umi Zubaidah, S.E..

Sekretaris : Haryadi

Wakil Sekretaris : Titik Sugiyanti

Bendahara : Supardi

d. Partai Gerakan Perubahan Indonesia

Partai Gerakan Perubahan Indonesia atau Partai Garuda adalah sebuah partai politik di Indonesia. Partai Garuda dideklarasikan pada tanggal 16 April 2015. Ahmad Ridha Sabana menjabat sebagai ketua umum partai. Pada tahun 2015, melalui surat keputusan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, Partai Garuda mendapatkan ketetapan hukum dan resmi menjadi

partai politik (<https://nasional.tempo.co/read/1062006/empat-partai-baru-di-pemilu-2019-dan-kekuatan-pendirinya>).

Visi yang dibawa oleh partai ini yakni: Terwujudnya cita-cita Perubahan Indonesia. Dengan Misi yang diusung yakni: Terwujudnya cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam pembukaan UUD 1945, terwujudnya masyarakat demokratis yang adil dan sejahtera serta berkeyakinan pada tuhan Yang Maha Esa, mewujudkan masyarakat kedaulatan rakyat dalam berdemokrasi, dan mewujudkan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan (AD/ART).

Gambar 8

Lambang Partai Garuda



Sumber: AD/ART Partai Garuda

1. Lambang yang dimiliki Partai Garuda, berupa:
 - a. Kotak persegi empat horizontal melambangkan kebersamaan, kesetaraan, keteraturan, keserasian, persatuan, kesatuan tujuan, serta kemandirian.
 - b. Burung Garuda terbang sebagai perlambangan penjaga nusantara, symbol kekuatan, pemersatu bangsa, dinamis untuk senantiasa berjiwa merdeka, egaliter, pantang menyerah, patriotis dan demokratis. Kepala melihat ke kanan artinya selalu mengedepankan arah kebenaran. Sayap

mengembang itu menandakan menaungi semua suku, ras, agama dan budaya. Jumlah sayap ada 8 menandakan kepakan sayap yang besar agar mampu membawa bangsa terbang cepat menuju perubahan.

- c. Bintang di atas melambangkan cita-cita yang tinggi dan bermaksud untuk mengingatkan bahwa semua atas rahmatnya segala sesuatu bisa terwujud.

2. Partai Garuda memiliki lambang berwarna:

- a. Putih melambangkan kesucian, keagungan dan kebersihan.
- b. Merah melambangkan keberanian, keteguhan, ketegasan, kepastian dan kepedulian.
- c. Kuning emas melambangkan kesuburan, kecerdasan, kebahagiaan dan kejayaan.

Untuk susunan pengurus dewan pimpinan daerah Partai Berkarya Kota Probolinggo, berdasarkan Surat Keputusan Nomor: sk-dpd. 21/dpw/berkarya/vii/2021 antara lain:

Ketua	: Dedy Kurniawan
Wakil Sekretaris	: Wibi Ibnu Dranada L
Sekretaris	: Adhy Sugiantoro
Wakil Sekretaris	: M. Nur Cahya
Bendahara	: Windi Astria

B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian

Pelaksanaan Wawancara dengan informasi di lokasi penelitian yang dilakukan dengan wawancara secara langsung. Adanya partai politik baru di Kota Probolinggo, dibangun atas dasar Undang-Undang Nomor 2 tahun 2011 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Partai Politik. Yang mana pada Pasal (3) Ayat (2) yang berbunyi: Partai politik harus memiliki kepengurusan pada setiap provinsi paling sedikit 75% dari jumlah Kabupaten/Kota pada provinsi yang bersangkutan dan paling sedikit 50% dari jumlah kecamatan pada kabupaten/Kota yang bersangkutan. Hal tersebut merupakan salah satu syarat partai politik untuk dapat nantinya mendaftarkan diri ke kementerian untuk menjadi badan hukum.

Strategi dalam dunia kepustakaan ilmu politik, selalu memiliki korelasi yang kuat dengan agenda perebutan kekuasaan dalam tatanan masyarakat, sehingga menjadi niscaya bagi terjadinya dinamika dalam proses meraih atau pun merebut kekuasaan. Pada dasarnya strategi politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politik yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih partai politik. Maka inilah yang menjadi *output* penting strategi politik yang menentukan pihak mana yang akan dipilih oleh para pemilih.

1. *Push Marketing*

Push marketing dilakukan oleh partai politik dengan menyampaikan produk politik secara langsung. Produk politik yang dimaksud yakni berupa kandidat yang akan mencalonkan diri pada suatu pemilihan atau berbagai gagasan dan ide untuk permasalahan yang ada di kota Probolinggo. Strategi *push marketing* dilakukan dengan kegiatan kampanye politik secara langsung seperti pertemuan akbar, pengajian dan bakti sosial.

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara yang dilakukan peneliti pada 7 Maret – 7 April 2022. Peneliti melakukan wawancara dengan sekretaris Partai Garuda. Dari hasil wawancara dengan Bapak Adhy Sugiantoro selaku sekretaris Partai Garuda, mengatakan:

“Partai saat ini masih berfokus dalam menyiapkan segala infrastruktur partai, terutama pada pengurusan di daerah Kota Probolinggo. Saat ini kami hanya sebatas mensosialisasikan mengenai partai kami kepada orang-orang terdekat, namun bila waktu kampanye telah datang, kami akan langsung menemui para pemilih. Bagi kami bila mendatangi pemilih secara langsung akan sangat signifikan dalam mendapatkan dukungan. Hal ini dikarenakan masyarakat akan langsung menerima informasi mengenai arah perjuangan partai untuk Kota Probolinggo. Kemudian partai juga dapat dengan mudah memetakan wilayah mana saja yang sudah dapat diambil simpatinya. Jadi, partai politik hanya tinggal berfokus kepada wilayah mana saja yang masih belum menjadi basis dukungan. Terlebih kami juga menyadari belum memiliki suara elektoral yang bagus” (wawancara dengan Bapak Adhy Sugiantoro selaku sekretaris Partai Garuda, hari senin 7 Maret 2022 pukul 18.00 di rumah Bapak Adhy Sugiantoro).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa partai politik menyadari pentingnya menemui para pemilih secara langsung. Dari menemui para pemilih secara langsung, partai dapat menjaga hubungan

dengan para pendukungnya. Terlebih partai politik baru di Kota Probolinggo menyadari belum memiliki modal elektoral yang bagus untuk lolos menuju parlemen di Kota Probolinggo. Dengan begitu partai politik akan mudah untuk fokus meningkatkan suara elektoral di daerah lain.

Dengan kondisi tidak idealnya tersebut tentunya dapat menjadi motivasi bagi pengurus untuk segera menyusun perencanaan dan manajemen organisasi yang kuat, agar roda penggerak partai dapat memetakan data pemilih. kemudian merumuskan program berdasarkan permasalahan yang diserap secara langsung dari pemilih untuk nantinya dicarikan solusi dari berbagai permasalahan tersebut.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia. Dari hasil wawancara dengan Bapak Edy Rianto selaku wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia, mengatakan:

“Partai sedang membangun komunikasi dengan beberapa orang untuk dapat ikut bergabung ke dalam partai. Memang hal ini belum kami lakukan secara luas dikarenakan saat ini belum masuk pada masa kampanye, kami ingin membangun terlebih dahulu suara elektoral kami di Kota Probolinggo. Kami nantinya menemui para pemilih secara berkesinambungan, agar dapat menjaga dukungan mereka terhadap kami. Dan juga kami sebagai partai baru dapat memperlihatkan *image* bahwa partai kami tetap menjaga janji-janjinya yang kami sampaikan kepada para pemilih” (wawancara dengan Bapak Edy Rianto selaku wakil sekretaris partai Partai Solidaritas Indonesia, hari selasa 15 Maret 2022 pukul 15.00 di rumah Bapak Edy Rianto).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa partai sedang membangun suara elektoral dengan menjaga komunikasi dengan para pemilihnya. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan para pemilih kepada

partai politik baru tersebut. Partai politik terlihat sangat mengutamakan membangun citra positif, dengan tetap konsisten terhadap gagasan atau ide yang mereka tawarkan kepada pemilih mereka.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia. Dari hasil wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, mengatakan:

“Untuk saat ini, kami telah menjalin hubungan dengan beberapa orang di Kota Probolinggo. Dengan maksud untuk mensosialisasikan partai milik kami. Memang yang kami lakukan belum secara luas dikarenakan saat ini belum waktunya untuk berkampanye, namun kami berupaya agar mendapatkan simpati dari masyarakat” (wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, hari Rabu 23 Maret 2022 pukul 08.00 di rumah Ibu Veronicha).

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa partai politik telah melakukan komunikasi politik dengan segelintir masyarakat. Dengan melakukan pendekatan secara personal, partai berharap dapat menumbuhkan simpati masyarakat kepada partai. Dan juga dari komunikasi tersebut partai dapat menggunakannya sebagai bahan untuk menyusun program-program untuk daerah Kota Probolinggo.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Berkarya. Dari hasil wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, mengatakan:

“Partai masih akan melakukan persiapan dari segi gagasan, ide dan program-program strategis untuk Kota Probolinggo. Mentranformasikan arah perjuangan dari pusat untuk Kota Probolinggo perlu kami siapkan terlebih dahulu, agar para pemilih di Kota Probolinggo dapat membedakan partai kami dengan partai

yang lain. Karena itulah nanti bila masuk masa kampanye kami telah siap melakukan pergerakan yang signifikan dalam menjangkau dukungan” (wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, hari Selasa 29 Maret 2022 pukul 10.00 di rumah Bapak Haryadi).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa partai politik di daerah Kota Probolinggo masih melakukan persiapan secara internal. Visi misi untuk daerah memang dirasa perlu untuk ditransformasikan sesuai dengan keadaan di Kota Probolinggo. Berbagai persoalan yang ada di Kota Probolinggo terus mereka gali untuk nantinya digunakan sebagai bahan menyusun program-program pada masa kampanye.

2. *Pull Marketing*

Pull marketing adalah proses penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media masa. Media masa dalam aktivitas pemasaran politik memegang peranan yang sangat penting dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan produk politik kepada masyarakat luas. Selain itu melalui media massa partai politik dapat menyebarluaskan visi misi dan program mereka kepada calon pemilih. Strategi marketing politik ini dilakukan dengan kampanye politik menggunakan media cetak seperti surat kabar maupun media elektronik seperti tv dan radio.

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui observasi, wawancara serta dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada 7 Maret – 7 April 2022. Peneliti melakukan wawancara dengan sekretaris Partai

Garuda. Dari wawancara tersebut, Bapak Adhy Sugiantoro mengatakan bahwa:

“Kami nantinya saat masa kampanye juga akan menggunakan media massa dalam menjaring dukungan. Partai kami akan menggunakan media massa untuk menginformasikan kegiatan partai, agar kami dapat mendapatkan simpati para pemilih. Berbagai program untuk daerah juga sedang kami kaji, agar nantinya memiliki dampak yang baik bagi masyarakat di Kota Probolinggo” (wawancara dengan Bapak Adhy Sugiantoro selaku sekretaris Partai Garuda, hari senin 7 Maret 2022 pukul 18.00 di rumah Bapak Adhy Sugiantoro).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Partai baru di Kota Probolinggo akan fokus menggunakan media massa untuk menjaring dukungan masyarakat. Ini dikarenakan partai politik baru meyakini bahwa dengan menginformasikan segala kegiatan partai lewat media massa akan lebih mudah mendapatkan simpati dari masyarakat secara luas.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia. Dari hasil wawancara dengan Bapak Edy Rianto selaku wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia, mengatakan:

“Partai akan berfokus terhadap penggunaan media massa dalam menjaring dukungan masyarakat, di beberapa kegiatan sebelumnya partai telah menginformasikan kegiatan tersebut melalui media massa. Kami juga akan berencana untuk lebih memfokuskan kepada penggunaan media sosial saja untuk nantinya. Kami telah memiliki beberapa media sosial, hanya saja belum secara aktif bermain di dalamnya. Nantinya juga kami akan menyampaikan tentang segala visi-misi, arah perjuangan dan berbagai program kami untuk Kota Probolinggo pada masa kampanye” (wawancara dengan Bapak Edy Rianto selaku wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia, hari senin 15 Maret 2022 pukul 15.00 di rumah Bapak Edy Rianto).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa partai politik akan lebih bermain di dalam media massa namun juga tidak akan meninggalkan media sosial. Hal tersebut karena mereka menganggap saat ini masyarakat lebih sering berada di depan layar *Handphone*. Namun partai juga akan lebih menonjolkan perbedaan dirinya dengan partai yang lama dalam dunia digital. Dengan begitu akan lebih mudah masyarakat melihat bagaimana proyeksi partai politik ini kedepannya. Dengan mengunggulkan sisi perbedaannya, partai berharap dapat mengambil simpati pemilih yang telah jenuh dengan partai lama.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia. Dari hasil wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, mengatakan:

“Penggunaan Media massa masih belum kami lakukan, akan tetapi tetap kedepan pada masa kampanye kami akan menggunakan media massa untuk menjaring dukungan, dan juga menggunakan media sosial. Menurut kami penggunaan media massa akan dapat membangun persepsi positif tentang partai kepada masyarakat yang masih belum memiliki media sosial” (wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, hari Rabu 23 Maret 2022 pukul 08.00 di rumah Ibu Veronicha).

Selanjutnya Ibu Veronicha mengatakan bahwa:

“Persoalan yang kami hadapi untuk menjalankan strategi semacam ini yakni belum adanya modal finansial yang cukup, mengingat penggunaan media massa dalam promosi politik tentunya akan menelan biaya yang cukup besar” (wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, hari Rabu 23 Maret 2022 pukul 08.00 di rumah Ibu Veronicha).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa masalah utama terdapat pada biaya kampanye, mereka mengatakan belum memiliki dana yang cukup untuk menjangring dukungan melalui media massa. Pengeluaran partai saat ini masih bergantung pada iuran anggota yang belum mampu mencukupi pembiayaan menggunakan media massa. Namun partai politik tetap menganggap penggunaan media massa tetap akan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjangring dukungan.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Berkarya. Dari hasil wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, mengatakan:

“Partai belum berencana untuk menggunakan media massa saat ini, akan tetapi rencana untuk menggunakan media massa dalam kampanye sudah kami bahas. Hal ini karena kami masih belum memiliki biaya yang cukup dalam menggunakan media massa. Biaya masih akan digunakan untuk membiayai keperluan yang lain. Kemudian juga kami akan melakukan kampanye melalui media sosial yang menurut kami tidak memerlukan biaya besar pada masa kampanye” (wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, hari Selasa 29 Maret 2022 pukul 10.00 di rumah Bapak Haryadi).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Partai politik baru di Kota Probolinggo belum menggunakan media massa dalam menjangring dukungan masyarakat. Mereka saat ini masih berfokus dalam menjangring dukungan masyarakat secara personal atau mengajak orang terdekat untuk ikut bergabung dalam partainya. Partai hanya dapat menggunakan media sosial untuk sementara ini, terlebih partai beranggapan

dengan menggunakan media sosial partai dapat secara interaktif membangun komunikasi dengan para pemilih.

3. *Pass Marketing*

Pass marketing merupakan kegiatan penyampaian produk politik kepada *influencer* dan group atau pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat. Berbagai pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat memiliki nilai strategis bagi partai politik, sebab dengan adanya daya pengaruh, para tokoh tersebut dapat meneruskan pesan-pesan politik yang disampaikan para kandidat kepada masyarakat atau komunitasnya.

Strategi *pass marketing* ini dilakukan dengan menjalin hubungan politik dengan para tokoh agama, tokoh masyarakat, dan tokoh pemuda. Dalam hal ini partai dapat membuat perjanjian atau kontrak politik dengan tokoh tersebut sebagai suatu ikatan yang kuat, agar ketika partai politik yang dipasarkan memperoleh kemenangan, maka para tokoh dapat menuntut janji-janji politik yang dituangkan dalam kontrak, untuk kepentingan masyarakat dimana para tokoh tersebut berdomisili.

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui observasi, wawancara serta dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada 7 Maret – 7 April 2022. Peneliti melakukan wawancara dengan Sekretaris Partai Garuda. Dari wawancara tersebut, Bapak Adhy Sugiantoro mengatakan bahwa:

“Rencana untuk menggandeng tokoh masyarakat masih kami bahas, mengingat masyarakat yang memiliki pengaruh sudah memiliki labuhan hati dalam memilih partai. Ditambah kami juga

tidak ingin salah dalam menggandeng tokoh masyarakat” (wawancara dengan Bapak Adhy Sugiantoro selaku sekretaris Partai Garuda, hari senin 7 Maret 2022 pukul 18.00 di rumah Bapak Adhy Sugiantoro).

Selanjutnya Bapak Adhy Sugiantoro mengatakan bahwa:

“Menggandeng pihak ketiga akan sangat membantu partai dalam meningkatkan dukungan masyarakat kepada partai. Dalam hal biaya juga akan menekan pengeluaran uang untuk biaya operasional partai. Kami juga memiliki kriteria tersendiri terhadap tokoh yang akan kami pilih nantinya, kami menginginkan tokoh yang memiliki kualitas” (wawancara dengan Bapak Adhy Sugiantoro selaku sekretaris Partai Garuda, hari senin 7 Maret 2022 pukul 18.00 di rumah Bapak Adhy Sugiantoro).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa partai politik baru sendiri tidak akan menutup diri dengan tokoh masyarakat, karena sebagai partai baru mereka juga memerlukan dukungan dari berbagai elemen. Namun tetap tokoh yang akan bergabung juga harus memiliki Popularitas dan Intelektualitas. Bagi mereka adanya tokoh masyarakat yang ingin bergabung dapat sangat membantu dalam mempromosikan partai mereka. Informasi mengenai gagasan partai juga cepat tersalurkan kepada masyarakat. Tidak mengeluarkan biaya besar juga merupakan keuntungan yang didapat dari adanya tokoh masyarakat yang ikut bergabung kedalam partainya.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia. Dari hasil wawancara dengan Bapak Edy Rianto selaku wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia, mengatakan:

“Kami sebagai partai politik tentunya akan mencari seseorang yang memiliki kompetensi untuk dapat turut serta membangun Kota Probolinggo. Saat ini kami telah menjalin komunikasi dengan seseorang tokoh masyarakat di Kota Probolinggo dan masih belum

kami deklarasikan saja, menunggu tahun pemilu tiba” (wawancara dengan Bapak Edy Rianto selaku wakil sekretaris Partai Solidaritas Indonesia, hari selasa 15 Maret 2022 pukul 15.00 di rumah Bapak Edy Rianto).

Partai politik tidak menutup diri dari penggunaan tokoh masyarakat dalam menjaring dukungan masyarakat. Partai berfokus dalam mencari SDM di Kota Probolinggo untuk ikut serta dalam membangun Kota Probolinggo kedepannya. Partai saat ini telah menyiapkan seseorang untuk ikut bergabung ke dalam partainya. Seseorang ini diharapkan nantinya dapat menjadi kandidat dari partai ini.

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia. Dari hasil wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, mengatakan:

“Kami tidak menutup diri dari adanya tokoh masyarakat yang ingin bergabung ke dalam partai. Kami juga masih berencana akan menggandeng para tokoh yang ada di Kota Probolinggo untuk turut bergabung ke dalam partai kami ini. Namun sampai saat kami masih belum menggandeng tokoh siapapun” (wawancara dengan Ibu Veronicha selaku wakil sekretaris Partai Persatuan Indonesia, hari Rabu 23 Maret 2022 pukul 08.00 di rumah Ibu Veronicha).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa partai politik baru saat ini belum menggandeng seseorang yang dianggap tokoh oleh masyarakat. Bagi partai baru terdapat kesulitan dalam menggaet tokoh yang ada di Kota Probolinggo. Hal ini dikarenakan, tokoh masyarakat telah terlebih dahulu digandeng oleh partai yang lama. Partai politik baru juga menyadari bahwasanya sistem yang ada di Kota Probolinggo masih kental dengan sistem *Patron klien* . Patron klien sendiri dapat diartikan hubungan dari dua

kelompok atau individu yang tidak sederajat. Baik dari segi status, kekuasaan, maupun penghasilan sehingga menempatkan klien dalam kedudukan yang lebih rendah (*inferior*) dan patron dalam kedudukan yang lebih tinggi (*superior*).

Peneliti melakukan wawancara dengan wakil sekretaris Partai Berkarya. Dari hasil wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, mengatakan:

“Di Kota Probolinggo sistem *patron kliean* masih tumbuh subur sampai saat ini. Kami sebagai partai politik juga harus dapat menyesuaikan hal tersebut dalam menjaring simpati masyarakat. Kami juga perlu menggunakan berbagai strategi agar masyarakat dapat melihat perbedaan kami dengan partai yang lain” (wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, hari Selasa 29 Maret 2022 pukul 10.00 di rumah Bapak Haryadi).

Selanjutnya Bapak Adhy Sugiantoro mengatakan:

“Seperti yang kita ketahui bersama, saat ini tokoh masyarakat terutama tokoh agama di Kota Probolinggo telah digandeng oleh partai yang lama. Ini merupakan tantangan yang perlu kami hadapi, maka kami perlu menyusun strategi untuk dapat memikat hati para tokoh tersebut” (wawancara dengan Bapak Haryadi selaku wakil sekretaris Partai Berkarya, hari Selasa 29 Maret 2022 pukul 10.00 di rumah Bapak Haryadi).

Keikutsertaan tokoh agama, khususnya akan sangat memiliki pengaruh, dimana secara psikologis dan emosional paling mudah untuk mendapatkan simpati masyarakat. Dengan memiliki modal sosial yang mungkin pernah menguntungkan masyarakat secara moril maupun ekonomi bukan tidak mungkin masyarakat akan menaruh simpati dan otomatis ini

adalah keuntungan bagi partai yang merupakan afiliasi politik dari tokoh agama tersebut.

C. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan model interaktif yang dikembangkan oleh Sugiono (2005), yang terdiri dari tiga komponen analisis yaitu: Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan.

Dalam skripsi ini, penulis berupaya meneliti sebuah realita yang terjadi pada partai politik baru. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi mengenai strategi partai politik baru dalam menjaring dukungan masyarakat adalah sebagai berikut:

Untuk dapat memenangkan persaingan politik, maka perlu strategi pemasaran yang memfasilitasi para politisi dan kandidat dalam memasarkan inisiatif, politik, gagasan politik, isu politik, ideology, citra kontestan, visi dan misi, dan program kerja kepada masyarakat. Dari sini kemudian timbul situasi yang memungkinkan munculnya informasi tentang politisi atau kontestan tersebut sehingga masyarakat dapat menentukan suaranya.

1. *Push Marketing*

Partai politik akan secara masif menemui para pemilih untuk mempromosikan produk politiknya pada masa kampanye nanti. Dengan masifnya partai melakukan strategi ini, partai akan banyak menghabiskan tenaga untuk memperoleh banyak dukungan melalui strategi ini. Karena bila

mengadakan pertemuan akbar diperlukan banyak tenaga dalam penyelenggaraannya. Waktu yang perlu disiapkan pun akan begitu panjang, mengingat izin yang perlu diurus terlebih dahulu oleh panitia penyelenggara dan perlengkapan yang perlu di siapkan untuk menunjang kesuksesan acara. Bertemu langsung dengan masyarakat juga tidak akan menjangkau seluruh masyarakat, karena parpol hanya dapat menyentuh masyarakat yang hanya hadir pada pertemuan tersebut (Patrisia dan Yuliani, 2020).

Selain memerlukan banyak tenaga dalam teknik ini, biaya yang besar juga harus dikeluarkan oleh partai politik. Kegiatan yang mendatangkan banyak orang tentu akan dibarengi dengan biaya yang besar. Partai tentu harus bisa menyediakan konsumsi yang tidak sedikit untuk para simpatisan yang akan hadir dalam pertemuan yang diadakan. Selain konsumsi partai juga harus menyediakan perlengkapan seperti pentas atau tenda bila mengadakan di tengah lapangan dan peralatan sound sistem agar simpatisan dapat mendengar dengan jelas suara dari komunikator. Maka dari itu kegiatan ini sangat rumit dan memerlukan biaya besar bila akan dilakukan (Patrisia dan Yuliani, 2020).

2. Pull Marketing

Partai politik berencana secara masif akan menggunakan media massa dalam menjaring dukungan. Strategi ini memang memiliki kelebihan dapat memborbardir pesan kepada khalayak, namun kurang dapat terukur efektivitasnya. Dengan partai menggunakan strategi ini, partai tidak dapat mengukur secara pasti keberhasilan dari informasi yang disebar luaskan

melalui media massa. Partai harus melakukan survey secara berkala mengenai elektabilitas partai untuk memastikan keberhasilan penggunaan strategi ini. Tidak adanya kepastian keberhasilan penggunaan strategi ini, tentu sebagai kekurangan yang perlu diperhatikan oleh partai (Patrisia dan Yuliani, 2020).

Banyak para ahli yang masih memperdebatkan mengenai efektivitas iklan politik untuk menjangkit dukungan sebanyak mungkin dalam pemilu. Banyak kajian menunjukkan *swing voters*, pemilih berpindah dukungan karena dipengaruhi iklan politik, kampanye, penampilan kandidat, atau program partai, persentase karena iklan politik sangat kecil. Namun hanya persentase kecil inilah yang sebetulnya menjadi sasaran utama iklan politik, karena sebetulnya sebagian besar pemilih sudah memiliki *party identification*. Pemilih tipe ini loyal pada partainya serta tidak akan terpengaruh oleh kampanye atau iklan politik (Yulianti dalam Retnowati, 2013).

Bahkan dalam sebuah karya dari AL Ries dan Laura Ries (dalam Retnowati, 2012, hal: 209 menyebutkan era periklanan telah berakhir. Menurut mereka iklan telah gagal menyajikan kredibilitas di hadapan pemirsa dan meningkatkan penjualan produk. Mereka berdua pada dasarnya bukan anti periklanan, namun menempatkan periklanan sebagai kelanjutan *publik relations* (PR). PR-lah yang membentuk merek (citra), yang kemudian diperteguh iklan. Jadi, memercayai iklan untuk meyakinkan pemirsa akan kredibilitas isi tayangannya menjadi pekerjaan sia-sia.

Memang iklan adalah wilayah komersial, siapa saja bisa mengakses asal mampu membayar. Partai baru harus lah memiliki pendanaan yang

melimpah agar mampu menggunakan teknik ini. Namun, bila partai menggunakan strategi ini tidak ada jaminan iklan yang disampaikan akan laku. Juga dalam kampanye pemilu, membeli iklan di media bukan otomatis membeli suara pemilih. Saat ini preferensi pemirsa tidak secara linier berubah dengan adanya iklan-iklan yang menggunakan teknik atau kreativitas tinggi. Oleh karena itu, logis bila mayoritas masyarakat sudah memiliki akan memilih siapa dalam pemilu. Fenomena keterisolasian iklan dari preferensi pemilih berlaku tidak hanya dinegara yang ikatan promodial dan paternalismenya kuat, tetapi juga ditemui dinegara-negara yang memiliki tradisi kuat berdemokrasi (Retnowati, 2013).

Karena realitas keterisolasian iklan dengan preferensi pimilih, tujuan ini tidak efektif untuk memperluas dukungan. Kecuali, memperteguh pendapat pemilih yang telah mengikat emosinya. Jadi, iklan bukan pada posisi untuk memengaruhi, melainkan menguatkan pendirian-pendirian pemilih yang memiliki ikatan tradisional tertentu dengan parpol (Putra dalam Retnowati, 2013, hal: 210).

Modal utama yang bisa diberi oleh iklan politik yakni kredibilitas. Karena tidak memiliki kredibilitas, iklan-iklan politik dapat dikatakan rapuh dan gagal. Seolah dengan penggunaan iklan, kredibilitas dapat di raih oleh parpol. Inilah faktor utama yang menyebabkan iklan-iklan politik dimedia massa tidak mendapatkan hasil efektif. Hal ini bila dihubungkan dengan keterbukaan informasi akan memengaruhi transformasi pola memilih. Rakyat kritis menghilangkan eksistensi iklan sebagai pendulang suara. Klaim-klaim

positif yang disajikan melalui iklan bukannya meneguhkan pilihan rakyat, tetapi membalikkan persepsi yang dikehendaki kandidat. Citra yang dibangun di media pada akhirnya mampu ditangkap sebagai representasi fakta yang bertujuan untuk menguntungkan kandidat. Di sini berlaku penegasan, apa yang disajikan positif akan dipresepsi dan disimpulkan negative (Maulana dalam Retnowati, 2013, hal:210).

3. *Pass Marketing*

Dengan adanya *influencer* yang akan ikut bergabung pada partai politik baru, membuat partai politik baru memerlukan kehati-hatian dalam melakukannya, karena jika terjadi kesalahan maka akan berakibat fatal (pesan komunikasi tidak akan diterima) dan bahkan ditolak (Patrisia dan Yuliani, 2020).

Ketika parpol mengikutsertakan *influencer* sebagai contoh seorang selebriti, parpol seharusnya belajar dari masa lalu. Hampir diseluruh Negara yang mapan dalam demokrasi, keikutsertaan selebriti bahkan telah sampai menjadi kandidat, dan telah berhasil menduduki jabatan publik. Di Indonesia keikutsertaan artis dalam dunia politik tidak dibarengi dengan latar belakang politik yang mumpuni, bahkan selebriti hanya dianggap mencari keberuntungan. Para selebriti yang terpilih masih sibuk main sinetron dan masuk acara TV yang tidak memiliki hubungan dengan kerjanya sebagai anggota DPR. Penggunaan teknik ini memperlihatkan bahwa, di keikutsertaan para selebriti membuat tidak ada jenjang karir yang jelas untuk menjadi pejabat politik maupun anggota parlemen. Wajar bila kemudian ada yang beranggapan

bahwa direkrutnya artis oleh para parpol hanya alasan popularitas (Hasbi dalam Lubis, 2015, hal: 5212).

Adanya rekrutmen artis ini juga sebagai indikasi bahwa parpol di Indonesia tidak pernah berbenah dalam hal mencetak kader-kader yang mempunyai kualitas tinggi, bisa bekerja, berintegritas dan mekanisme internal partai yang belum terlembagakan. Sehingga memasuki masa pemilu parpol mencari langkah *instant* untuk medulang suara, agar dapat melampaui *parliamentary threshold*. Pada saat yang bersamaan munculnya apatisisme politik dari masyarakat akan calon-calon yang diajukan oleh parpol dan ketidakpercayaan akan program-program yang diajukan oleh parpol mengingat program-program yang selama ini ditawarkan oleh parpol tidak banyak yang menjadi kenyataan dan terealisasi ketika mereka mendapatkan kursi dan duduk dalam kekuasaan. Wajar kondisi ini membuat parpol sadar untuk melakukan terobosan demi untuk meningkatkan elektabilitas partai dan peningkatan kursi parpol (Lubis, 2015).

Disamping karena kekurangan yang ada pada partai tidak dapat mencetak kader yang baik, memasuki era reformasi saat ini masyarakat diberi kemudahan untuk membentuk parpol dan kemudahan dalam proses pencalonan kontestan politik. Apalagi partai tidak memberikan kriteria yang ketat akan calon-calon yang akan dinominasikan, sehingga muncul calon-calon yang berasal dari akademisi, pengusaha, kyai, pendeta, preman, wartawan hingga artis. (Hasbi dalam Lubis, 2015, hal: 5212). Parpol hanya melihat dari sisi elektabilitas dan popularitas sang calon belaka (*vote getter*), padahal calon

pemimpin haruslah yang berintegritas dan kompeten. Oleh karena itu tidaklah heran ketika saat ini, kita melihat sebagian besar pemimpin negeri ini, banyak yang tidak berintegritas serta tidak kompeten (Darwis dalam Lubis, 2015, hal:5215).

Kedepan partai perlu merekrut masyarakat untuk kadernya yang berkualitas, sebab duduk dilegislatif seseorang harus memiliki kreativitas, inovasi, dan mampu membuat rancangan konsep yang konstruktif. Karena hasil dari rancangan konsep legislatif tersebut digunakan untuk mengatur Negara, apabila Negara aturannya tidak jelas, maka yang menjadi korban adalah masyarakat (Lubis, 2015).

Keefektifan penggunaan strategi ini pun belum tentu berhasil, menurut Dosen Ilmu Komunikasi Universitas pajajaran, Deddy Mulyana menilai beberapa faktor kegagalan artis dalam pencalonannya bisa disebabkan oleh tiga sebab yakni: kejenuhan masyarakat, politik uang dan persaingan ketat antar selebritis. Tidak adanya perubahan yang signifikan membuat masyarakat jenuh dengan calon-calon lama sehingga cenderung memilih muka baru. Politik uang juga menjadi salah satu faktor penting dalam kontestan pemilu, sehingga tidak jarang anggota legislatif yang berprestasi belum tentu terpilih dan dikalahkan oleh calon yang memiliki modal besar dan punya jaringan “preman” (Lubis, 2015).