

MARKETING POLITIK PARTAI DEMOKRAT DALAM PEMENANGAN JAMES UANG-DJUFRI MUHAMAD PADA PILKADA KABUPATEN HALMAHERA BARAT TAHUN 2020

Jeinita Triyandani Tjitjipo
jeinitatjitjipo@gmail.com
Eunike Sintikhe Pelleng
widyeunike@gmail.com

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Indonesia Manado

ABSTRAK

Marketing politik merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk menyebarluaskan informasi politik kepada para calon pemilih. Proses penerapan marketing dalam dunia politik juga mengadopsi program 4P yang telah lama dikenal dalam dunia bisnis. Penerapan program 4P bertujuan untuk membantu kandidat mulai dari menganalisis dinamika masyarakat, memformulasikan program kerja, hingga penerapan strategi pada kelompok-kelompok masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran politik partai democrat sangatlah berpengaruh dalam kemenangan pilkada kabupaten Halmahera barat. Dengan berbagai strategi dan pemanfaatan birokrasi, media sosial, serta hadirnya anak muda yang ikut serta dalam pencapaian kemenangan pertarungan politik. Semua upaya yang dilakukan tidak lepas dari kerja keras dari tim dan kesolidan tim dengan segala pelaksanaan strategis yang tepat dan baik sehingga dapat mencapai tujuan bersama.

Kata kunci: *Strategi Politik, Marketing Politik, Pilkada*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara demokrasi yang telah menyelenggarakan pemilu sejak tahun 1955; ini adalah pemilu pertama di negara itu. Menurut Putra (2012):80, tujuan pemilihan umum ini adalah untuk memilih konstituen dan legislator. Sebagai bangsa yang menganut kerangka multipartai, ras umum di Indonesia digeber oleh kelompok-

kelompok ideologis. Biasanya setiap kelompok ideologis memiliki pemimpin pesaing yang diusulkan untuk bertarung dalam perlombaan politik secara keseluruhan. Pemilihan umum langsung diselenggarakan di Indonesia pada tahun 2004 seiring berkembangnya demokrasi dan kehidupan politik. Proses pemilihan individu untuk posisi politik tertentu

dikenal sebagai pemilihan umum. Pemilu adalah salah satu cara untuk menggunakan retorika, hubungan masyarakat, komunikasi massa, lobi, dan metode lain untuk membujuk orang daripada memaksa mereka untuk memilih.

Sejak Juni 2005, pilkada langsung telah diselenggarakan di Indonesia. Keberhasilan administrasi pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2004 mendahuluinya. Pelaksanaan pemilihan kepala daerah secara langsung tertuang dalam Undang-Undang (UU) Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, versi revisi Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang substansi yang sama. Meski makna langsung frasa ini lebih menitikberatkan pada hak rakyat untuk memilih kepala daerah, namun partai politik cenderung memilikinya. Kandidat perseorangan baru-baru ini diperbolehkan mencalonkan diri dalam pilkada, namun hal ini belum mampu mengesampingkan posisi dan peran parpol dalam pilkada langsung.

Masyarakat dapat dengan mudah memilih kepala daerahnya secara langsung, sehingga penunjukan kepala daerah secara langsung merupakan salah satu cara nyata untuk melaksanakan otonomi daerah. Di Indonesia, pemilihan kepala daerah serentak akan berlangsung di 261 kabupaten dan 9 provinsi pada tahun 2020. Pandemi Covid-19 yang merupakan bencana non-alam terjadi pada saat pengambilan keputusan pilkada serentak 2020. Pilkada serentak tahun 2020 akan dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2020 sesuai kesepakatan Badan Publik, DPR RI, dan Koordinator Pengambilan Keputusan Politik (Bawaslu, KPU, dan DKPP). Keputusan ini diambil dalam rapat kerja Komisi II DPR RI dengan Menteri Dalam Negeri, Bawaslu RI, KPU RI, dan DKPP RI. Sekaligus menegaskan keputusan-keputusan yang diambil DPR dan otoritas publik sebelumnya. Semua periode persaingan politik umum harus diarahkan sesuai dengan dukungan pemerintah, dalam upaya bersama dengan

kelompok Covid, dan tetap diarahkan pada pedoman yang adil.

Di Inggris, partai politik telah lama terlibat dalam aktivitas pemasaran politik. Disebutkan bahwa pada periode pemilihan politik Inggris tahun 1929, Partai Moderat menjadi partai utama yang menggunakan lembaga periklanan (Holford-Bottomley Publicizing Administration) untuk membantu merancang dan mengirimkan spanduk dan pamflet. Sementara itu, ketika Partai Buruh mendirikan departemen penerbitannya pada tahun 1917 dengan bantuan agen penerbitan Egerton Wake, yang kemudian menjadi peserta aktif dalam kampanye Partai Buruh, partai tersebut juga mulai menggunakan pemasaran dalam politik. Kemudian Wring juga menunjukkan bagaimana tugas komunikasi luas seperti televisi, radio, surat kabar dan promosi mewarnai kehidupan politik di Inggris.

Di Indonesia, khususnya setelah perubahan, gagasan iklan politik mulai dikenal dan diterapkan dalam menghadapi

ras. Banyaknya kelompok ideologi yang saling bersaing memaksa setiap kelas politik untuk terus-menerus membuat manifestasi baru dan menarik untuk menarik perhatian terbuka. Salah satu siklus misi penting yang harus diselesaikan ketika jumlah kelompok sangat besar adalah membangun pemisahan satu sama lain. Karena partai politik memainkan peran penting dalam politik kontemporer, peran dan pengaruh mereka seringkali berdiri sendiri. Partai baru muncul pada awal abad ke-19 sebagai “mesin politik” yang diorganisir untuk memenangkan pemilu dan memperoleh kekuasaan dari pemerintah.

Implementasi demokrasi di tingkat daerah melalui pemilihan kepala daerah yang salah satunya berlangsung pada tanggal 9 desember 2020 di Kabupaten Halmahera Barat. Untuk jabatan Bupati dan Wakil Bupati, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Halmahera Barat (Halbar) menyeleksi empat pasangan calon. Keputusan ini diambil sesuai dengan Surat

Keputusan (SK) Nomor berikut: tentang seleksi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Halmahera Barat tahun 2020, lihat 100/HK.03.1Kpt/8201/KPU-Kab/ IX/2020.

Tabel 1 Hasil Penetapan Rekapitulasi Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati 2020

Nama Paslon	Jumlah Suara
(01) James Uang, S.Pd.,MM- Djufri Muhamad	22.524 (33,7 %)
(02) Danny Missy, S.E.,MM-Imran Lolori	21.074 (31,3 %)
(03) Ahman Zakir Mando, S.Sos- Pdt. Alpinus K. Pay, S.Th	12.824 (19,5 %)
(04) Denny Palar, S.E- Iksan Husain, S.Hi	10.167 (15,5 %)

Sumber: Info Publik Pilkada 2020

Penetapan ini berdasarkan surat keputusan nomor: 136/HK.03.1Kpt/8201/KPUKAB/XII/2020 tentang penetapan rekapitulasi hasil 10

perolehan suara dan hasil pemilihan bupati dan wakil bupati kabupaten Halmahera Barat tahun 2020. Menarik sekali bila mengamati hasil suara ini, bagaimana marketing yang di lakukan oleh partai demokrat sehingga dapat memenangkan pertarungan politik ini yang mampu mengalahkan partai-partai besar seperti PDIP, partai Golkar dan partai PKB. Pasangan Danny Missy dan Imran Lolori selaku pasangan calon yang berpeluang besar kembali terpilih akhirnya harus mengaku kalah oleh pasangan James Uang-Djufri Muhamad. Dari 8 kecamatan dan 169 desa paslon JUJUR yang merupakan akronim dari James Uang dan Djufri Muhamad akhirnya memenangkan Pilkada dengan memperoleh 22.524 suara.

Semua usaha marketing dimaksudkan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk politiknya lebih unggul dibandingkan dengan pesaing. Pemahaman tentang tujuan dan strategi yang digunakan pesaing perlu diidentifikasi. Sukses tidaknya aktivitas marketing akan sangat

ditentukan oleh kemampuan paslon untuk memahami dan menerjemahkan siapa pesaing dan bagaimana menghadapinya. Sekedar diketahui dalam kontestasi pilkada Kabupaten Halmahera Barat tahun 2020, yang merupakan incumbent saat itu ada dua pasangan calon yaitu Danny Missy dan Ahmad Zakir Mando sedangkan pasangan baru James Uang dan Denny Palar. James Uang yang pernah bertarung pada pilkada 2015 namun kalah dari Danny Missy yang merupakan salah satu pesaingnya di tahun 2020 dengan selisih angka 519 suara. Tentunya James Uang sudah melihat dan tahu bagaimana cara mainnya, maka evaluasi terus dilakukan oleh paslon JUJUR.

Perjuangan paslon JUJUR tidak ada kata menyerah, segala konsekuensi pertarungan telah disiapkan secara matang. Paslon JUJUR siapkan strategi serangan udara dan serangan darat yakni serangan udara melalui media sosial, media cetak/online dan serangan darat menggunakan alat peraga kampanye seperti

baliho, spanduk dan stiker. Ada banyak pasukan yang disiapkan untuk kampanye visi-misi dengan mengandalkan para kaum milenial berkampanye dan relawan juga banyak dari kaum milenial. Paslon JUJUR juga membuat kartu anggota tim pemenangan yang dibagi-bagikan ke masyarakat pada saat kampanye H-1 dengan jaminan mendapat bantuan jika paslon JUJUR terpilih, dan itu tidak dilakukan oleh ketiga pesaingnya.

Marketing politik dapat diaplikasikan dalam sebuah proses organisasi partai politik seperti bagaimana memformulasikan produk politik melalui pembangunan symbol, image, platform, dan program kerja yang ditawarkan. Partai demokrat yang menjadi kendaraan politik bagi paslon JUJUR dengan serangkaian aktivitas terencana strategi komunikasi dilakukan dengan cara mensosialisasikan program kerja maupun figure yang ditawarkan ke masyarakat. Sosialisasi terlebih dahulu diberikan kepada kader-

kader karena mereka nanti yang akan membantu paslon terjun langsung ke masyarakat. Setelah itu partai memanfaatkan media massa seperti koran, televisi, radio, dan memasang baliho juga spanduk ditempat-tempat strategis untuk mengkampanyekan paslon JUJUR. Organisasi pemuda yang ada di masyarakat Kabupaten Halmahera Barat dilibatkan juga sebagai pendekatan yang di lakukan partai demokrat maupun paslon untuk menjadi saluran politik dalam melaksanakan sosialisasi politik.

Partai demokrat melakukan sosialisasi di setiap desa dengan membagikan sembako dan alat kerja untuk tukang bangunan. Ini merupakan sebagian usaha yang dilakukan oleh partai demokrat dalam memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat dan juga bagian dari bentuk konsolidasi. Ketua tim strategi pemenangan paslon JUJUR tamrin gani dan kawan-kawan pemuda dengan ikrar yang kuat, tekad dan solid membangun solidaritas tim, mereka mencoba membangun komunikasi

dengan masyarakat kemudian membuat pilihan konten kampanye yang bisa ditawarkan ke masyarakat kira-kira setahun lamanya. Langkah strategi di lapangan yang di ambil tim pemenangan adalah pada pilihan konten.

Konten yang dihadirkan di lapangan dengan tagline diahi (Memperbaiki), dengan mencermati perkembangan pembangunan empat tahun terakhir pandangan mereka mengenai birokrasi yang begitu carut-marut, mereka menginginkan penataan Ibu kota yang baik, menginginkan keterlibatan publik terutama dengan akomodasi dalam rangka berpikir bagaimana kemajuan daerah. Konten pilihan yang demikian tidak dilakukan oleh pemerintahan sebelumnya dan kemudian konten itulah yang dihadirkan tim pemenangan paslon JUJUR. Mereka membuat konsensus perencanaan dengan menawarkan diahi pemerintahan, diahi keuangan daerah dan itu menjadi konten yang diterima oleh publik. Ketua tim pemenangan Rustam Fabanyo dalam

kampanye melakukan konsolidasi memberikan pemahaman politik secara sehat kepada masyarakat dengan kesadaran adanya pembenahan secara totalitas mulai dari unsur birokrasi sampai pada manajemennya.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian pendekatan kualitatif dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk meneliti obyek kajian. Hal ini ditunjukkan untuk memperoleh informasi yang mendalam dengan jalan berinteraksi langsung kepada masyarakat. Prosedur penelitiannya bersifat menjelaskan, menggambarkan dan menafsirkan hasil penelitian dengan susunan kata dan atau kalimat sebagai jawaban atas permasalahan yang diteliti penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-

keterangan secara jelas dan faktual tentang Pemasaran Politik (*Political Marketing*) Pemenangan James Uang-Djufri Muhamad dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Halmahera Barat Periode 2020/2025.

PEMBAHASAN

A. Marketing Politik Partai Demokrat Dalam Pemenangan James uang-Djufri Muhamad Pada PILKADA Kabupaten Halmahera Barat Tahun 2020

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

Aktivitas marketing politik dimulai dengan riset dan analisis untuk menemukan

kebutuhan konsumen dan segmen pasar. Partai politik harus mengetahui kelemahan dan kekuatan lawan sehingga mampu menawarkan produk politik yang memiliki nilai (*value*) lebih atau setidaknya berada dengan partai lainnya. Produk politik meliputi program kerja, ideologi dan figur seorang pemimpin yang memiliki *brand* berbeda dengan kandidat lain. Dalam berkampanye, partai politik dan kandidat dituntut untuk selalu memunculkan *image* positif sebagai *brand* sebagai partai politik atau kandidat yang berpihak pada rakyat.

1. Strategi Politik

Strategi perlu dilakukan oleh kontestan dan partai politik untuk dapat memenangkan pemilu. Kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besarnya pendukung mereka dan pendukung kontestan lainnya. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pencontrengan, juga mengidentifikasi pendekatan yang

diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih.

Untuk dapat memahami apa yang dibutuhkan masyarakat dan aspirasi apa yang akan diperjuangkan, partai politik perlu melakukan riset pasar. Hal ini dilakukan tim pemenangan tentu dengan turun langsung ke lapangan untuk melakukan segmentasi pemilih.

Terkait penjelasan dari ranting desa di atas, dapat dipahami bahwa bahwa survey yang dilakukan oleh tim-tim pemenangan dimulai dari per lingkungan dalam setiap desa, dan dalam survey tersebut tim dapat memberikan informasi yang sangat dibutuhkan partai politik untuk mengevaluasi permasalahan-permasalahan mendasar yang dihadapi masyarakat. Dari permasalahan tersebut di kembangkanlah isu-isu politik dan juga solusinya. Pemecahan permasalahan tersebut tersebut tertuang dalam program kerja partai. Agar program kerja sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat.

Strategi ofensif memperluas pasar yang ditetapkan saat kampanye pemilu untuk menampilkan perbedaan menarik. Strategi yang digunakan untuk mengimplementasikan politik yang harus dijual atau ditampilkan adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan. Melalui pola pendekatan pada tiap kelompok masyarakat adalah cara yang sangat alami. Namun tentu ini dengan pola yang menarik sehingga tim dapat menemukan kesimpulan dari tiap fregmentasi pasar tersebut.

Mengenai strategi, paslon JUJUR melakukan salah satu strategi yang tentu berbeda dari paslon lainnya. Strategi pembuatan kartu anggota tim pemenangan paslon JUJUR yang dibagi-bagikan ke masyarakat pada saat kampanye H-1. Dan dengan kartu tersebut masyarakat dianggap sebagai tim pemenangan dengan tujuan masyarakat bisa datang meminta bantuan ketika paslon JUJUR terpilih. Para pemilih akan menilai dan menimbang kandidat serta

partai politik dan ideologi mana yang kiranya akan berpihak dan mewakili suara mereka.

Meyakinkan pemilih, hal ini sulit dilakukan tanpa adanya proses yang mencoba memberikan informasi dan meyakinkan pemilih untuk memberikan suara.

Gamabar 1. Konsolidasi Paslon JUJUR dengan sekelompok masyarakat



Sumber : PAC Partai Demokrat Kabupaten HALBAR (Jailolo 2022)

Proses peyakinan dapat dilakukan dengan cara argumentatif dan dilandaskan pada penyediaan data dan informasi yang dapat dipercaya. Tim dari bapak James melakukan konsolidasi yang pasti menjelaskan kepada masyarakat tentang profil dari pada kedua calon tersebut kemudian juga menjelaskan latar belakang dari calon kandidat untuk bagaimana meyakinkan kepada masyarakat.

Konsolidasinya bukan hanya sehari tetapi berjalan. Perencanaan dilakukan melalui silaturahmi, melalui konsolidasi tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh adat, dan pemuda.

2. Produk/Product

Produk yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau seorang kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. Pemahaman pemilih juga memainkan peranan penting dalam memaknai dan menginterpretasikan sebuah produk politik. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi, program serta kebijakan.

Produk dari ketokohan seorang kandidat yang sudah 4 kali periode anggota DPR tentu take record ditengah-tengah masyarakat itu baik. Diketahui calon wakil yaitu bapak Djufri juga 3 kali periode anggota DPR, jadi 4 kali periode masyarakat mempercayakan mereka untuk menjadi anggota DPR dan itu merupakan

suatu prestasi. Bapak James sendiri yang sebelum mencalonkan diri sebagai bupati beliau sebelumnya sebagai ketua DPC partai Demokrat kabupaten Halmahera barat, pastinya apa yang dilakukan terkait dengan daerah konsisten melalui aspirasi.

Program yang ditawarkan partai demokrat dengan melihat keadaan dan situasi masyarakat kabupaten Halmahera barat di tahun 2020 yang dilanda covid-19. Partai menyediakan vaksin gratis, sunatan gratis dan pemeriksaan gratis tidak terealisasikan di semua desa, hanya di beberapa desa yang dekat perkotaan, dikarenakan covid-19 yang terjadi di tahun 2020. Khusus di Kabupaten Halmahera barat tidak banyak masyarakat yang terkena covid-19. Dampaknya yang paling membuat masyarakat kesulitan selama pandemik adalah mencari nafkah. Karena itu Partai Demokrat banyak memberikan bantuan berupa sembako. Selain itu, dari pasangan calon juga memiliki program dari kandidat yang terealisasikan di beberapa desa seperti tata kelola birokrasi, program

pemberdayaan desa berupa bantuan untuk nelayan yaitu perahu 3 GT, perahu fiber dan motor viar untuk masyarakat yang tinggal di pedalaman.

Kondisi persaingan antar partai politik dalam menjual produknya dalam hal ini program dari partai politik maupun pasangan calon yang mengikuti kontestasi Pilkada tersebut sama-sama memiliki peluang yang sama. Sehingga, strategi marketing politik yang dilakukan oleh Partai Demokrat dan pasangan calon yang diusung harus tepat, dan memiliki perbedaan dengan program yang diusung oleh partai politik dan pasangan calon lain yang menjadi lawannya. Tujuannya tidak lain adalah agar bisa menempati posisi tertentu di pasar (*Positioning*).

3. Promosi/Promotion

Para pengambil kebijaksanaan dari masing-masing partai mulai berpikir untuk mencari alternatif lain dan cara berkampanye yang lebih efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan antar partai-partai politik ini. Persaingan dalam

kehidupan perpolitikan inilah yang kemudian menuntut para pelaku politik untuk piawai dalam memukau dan memikat hati rakyat pemilih. Untuk itulah cara marketing dipilih dan diterapkan dalam kehidupan politik. Dalam kegiatan promosi tentunya partai politik akan bergerak ke masyarakat jauh sebelum pemilihan.

Sebagian besar literatur dalam marketing politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi (*promotion*) ide, platform partai dan ideologi selama kampanye pemilu. Dalam melakukan promosi produk yang mereka punya, partai politik biasanya menggunakan media massa.

Partai politik yang dapat memenangkan pertarungan politik, relatif menawarkan sesuatu yang berbeda dan lebih baik dibandingkan dengan partai politik lain.

Promosi yang dilakukan paslon JUJUR maupun tim-tim tentu dengan menawarkan perubahan yang terbaik hal ini tentu menjadi perbincangan ditengah-

tengah masyarakat yang menginginkan perubahan diberbagai sektor. Ini merupakan bagian promosi yang tujuan untuk menarik perhatian pemilih dan tentunya kampanye politik adalah bagian promosi yang ternyata mampu memengaruhi masyarakat secara langsung.

Gambar 2. Debat Terbuka Paslon Bupati dan Wakil Bupati Halbar



Sumber : jurnalone.id

Promosi juga bisa dilakukan oleh institusi politik melalui debat di TV. Lambang simbol dan warna bendera partai yang disebar melalui pamflet, umbul-umbul dan poster semasa periode kampanye juga merupakan media promosi institusi politik. Promosi dalam hal ini juga terkait dengan publikasi partai politik. Pengurus DPC Partai Demokrat menggunakan media sosial Facebook sebagai upaya publikasi kegiatan kampanye dalam rangka

mempromosikan pasangan JUJUR ini, selain itu juga menggunakan laman YouTube yang mempromosikan lagu dari paslon JUJUR juga konten-konten iklan, dan beberapa media cetak lokal yang bekerjasama untuk promosi pasangan calon yang diusung oleh partai. Sasaran penggunaan media sosial promosi adalah *pertama*, untuk dapat membentuk opini publik yang sehat dan positif terhadap partai politik pengusung serta pasangan calon yang diusung; *kedua*, membangun dan meningkatkan popularitas Partai Demokrat dan pasangan calon JUJUR. Disamping penggunaan media social dalam promosi, tim pemenangan Partai Demokrat mengoptimalkan penggunaan alat peraga kampanye seperti biasa spanduk, baliho, kemudian stiker-stiker kecil, kaos, bendera-bendera partai.

Promosi institusi partai politik tidak hanya terjadi semasa periode kampanye belaka. Aktivitas promosi harus dilakukan terus-menerus dan permanen dan tidak hanya terbatas pada periode kampanye saja.

Salah satu cara yang paling efektif dalam promosi institusi politik adalah dengan selalu memperhatikan masalah penting yang dihadapi oleh masyarakat dimana institusi politik itu berada. Dengan demikian, publik atau masyarakat akan selalu merasakan kehadiran institusi politik tersebut.

4. Harga/Price

Marketing pada harga ini mempertimbangkan tiga bentuk nilai yaitu nilai ekonomi, psikologi dan juga citra nasional. Nilai ekonomi berarti semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis yang dapat berupa rasa nyaman pemilih dengan latar belakang, etnis, agama dan juga pendidikan. Sedangkan citra nasional yaitu suatu kondisi pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif.

Pelaksanaan marketing politik partai demokrat pada kemenangan pilkada pasangan JUJUR telah menghabiskan biaya ekonomi yang cukup besar. Namun

terdapat masalah dalam pelaporan dana kampanye tersebut.

Biaya ekonomi adalah bentuk upaya partai politik dalam memenuhi kebutuhan dana selama masa kampanye. Sekedar diketahui berdasarkan Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN) tahun 2020 bakal calon bupati dan wakil bupati Halmahera barat (Halbar), Danny Missy yang merupakan *incumbent* paling kaya dari tiga bakal calon bupati dan James uang yang berada paling bawah mengenai kekayaan dari ketiga bakal calon diatas. Disini kita bisa lihat bahwa dana yang besar tidak menjamin suatu kontestan menang. Tapi tidak bisa dipungkiri bahwa dana sangat diperlukan untuk menyelenggarakan semua kegiatan kampanye mulai dari tahap awal riset atau survey, pemetaan kemudian kegiatan-kegiatan lainnya berkaitan dengan kampanye untuk membiaya timses, membiayai saksi dan sampai pada akhir proses pilkada. Partai demokrat bersama

pasangan calon melakukan upaya secara mandiri untuk mendapatkan anggaran.

Harga tidak sebatas ekonomi, namun juga mencakup nilai psikologi dan juga bentuk citra Nasional. kenyamanan pemilih mengenai latar belakang dari seorang kandidat bapak James.

Paslon JUJUR melakukan strategi politik sara dimana kenyamanan latar belakang calon mengenai suku sangat diperhitungkan, bisa dilihat bahwa citra nasional/*emage* yang dibangun oleh paslon JUJUR sangat berpengaruh. Sekedar diketahui bahwa sebagian besar masyarakat kabupaten Halmahera barat adalah suku tobaru dan ini membuat usaha paslon JUJUR dan tim untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, dengan harapan bisa keluar sebagai pemenang.

5. Tempat/Place

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir dan distribusi pesan dari kandidat ke masyarakat sebagai pemilih. Partai politik dan kandidat mendistribusikan pesan dengan cara kunjungan ke daerah-daerah

tertentu dan juga tempat-tempat seperti pasar tradisional. Paslon JUJUR tetap melakukan kampanye politik di setiap desa sampai ke pelosok walaupun ditengah-tengah covid-19. Salah satu desa yang di turun langsung oleh paslon JUJUR dan partai politik adalah desa jangailulu. Desa jangailulu adalah desa pelosok yang merupakan desa paling ujung Halmahera barat yang berbatasan langsung antara Halmahera barat dan Halmahera utara.

Dalam menyebarkan basis untuk mendapatkan dukungan, media seperti koran, TV, radio, internet, majalah, brosur, pamflet, dan poster yang diedarkan ke daerah merupakan salah satu bentuk fisik dari distribusi dalam konteks marketing politik.

Dalam dunia politik, distribusi produk sangat terkait erat dengan mekanisme jangkauan dan penetrasi produk politik sampai ke daerah dan pelosok. Pada pilkada kabupaten Halmahera barat tahun 2020 tentu paslon JUJUR dan ke 3 calon lain ini berusaha memenangkan hati

masyarakat, salah satunya dengan bersentuhan langsung dengan masyarakat. Paslon JUJUR membentuk posko sentral yang merupakan posko sentral kerja tim dan komunikasi tim pemenangan JUJUR yang dibentuk di desa kusumadehe dan desa gamlamo diharapkan bisa menjadi tempat koordinasi seluruh relawan dan masyarakat untuk memenangkan kontestan.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat harus melihat kondisi masyarakatnya. Hal ini terkait dengan keberadaan masyarakat pedesaan dan masyarakat kota. Turun langsung kelapangan adalah cara efektif untuk menjangkau masyarakat bagian pedesaan atau pelosok, sedangkan media massa adalah cara efektif untuk menjangkau masyarakat kota dalam menyampaikan pesan. Agar mudah dipahami banyak orang, pesan politik harus dikemas sedemikian rupa. Karena dalam masyarakat terdapat berbagai lapisan dan segmen masyarakat, partai politik diharapkan dapat

membedakan kemasan politik dari pesan politik di setiap segmen masyarakat. Dengan kehadiran dan tindakan dari kontestan maka masyarakat yang berada dalam jarak yang sangat jauh akan dapat merasakan bahwa produk politik suatu kontestan lebih baik dibandingkan dengan kontestan lain.

B. Kendala-kendala yang dihadapi partai Demokrat dalam melakukan marketing politik pemenangan pada pilkada kabupaten Halmahera barat tahun 2020

Marketing politik merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk menawarkan bagaimana sebuah parpol atau seorang kandidat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual. Pentingnya peran marketing politik membuat para kandidat diseluruh pemilihan kepala daerah berlomba-lomba dalam mengkreasikan ilmu marketing politik sebagai kunci sukses dalam pemenangannya. Untuk itu penggunaan marketing politik sebagai strategi pemenangan pemilu harus benar-benar

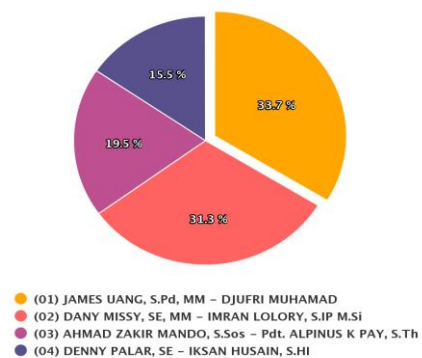
dikaji, dan meliputi berbagai segmen, termasuk kendala-kendala yang kemungkinan muncul dalam proses marketing politik. Kendala yang dihadapi tim pemenang, yaitu :

1. Struktur kepengurusan atau tim yang belum jelas dan belum paten
2. Masyarakat apatis terhadap pelaksanaan Pilkada
3. Isu-isu negatif yang beredar dikalangan masyarakat dan elit tentang pasangan calon dan
4. Intimidasi terhadap tim pemmenangan dari Partai Demokrat berupa kalimat dan pernyataan yang bermakna ejekan terhadap gebrakan dan terobosan dari tim pemenang dalam upaya marketing politik untuk memenangkan pasangan calon

Meskipun terhadap beberapa kendala tersebut yang bersumber dari internal partai maupun eksternal partai pengusun, namu usaha marketing politik yang dilakukan selama proses sampai pelaksanaan Pilkada membuahkan kemenangan dan mampu

mengalahkan dominasi 3 partai besar di kabupaten Halmahera barat, yaitu PDI-P, Golkar dan PKB.

Gambar 3
Hitung suara PILLADA Halmahera Barat



Sumber: Info Publik Pilkada 2020

Penulis melihat bahwa kemenangan yang diraih oleh pasangan JUJUR bukanlah hal yang mudah, dimana paslon JUJUR yang masuk sebagai paslon baru melawan tiga bakal calon yang dua diantaranya sebagai incumbent. Dua incumbent ini adalah Danny Missy dan Ahmad Zaki Mando, yang di usung oleh partai-partai besar. Marketing politik yang dilakukan pasangan calon dan partai politik menurut penulis luar biasa. Sebagai orang yang pernah gagal pada pilkada tahun 2015 bapak James tidak pernah menyerah untuk menjadi bagian dari pemenang.

Kemenangan partai demokrat merupakan prestasi luar biasa dan semua itu tidak lepas dari marketing dan strategi politik partai demokrat dan kesolidan dari tim-tim pemenangan.

PENUTUP

Strategi Kemampuan kontestan dan partai politik dalam memecahkan persoalan masyarakat menjadi titik perhatian kelompok masyarakat. Strategi darat yang dilakukan paslon JUJUR dan partai demokrat dengan turun langsung ke lapangan atau tatap langsung ke masyarakat merupakan strategi yang efektif untuk menjangkau masyarakat di pelosok desa. konsolidasi yang dilakukan dengan tujuan membangun pertemanan artinya membangun komunikasi pada semua orang untuk bagaimana kedepannya. Pembentukan sebuah opini, sebuah konsep melalui pemanfaatan media sosial yang dikemas dengan baik menjadi opini yang mampu meyakinkan masyarakat. Jelas bahwa media sosial ini penting untuk

bagaimana membangun opini pasangan calon. Membangun opini terhadap target pemilih rasional, pemilih tradisional, pemula dan milenial. Jadi peran penting media sosial untuk menjaga dan membangun opini ditengah-tengah masyarakat dan itu menjadi konsumsi dan perbincangan ditengah-tengah masyarakat dan menurut penulis itu sangat efektif dalam memperluas pasar bagi paslon JUJUR selaku pasangan baru dalam pilkada kabupaten Halmahera bar tahun 2020.

Marketing politik yang dilakukan partai demokrat dengan menerapkan marketing mix atau penerapan 4 P berhasil memenangkan pertarungan politik yang sukses dominasi partai besar. Dengan strategi, usaha yang di lakukan tim-tim pemenang serta segala kemampuan dari internal partai untuk menyampaikan bahwa paslon JUJUR mampu mendiahi wajah kabupaten Halmahera barat. Tak lupa juga media social salah satu unsur yang sangat penting karena dapat mengangkat elektabilitas sehingga masyarakat bisa

melihat, bisa mengetahui, dapat percaya dan memilih mana yang seharusnya mereka pilih.

1. Produk tiap-tiap partai politik tentunya akan mengusung atau menawarkan produk yang baik dan berkualitas untuk masyarakat sebagai konsumen. Demikian juga dengan partai demokrat, memilih James Ung dan Djufri Muhamad untuk memimpin wilayah kabupaten Halmahera barat. Platform partai demokrat, *emage* kandidat tentu tidak diragukan lagi. Buktinya dari 4 kontestan pilkada kabupaten Halmahera barat tahun 2020 masyarakat dengan jumlah pemilih 78 ribu lebih menjatuhkan pilihannya kepada pasangan JUJUR.

2. Promosi, partai demokrat telah berupaya dengan berbagai promosi melalui sosialisasi spanduk dan baliho yang dilakukan anak muda yang tentu memiliki kualitas dan semangat. Melalui media jejaring internet berupa iklan kampanye, lagu pasangan JUJUR, iklan

pasangan JUJUR yang di posting di YouTube maupun di facebook. Lewat debat yang disiarkan di TV, koran dan lain sebagainya, yang mampu menjangkau masyarakat dan masyarakat dapat mengetahui dan memilih pada Kontestan mana yang menjadi pilihan mereka.

3. Harga, disini harga memiliki 2 jenis harga ekonomis dan psikologi. Secara ekonomis partai demokrat sendiri tentu biaya ada tapi tidak diketahui berapa banyak biaya yang dibutuhkan dalam tahapan proses pilkada yang dikeluarkan. Tercecernya dokumen saat pemindahan sekret partai demokrat sehingga biaya pengeluaran tidak dapat di akumulasikan. Partai demokrat dalam memenangkan kontestan ini dengan strategi yang suda di persiapan tentu juga dengan mengandalkan tim-tim pemenang yang berkualitas. Tim-tim yang dapat mempengaruhi khalayak, karena tim inilah pasangan JUJUR keluar sebagai pemenang.

4. Tempat, sistem distribusi diartikan sebagai suatu jaringan yang berisi orang dan institusi yang terkait dengan aliran produk politik kepada masyarakat secara luas, sehingga masyarakat dapat merasakan dan mengakses produk politik dengan lebih mudah. Kabupaten Halmahera barat representasi dari pada pengguna media sosial kurang lebih 18% itu mendominasi wilayah kota jailolo dan itu efektif soal penyebaran iklan sampai ke seluruh wilayah dimana wilayah-wilayah termasuk wilayah yang tidak bisa di sentuh oleh media sosial. Usaha turun langsung ke masyarakat tentu dilakukan paslon JUJUR dan paslon lainnya, disini dapat dilihat soal ciri pribadi artinya siapa yang berbicara dan siapa yang bertindak. Yang kemudian itu menjadi suatu penilaian penting bagi masyarakat kabupaten Halmahera barat.

DAFTAR PUSTAKA

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Halmahera Barat Tahun 2019.

Melalui <http://id.m.wikipedia.org>

Firmanzah. 2012. Marketing politik (Antara Pemahaman dan Realitas).

Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Marketing politik dalam pilkada serentak tahun 2015

Melalui: <http://lib.Unnes.ac.id>

M Mahu, S. (2010). Marketing Politik

Partai Demokrat Dalam Pemilu Legislatif 2009 (Doctoral dissertation, Diponegoro University).

Nomor urut pasangan calon bupati Halmahera barat 2020

Melalui: <https://Halmaherapost.com>

NIM, E. S. (2018). STRATEGI MARKETING POLITIK

PEMENANGAN ATBAH ROMIN SUHAILI DAN HAIRIAH PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA) DI KECAMATAN SAJAD KABUPATEN SAMBAS TAHUN 2015. ASPIRASI-Jurnal Ilmu Politik, 6(2).

Pilkada Serentak 9 Desember 2020

Melalui <https://kediri.bawaslu.go.id>

Pemilihan umum bupati Halmahera barat 2020

Melalui: <https://id.m.Wikipedia.org>

Pilkada 2020.kpu.go.id

Melalui: <https://pilkada2020.kpu.go.id>

Rifal, M. (2016). Marketing Politik Partai Gerindra Pada Pemilu Legislatif 2014 di Kabupaten Karawang.

*Jurnal Politikom Indonesiana, 1(1),
109-109*

Restu, I. (2020). *MARKETING POLITIK YOVAN FADAYAN REMINDO PADA PEMILU LEGISLATIF KOTA PADANG PANJANG TAHUN 2019* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Skripsi Political marketing dalam pilkada 2020.

Melalui:<http://Repository.Unhas.ac.id>

Saputra, M. I. (2014). *Marketing Politik Pasangan Kepala Daerah dalam Pemilukada Kota Malang (Studi Kasus Tim Sukses Pemenangan Pasangan Abah Anton dan Sutiaji dalam Pemilukada Kota Malang 2013)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Suherman, Ansar. "Strategi Marketing Politik Calon Independen Dalam Kontestasi Pilkada Serentak Tahun 2017 di Kabupaten Buton Selatan." *Jurnal Ilmu Sosial* 16.1 (2017): 9-19.

Tomy Satria yulianto (Tsy) 2020. *Pemasaran politik (political marketing)*

Melalui:<http://digilibadmin.Unismuh.ac.id>

Zeliana, Y., Sulastri, E., Sumarno, S., & Andriyani, L. (2021). *Strategi Politik Pemenangan Petahana Pasangan Hj. Airin Rachmi Diany dan Benyamin Davnie pada Pilkada Kota Ta sebagaingerang Selatan Tahun 2015*. *Independen*, 2(1), 9-20