

**STRATEGI KAMPANYE DEWAN PIMPINAN CABANG
PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN
HUMBANG HASUNDUTAN DALAM PEMILIHAN KEPALA
DAERAH 2020**

SKRIPSI

OLEH :

MARKUS M. LUMBAN GAOL (178510039)



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2021

**STRATEGI KAMPANYE DEWAN PIMPINAN CABANG
PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN HUMBANG
HASUNDUTAN DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH
2020**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Oleh:

**Markus Lumban Gaol
178510039**

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2021

Judul Skripsi : Strategi Kampanye Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi
Indonesia Perjuangan Humbang Hasundutan Dalam Pemilihan Kepala
Daerah 2020

Nama : Markus Marolop Lumban Gaol

NPM : 178510039

Fakultas : ISIPOL

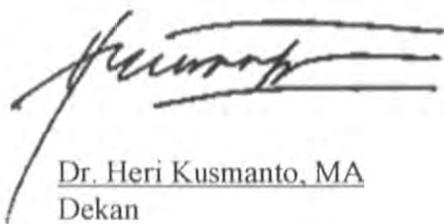




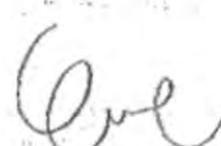
Beby Masitho Batubara, S.Sos, MAP
Pembimbing I



Evi Yunita Kurniaty, S.Sos, M.IP
Pembimbing II



Dr. Heri Kusmanto, MA
Dekan



Evi Yunita Kurniaty, S.Sos, M.IP
Ka. Prodi/WD I

Tanggal Lulus : Medan, 20 Agustus 2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 20 Agustus 2021



Markus Lumban Gaol

178510039

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Markus Marolop Lumban Gaol
NPM : 178510039
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : ISIPOL
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Strategi Kampanye Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Humbang Hasundutan Dalam Pemilihan Kepala Daerah 2020.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

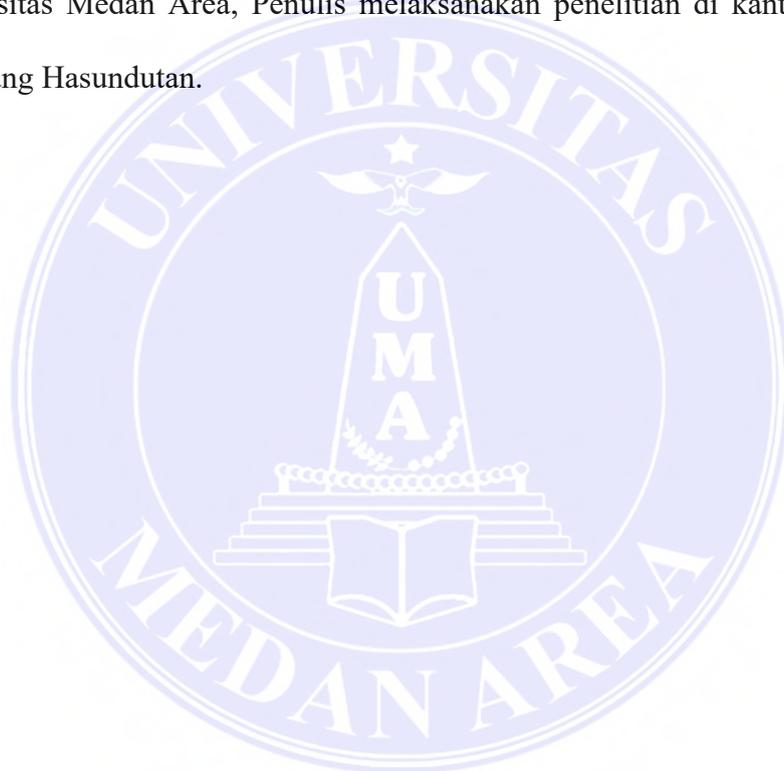
Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 20 Agustus 2021



Markus Marolop L. Gaol

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pangkirapan Pada tanggal 19, September 1996 dari ayah Horas Lumban Gaol dan ibu Lastiur Banjar Nahor Penulis merupakan putra Pertama (1) dari Empat (4) bersaudara. Tahun 2016 Penulis lulus dari SMA N 1 POLLUNG dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas ISIPOL Universitas Medan Area, Penulis melaksanakan penelitian di kantor DPC PDIP Humbang Hasundutan.



**STRATEGI KAMPANYE DPC PARTAI DEMOKRASI IDONESIA
PERJUANGAN HUMBANG HASUNDUTAN DALAM PEMILIHAN
KEPALA DAERAH TAHUN 2020**

MARKUS MAROLOP LUMBAN GAOL

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN FAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA**

ABSTRAK

Pemilihan kepala daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020, PDI Perjuangan merupakan partai pengusung dari pasangan calon Dosmar dan Oloan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk strategi yang digunakan oleh Partai PDI Perjuangan untuk memenangkan pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan 2020, dan mengetahui hambatan yang di hadapi PDI Perjuangan dalam menjalankan strategi politik pada pilkada Humbang Hasundutan 2020, Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah peranan organisasi kepartaian mulai dari Dewan Pimpinan Pusat sampai Pimpinan Anak Ranting, Strategi yang di terapkan PDI Perjuangan dalam memenangkan Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Paniaran Nababan, antara lain melalui pendekatan sosial kultural, yaitu *Dalihan NaTolu* terdiri dari *hula- hula*, *boru*, dan *dongan tubu* ini dimaksud untuk membangun relasi antara marga- marga pada sistem kekerabatan orang batak. Kedua, sosialisasi politik berupa terjun langsung ke masyarakat, menginap ke rumah-rumah warga sekaligus memberikan doktrin kepada masyarakat berupa moral dan etika politik yang baik. Ketiga,

pemanfaatan media sosial digunakan sebagai saluran kampanye, kesimpulan dari penelitian ini keberhasilan suatu partai dalam menghadapi pemilu terlihat dari bagaimana suatu partai membangun komunikasi yang baik keseluruh kader dan memberikan dampak yang positif kepada masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, PDI Perjuangan, dan Pilkada

**THE DPC CAMPAIGN STRATEGY OF THE INDONESIAN
DEMOCRACY PARTY THE STRUGGLE OF SUBSTANTIAL
DISORDERS IN THE 2020 REGIONAL HEAD ELECTION**

MARK MAROLOP LUMBAN GAOL

**STUDY PROGRAM OF GOVERNMENT SCIENCE FACULTY OF
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES UNIVERSITY OF MEDAN AREA**

ABSTRACT

In the 2020 regional head election in Humbang Hasundutan Regency, the PDI-P is that the supporting party of the candidate pairs Dosmar and Oloan. This analysis was conducted to see the shape of strategy utilized by the PDI-P to win the regional head election in Humbang Hasundutan Regency 2020, and to search out out the obstacles baby-faced by the PDI-P in concluding political ways within the 2020 Humbang Hasundutan election. The analysis methodology used could be a qualitative approach that uses a qualitative approach descriptive.

The findings of this study area unit the role of party organizations starting from the Central govt Board to the Sub-District Leaders, the strategy applied by PDI Perjuangan in winning Dosmar Banjar Nahor and Oloan Paniaran Nababan, among others through a socio-cultural approach, particularly Dalihan NaTolu consisting of hula, boru, and dongan tubu area unit meant to create relationships between clans within the kinship system of the Batak folks. Second, political socialization within the sort of going on to the community, staying at people's homes whereas providing ism to the community within the sort of smart morals and political ethics. Third, the employment of social media is employed as a campaign channel, the conclusion of this study is that the success of a celebration in facing elections will be seen from however a celebration builds smart communication to all or any cadres and contains a positive impact on society.

Keywords: Strategy, PDI-P, Election of Regional Heads

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami persembahkan kehadiran Tuhan Yang Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan seminar hasil penelitian dengan judul STRATEGI KAMPANYE DPC PDIP HUMBANG HASUNDUTAN DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH 2020. Penyusunan laporan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Medan Area jurusan Ilmu Pemerintahan. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih.

Terimakasih penulis sampaikan kepada Ibu Beby Masitho Batubara, S.Sos, M.AP serta kepada Ibu Evi Yunita Kurniaty, S.Sos, M.IP dan kepada bapak Saipul Bahri, S.IP, M.IP, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan saran. Di samping itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua dosen Universitas Medan Area yang membantu penulis selama melaksanakan penyusunan seminar proposal, walaupun demikian, dalam laporan penelitian ini, peneliti menyadari masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini. Namun demikian adanya, semoga laporan seminar proposal ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu pemerintahan, akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Penulis

Markus Lumban Gaol

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN Publikasi Karya Ilmiah.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Partai Politik	6
2.2. Teori Strategi Politik.....	7
2.2.1. Strategi Ofensif	8
2.2.2. Strategi Defensive.....	9
2.3. Strategi Pemenangan.....	12
2.4. Penelitian Terdahulu	26
2.5. Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.1.1. Jenis Penelitian	31
3.1.2. Sifat Penelitian.....	31
3.1.3. Lokasi Penelitian.....	33
3.1.4. Waktu Penelitian	33
3.2. Informan Penelitian.....	33
3.3. Tehnik Pengumpulan Data.....	35
3.4. Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Profil PDI Perjuangan	39
4.1.1. Gambaran Umum PDI Perjuangan	39
4.1.2. Profil DPC PDIP Humbahas	42
4.1.3. Mekanisme Menetapkan calon.....	45

4.1.4. Peranan Infrastruktur PDIP	52
4.1.5. Membentuk Partai Koalisi	56
4.1.6. Membentuk Tim Sukses.....	57
4.1.7. Merumuskan Strategi Pemenangan.....	59
4.2. Strategi	61
4.2.1 Strategi PDIP.....	61
4.2.2 Pendekatan Sosial Kultural	61
4.2.3 Sosialisasi Politik	66
4.2.4 Media Kampanye	67
4.2.5 Strategi Ofensif	69
4.2.6 Strategi Defensif.....	76
4.3. Evaluasi Hambatan Strategi	79
4.4. Hasil Kemenangan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

2.1. Daftar Tabel Kerangka Pemikiran	30
3.1. Teknik Analisis Data	38



DAFTAR TABEL

3.1. Tabel Waktu Penelitian	33
3.2. Tabel Informan Penelitian	33
4.1. Struktur DPC PDIP Humbahas	44
4.2. Struktur PAC PDIP Humbahas	45
4.3. Partai Politik di DPRD Humbahas	55
4.4. Petugas Kampanye Dosmar - Oloan	58
4.5. Hasil Rekapitulasi KPU Humbahas	82



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) langsung oleh rakyat merupakan wujud pemulihan hak-hak dasar rakyat dalam memilih pemimpin di daerah. Dengan itu, rakyat memiliki kesempatan dan kedaulatan untuk menentukan pemimpin daerah secara langsung, bebas, jujur, dan rahasia tanpa intervensi. Sebagaimana tertulis bahwa dasar sah pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung adalah UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Petunjuk pelaksanaannya tertuang dalam Peraturan Pemerintah no. 6 Tahun 2005 tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa UU no. 32 Tahun 2004 merupakan produk peraturan perundang-undangan pertama dalam sejarah politik Indonesia yang mengatur pemilihan kepala daerah secara langsung. Praktis, bagi para politisi, aktivis partai, dan masyarakat di daerah masing-masing.

Pilkada bukan hanya monopoli komunitas elit di panggung kekuasaan. Secara geografis, pemilihan kepala daerah kini telah menjadi bagian dari kegiatan penting dalam berbagai hal di seluruh tanah air. Tidak peduli mereka yang berada di daerah perkotaan maju, bahkan mereka yang berada di daerah tertinggal tetap penting. Nyatanya, masyarakat adat yang hidup jauh dari peradaban dan hiruk pikuk gemerlap kota, kini tak bisa lepas dari hembusan angin politik atau pemilu. Artinya, pemilu bukan soal mau tidaknya, tertarik atau tidak, tapi sejauh mana orang bisa memanfaatkan orang lain. Karena setiap jengkal tanah telah menjadi perhitungan politik, baik secara teoritis maupun praktis, yang disebut sebagai Daerah Pemilihan (Dapil) yang dikuasai.

Adanya Golongan Putih (Golput) dalam Pilkada Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020, mencerminkan ketidaktahuan dan ketidakpedulian masyarakat terhadap politik. Artinya mereka yang tidak menggunakan hak pilihnya pada saat pemungutan suara sebenarnya tidak lepas dari kepentingan politik. Bahkan orang-orang yang berada di bawah, setidaknya pasti pernah melihat media kampanye, sehingga tidak menutup kemungkinan mereka harus mendiskusikannya dengan rekan kerja, di pasar, di warung kopi, di rumah, tetangga dan lain-lain. Artinya, selama proses ini, masyarakat mau tidak mau harus terlibat dalam proses berpikir (sesederhana apapun) tentang politik atau pemilu.

Pemilu dalam kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat Humbang Hasundutan. Hanya dalam satu tahun, masyarakat bisa terlibat dalam berbagai kegiatan politik. Di satu sisi, kuantitas keterlibatan dalam politik praktis membuat masyarakat semakin pintar dan terbiasa menentukan calonnya. Namun di sisi lain, ketika para elit politik, terutama yang tidak memenuhi mandatnya, tidak heran jika banyak orang lebih memilih untuk pasif dalam proses politik selanjutnya. Ketidakpuasan bercampur kekecewaan melahirkan sikap berpaling dari pilihan politik bahkan abstain di tengah meningkatnya pengetahuan politik.

Sungguh ironis bahwa hal ini tidak dapat disangkal dan sering terulang. Hal ini terjadi sepanjang waktu, tidak hanya di negara berkembang, tetapi juga di negara maju seperti Eropa dan Barat. Artinya, sikap pasif dalam politik praktis atau pemilu ini tidak selalu berkorelasi dengan pertanyaan tahu atau tidak tentang momentum niat politik.

Pemilihan Kepala Daerah dilakukan secara serentak di provinsi Sumatera Utara. Salah satunya adalah kabupaten Humbang Hasundutan, adapun dengan jumlah calon sebagai berikut:

1. Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Paniaran Nababan, yang diusung oleh partai politik PDI Perjuangan, Golkar, Nasdem, Gerindra, Demokrat dan Hanura.
2. Kolom Kosong. (*KPUD Humbang Hasundutan*)

Strategi politik yang dilakukan oleh partai politik terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan umum. Keberhasilan suatu strategi politik oleh partai politik dalam merencanakan dan melaksanakan, akan ikut berperan pada hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu. Strategi tidak hanya menentukan kemenangan politik pesaing, tetapi juga akan berpengaruh terhadap perolehan suara partai. Strategi yang jelas dan disepakati bersama akan menyebabkan perencanaan taktis yang lebih mudah dan cepat. Strategi pada hakikatnya perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi yang tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah usaha, melainkan harus mampu menunjukkan operasionalnya (Effendi, 1993:300).

Strategi terpenting dalam pemilihan kepala daerah secara langsung adalah memilih calon kepala daerah yang berkualitas. Kualitas kepala daerah itu dapat diukur dari dua instrumen yaitu dari pendidikan dan kompetensi. Namun sebagai pejabat politik, kepala daerah yang terpilih harus diterima secara umum sehingga dapat dukungannya yang luas dapat diperoleh, tidak hanya dukungan horisontal, tetapi juga vertikal dari elit politik yang ada di tingkat nasional dan pemerintah pusat.

Menjadi hal yang menarik bagi peneliti ialah dimana pada sebelum pendaftaran calon bupati, ada 3 kandidat yang ikut dalam Pilkada Humbahas bahkan salah satu calon di isukan akan menang namun pada akhirnya hanya 1 calon yang mendaftar yaitu petahana (PDIP). sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana DPC PDI Perjuangan Humbahas memenangkan pilkada 2020 selaku partai penguasa saat ini dan peneliti juga tertarik pada hasil pilkada Humbang Hasundutan Tahun 2020 dimana petahana menang tipis melawan kolom kosong. maka penelitian ini memilih judul: “Strategi Kampanye DPC PDI Perjuangan Dalam Pilkada Di Kabupaten Humbang Hasundutan 2020”.

1.2 Rumusan Masalah

Menangnya kembali Dosmar Banjar Nahor pada pilkada 2020 menunjukkan mesin politik dari PDI Perjuangan berjalan strategis. Mesin politik yang dimaksud dalam penelitian ini ialah mesin fisik dan nonfisik, yaitu infrastruktur dan suprastruktur. Infrastruktur yang dimaksud adalah mesin struktur organisasi partai, yaitu Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai di kabupaten/kota, Pimpinan Anak Cabang (PAC) partai di kecamatan, Pimpinan Anak Ranting (PAR) di desa/kelurahan. Oleh karena itu Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Partai PDI PERJUANGAN Pada Pemilihan kepala daerah Di Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2020 ?
2. Apa yang menjadi hambatan yang di hadapi PDI Perjuangan dalam menjalankan strategi Politik untuk memenangkan pilkada di kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2020 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penulisan ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk strategi yang digunakan oleh Partai PDI Perjuangan untuk memenangkan pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan 2020.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hambatan yang di hadapi PDI Perjuangan dalam menjalankan strategi politik pada pilkada Humbang Hasundutan 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, adapun manfaat penulisan ini adalah:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang jelas akan strategi PDI Perjuangan dalam memenangkan Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Panieran Nababan pada pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan 2020.
2. Secara Akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Medan Area mengenai Strategi politik dalam kancah politikpraktis.
3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya bidang politik pemerintahan mengenai strategi partai politik serta sebagai perbandingan bagi penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk lebih memahami penjelasan akan penelitian ini, ada beberapa teori berhubungan dan akan diangkat oleh peneliti dalam proses penulisan penelitian ini, antara lain:

2.1 Partai Politik

Dalam buku Dasar-dasar Ilmu Politik karya Miriam Budiardjo. Budiardjo mendefinisikan infrastruktur partai politik sebagai kelas terorganisir yang anggotanya memiliki orientasi, nilai, dan cita-cita yang sama. Sedangkan suprastruktur partai politik adalah cara untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut posisi politik – (biasanya) dengan cara konstitusional – untuk menjalankan program-programnya.

Partai politik telah menjadi fitur penting dalam politik terbaru karena memiliki fungsi strategis. Fungsi utama partai politik adalah mencari kekuasaan, memperoleh kekuasaan dan mempertahankan kekuasaan. Suprastruktur partai adalah cara untuk mendapatkan kekuasaan ini dengan berpartisipasi dalam pemilihan umum. Untuk menjalankan fungsinya, partai politik di negara-negara yang menganut sistem demokrasi, khususnya negara berkembang seperti Indonesia, memiliki fungsi sebagai sarana sosialisasi politik.

Fungsi ini adalah proses dimana masyarakat mentransmisikan budaya politik, yaitu norma dan nilai, dari satu generasi ke generasi berikutnya. Pelaksanaan fungsi sosialisasi dilakukan melalui berbagai sarana media massa, ceramah, informasi, kursus kader, penataran, dan sebagainya.

Dalam fungsi sosialisasi politik terdapat penyampaian pesan, yaitu melalui pendidikan politik dan indoktrinasi politik. Pertama, pendidikan politik adalah proses yang mengajarkan masyarakat tentang nilai, norma, dan simbol politik melalui media berupa sekolah, pemerintah, dan partai politik. Selain itu, pendidikan politik juga diperlukan untuk menunjukkan bagaimana berpolitik yang sehat, bersaing secara sehat, dan mendidik masyarakat untuk menaati aturan. Kedua, indoktrinasi politik adalah proses yang dilakukan secara sepihak oleh penguasa untuk menanamkan nilai, norma, dan simbol yang dianggap baik oleh penguasa kepada masyarakat.

2.2 Teori Strategi Politik

Dalam buku *Political Strategy* karya Peter Schroder, Schroder mendefinisikan bahwa strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik. dalam masyarakat demokratis pengambilalihan kekuasaan dan kesempatan merebut pengaruh dilakukan melalui pemilihan umum yang demokratis dalam berbagai bentuk.

Tujuannya adalah untuk mendapatkan bagian suara yang cukup di pasar pemilihan, agar memiliki pengaruh konstitusional atas eksekutif. Ini sangat bervariasi dari satu sistem ke sistem lainnya: sistem parlementer, sistem presidensial, dan bentuk campuran lainnya sangat berbeda. Oleh karena itu, perebutan suara elektoral yang bagi partai juga sumber daya yang terbatas harus direncanakan dengan matang dan untuk itu diperlukan strategi. Untuk dapat membuat pilihan yang tepat, seseorang harus memiliki kemampuan untuk mengenali pola dasar dari strategi yang dibutuhkan, Peter Schroder membagi beberapa jenis strategi yaitu strategi ofensif dan strategi defensif, antara lain:

2.2.1 Strategi Ofensif

Strategi ofensif adalah strategi memperluas pasar dan strategi penetrasi pasar. Pada dasarnya semua strategi ofensif yang diterapkan saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara kita dengan partai pesaing yang ingin kita ambil alih pemilihnya. Dalam strategi ofensif yang digunakan untuk melaksanakan politik, yang harus dijual atau ditampilkan adalah perbedaan antara kondisi yang berlaku saat itu dan manfaat yang dapat diharapkan darinya, Strategi ini terbagi dua yaitu:

1. Strategi Memperluas Pasar

Strategi perluasan pasar ofensif dalam pemilu bertujuan untuk membentuk konstituen pemilih baru di samping pemilih tradisional (tetap) yang sudah ada. Oleh karena itu, harus ada tawaran baru atau tawaran yang lebih baik bagi pemilih yang selama ini memilih partai pesaing. Jadi yang dimaksud di sini adalah strategi bersaing faktual, di mana berbagai pihak saling berebut segmen pemilih dalam suatu persaingan. Strategi semacam itu perlu disiapkan melalui kampanye pengenalan, untuk menjelaskan kepada publik apa penawaran baru dan penawaran mana yang lebih baik, dibandingkan dengan penawaran pihak lain.

Untuk merumuskan tawaran baru ini, sebaiknya memanfaatkan perubahan nilai atau perubahan struktur yang terjadi di masyarakat. Ekspansi pasar tidak mungkin dicapai dengan mengangkat isu-isu yang tidak terjual. Untuk pihak itu sendiri, kondisi berikut harus dipenuhi dan konsekuensinya harus di pertimbangkan :

1. Platform partai harus disertakan dan melengkapi program yang baru.
 2. Bersamaan dengan ditampilkannya program yang baru, profil partai juga akan berubah. Karena itu, profil yang baru harus tetap dapat diterima oleh pemilih lama – sehingga bertambahnya jumlah pemilih baru tidak diiringi oleh hilangnya pemilih lama, atau jumlah pemilih seluruhnya makin berkurang dari jumlah semula.
 3. Orang-orang tertentu harus selaras dengan program tertentu. Orang-orang tersebut harus menampilkan keselarasan program dan individu.
 4. Program atau isu baru tidak dapat dimunculkan secara tiba-tiba. Sebelumnya, para pemegang jabatan atau wakil rakyat yang terpilih harus sudah dipersiapkan melalui program pengembangan SDM.
- 2. Strategi Menembus Pasar**

Dalam strategi ini, bukan tentang menarik pemilik atau penghuni lawan yang sudah tidak aktif dengan memberikan penawaran yang lebih baik atau baru, tetapi menggali secara optimal potensi yang ada, atau mengekstrak sebagian dari apa yang dimiliki dalam kelas sasaran yang telah dicapai sebelumnya. yang ditargetkan adalah mendapatkan hasil yang lebih baik dalam suatu kelas sasaran (misalnya dahulu 30 %, sekarang 50%). Ini melibatkan pemasaran program yang lebih baik dan peningkatan keselarasan antara program dan individu, serta peningkatan tekanan pada kelompok sasaran. Untuk organisasi ini berarti:

1. Peningkatan motivasi para multiplikator dan pemegang jabatan melalui pemasaran dan keuntungan-keuntungan yang lebih baik.
2. Pemanfaatan jalur komunikasi yang baru.
3. Mengadakan pelatihan atau pembinaan agar “para penjual” kita memiliki kemampuan yang lebih baik untuk meyakinkan “para pembeli”.
4. Penggerakan emosi kelompok target dengan memanfaatkan keadaan tertentu atau dengan menciptakan “musuheksternal”.

2.2.2 Strategi Defensif

Strategi defensif akan mengemuka jika pemerintah atau mengetahui pemerintah yang terdiri dari beberapa pihak ingin mempertahankan keunggulannya atau jika pasar ingin dipertahankan. Selain itu, strategi defensif juga dapat muncul jika pasar tidak akan dipertahankan lebih lanjut atau ingin ditutup, dan penutupan pasar ini diharapkan dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Strategi defensif adalah strategi untuk menjaga agar pemilih tetap suatu partai menjaga mereka dari pengaruh partai lain dalam upaya merebut simpati massa. Strategi defensif dibagi antara strategi mempertahankan pasar dan strategi melepaskan atau menyerahkan pasar.

1. Strategi Mempertahankan Pasar

Strategi mempertahankan pasar adalah strategi khas untuk mempertahankan kepemilikan pemerintah. Jika ini terus berlanjut, partai akan memelihara pemilih dan memperkuat pemahaman pemilihan musiman mereka sebelumnya tentang situasi. Terhadap pihak lawan, pihak pemerintah akan berusaha keras untuk membuat perbedaan yang ada.

Pihak yang ingin mempertahankan pasar, akan mengambil sikap berlawanan dengan pihak yang menerapkan strategi ofensif. Jika ingin menonjolkan perbedaan yang ada agar dapat memberikan penawaran yang menarik, maka pihak yang menerapkan strategi defensif justru ingin agar perbedaan tersebut tidak dikenali.

2. Strategi Melepaskan atau Melepaskan Pasar

Strategi mengakhiri pasar adalah salah satu pihak ingin menyerah dan dalam keadaan tertentu ingin bergabung dengan pihak lain. Kasus ini tidak terlalu sering terjadi, lebih sering terjadi pada pemilihan kertas surat suara, di mana ada pemungutan suara putaran kedua diikuti hanya kandidat terkuat di tahap pertama, penilaian sementara dari pihak ketiga adalah langkah yang sangat umum.

Tetapi jika kandidat dipaksa untuk menyerahkan pasar mereka, mereka harus memperkuat non-partisipasi mereka dengan memberikan alasan yang dapat dibenarkan dan mengusulkan pilihan lain kepada pemilih mereka. Dalam proposal tersebut terdapat strategi posisi yang dapat digunakan untuk melakukan penawaran kepada calon lain. Kondisi yang diajukan kepada kandidat yang akan menerima “pasar” bisa bermacam-macam – dari konsesi politik hingga pembagian kekuasaan. Setiap ada perubahan atau kemajuan pasti dibarengi dengan kampanye informasi bagi para pengganda.

2.3 Strategi Pemenangan.

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang berarti prajurit dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tentara. Kemudian muncul kata strategos yang berarti pemimpin tentara di tingkat atas. Jadi, strategi merupakan konsep militer yang dapat diartikan sebagai seni perang bagi para jenderal, atau rancangan terbaik untuk memenangkan perang (Aminah, 2014:10).

Menurut Sofjan Assauri (2013:2-3), strategi adalah penetapan tujuan dan sasaran dasar suatu organisasi yang bersifat jangka panjang. Oleh karena itu, istilah “strategi” sering dirumuskan sebagai rangkaian tindakan atau cara yang dilakukan oleh suatu organisasi, dalam rangka upaya organisasi tersebut untuk mencapai kinerja yang unggul. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan segala sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai atau rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi pada dasarnya adalah seni dan ilmu pengetahuan yang menggunakan dan mengembangkan kekuasaan (ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya dan pertahanan keamanan) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi adalah rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu dan saling berhubungan dalam hal waktu dan ukuran (Firmanzah, 2008: 259).

Berdasarkan pengertian strategi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana untuk menetapkan tujuan dan sasaran jangka panjang serta arah tindakan mengenai kegiatan untuk mencapai keberhasilan

Menang adalah suatu proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang bertujuan untuk mencapai kemenangan. Dengan demikian strategi pemenangan dapat diartikan sebagai suatu rencana yang matang yang disusun dan dilaksanakan oleh seorang calon atau partai politik yang bertujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran yang ditentukan dalam pemilihan kepala daerah. Strategi politik adalah strategi atau teknik yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik. Strategi politik sangat penting bagi sebuah partai politik, tanpa strategi politik perubahan jangka panjang sama sekali dapat terwujud (Lerah, 2013: tiga).

Strategi pemenangan kandidat meliputi tiga tahap, yaitu tahap segmentasi pasar politik, tahap penargetan politik dan tahap positioning politik kandidat. Ketiga tahapan strategi ini dimaksudkan agar para caleg dapat hadir menjadi ciri khas masyarakat pemilih kemudian memahami apa yang menjadi aspirasi masyarakat di setiap segmen pemilih dan mewujudkannya dalam bentuk program kerja partai, sehingga bahkan dengan sumber daya yang terbatas seorang kandidat dapat memaksimalkan perolehan suara di daerah pemilihannya.

- 1) *Segmentasi*, pada dasarnya digunakan untuk mengenal kelompok khalayak yang berguna untuk mencari peluang, meruntuhkan kelompok lawan berdasarkan preferensi, keinginan, selera, gaya hidup, sistem nilai bahkan masalah pribadi.
- 2) *Targeting*, digunakan untuk memilih satu atau beberapa segmen yang akan dibidik untuk mencapai sasaran sasaran. Penargetan juga dilakukan untuk memfokuskan kegiatan kampanye dan isu yang dibuat. Sasaran khalayak

yang dipilih oleh tim sukses calon adalah individu-individu yang masih dalam posisi tidak memiliki pilihan terhadap salah satu pasangan calon, baik pemilih lama maupun pemilih pemula.

- 3) *Positioning*, merupakan atribut pembeda yang membedakan satu kandidat dengan kandidat lainnya. Positioning lainnya adalah dalam setiap kampanye politik, tim sukses menata hal-hal sedemikian rupa, mulai dari pakaian yang disesuaikan dengan konteks sosial konstituen hingga gaya bicara dan materi yang disampaikan untuk meraih simpati dari calon pemilih. (Sugiarto, dkk. 2013:153-154).

Untuk memenangkan pemilihan kepala daerah diperlukan upaya yang harus dilakukan dan strategi yang sistematis dan strategis. Salah satu strategi untuk menarik dukungan pemilih diwujudkan melalui kegiatan kampanye politik. Kampanye politik adalah semua agenda partai atau individu yang berkaitan dengan perkumpulan massa, pawai, orasi dengan presentasi program kerja dan mempengaruhi opini publik, pemasangan atribut partai (misalnya spanduk, poster, spanduk), dan iklan partai melalui media cetak atau elektronik, dengan tujuannya adalah untuk mensosialisasikan program kerja dan mempengaruhi opini publik (Firmanzah, 2010: 217).

Kampanye politik adalah upaya terorganisir yang berusaha mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu. Dalam ranah kehidupan demokrasi, kampanye politik disebut juga dengan kampanye pemilihan umum (Sayuti, 2014:101). Tujuan kampanye politik juga sangat spesifik tergantung pada jenis pemilihan umum. Kampanye politik menjelang

pemilihan presiden bertujuan mempengaruhi calon pemilih untuk memutuskan memilih calon presiden tertentu. Demikian pula dalam kampanye politik pemilihan umum kepala daerah dimaksudkan untuk mempengaruhi calon pemilih agar memutuskan memilih calon kepala daerah tertentu.

Menurut Firmanzah dalam bukunya yang berjudul *Political Marketing*, Kampanye politik adalah waktu yang diberikan panitia pemilihan kepada seluruh kontestan, baik partai politik maupun individu, untuk menggambarkan program kerja dan mempengaruhi opini publik serta menggalang publik untuk memilih mereka selama masa kampanye. pemungutan suara (Firmanzah, 2008:271)

Jika kampanye merupakan bagian dari pesta demokrasi, tentu tidak perlu khawatir atau takut, justru seharusnya fase-fase yang ditunggu-tunggu oleh seluruh elemen masyarakat Indonesia. Psikologi komunikasi menegaskan bahwa apa yang dapat mempengaruhi massa bukan hanya apa yang dikatakan, tetapi juga siapa yang mengatakannya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan suara yang besar, selain harus menentukan sosok pasangan calon, juga sangat dipengaruhi oleh komunikasi politik yang baik dan terstruktur oleh para juru kampanye. Ada dua hal yang harus dimiliki oleh seorang komunikator agar dapat menggerakkan hati massa, yaitu keahlian (*expertise*) dan dapat dipercaya (*trustworthy*). Jika tim kampanye mengambil tema pengentasan kemiskinan, peningkatan pendidikan masyarakat, dan tema lainnya, juru kampanye juga harus orang yang dipercaya memiliki keahlian di bidangnya.

Selain para juru kampanye, isi pesan yang disampaikan merupakan bagian yang juga dapat menggugah hati masyarakat. Pesan yang baik adalah pesan yang

dapat diinternalisasikan, yaitu gagasan, pemikiran, atau saran yang dapat memenuhi kebutuhan atau dapat memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Semua tindakan, baik yang dilakukan oleh pasangan calon, tim kampanye, atau pendukung juga merupakan pesan. Oleh karena itu, sebenarnya tahapan kampanye ini digunakan sebagai sarana untuk memikat pemilih, dan menghindari segala tindakan yang dapat menumbuhkan rasa antipati masyarakat. Jangan sia-siakan semua pengorbanan tenaga dan harta rakyat hanya untuk tindakan yang melukai hati nurani rakyat (Hikmat, 2010:218-222).

Kampanye politik pada umumnya dilakukan dalam bentuk pertemuan dan pertemuan publik yang berisi berbagai pidato, pembicaraan tentang penyampaian slogan, atau dalam bentuk penyebaran bahan cetak dan rekaman yang berisi kalimat ajakan, bujukan, gambar atau suara dan simbol. simbol. Semua bentuk kampanye pada umumnya mengandung pesan-pesan persuasif yang secara langsung mengajak pendengar, pemirsa atau pembaca untuk menentukan pilihannya terhadap calon atau parpol tertentu dalam sesi pemilihan umum tertentu.

Jenis komunikasi kampanye politik ini pada umumnya dan pada dasarnya dirancang sebagai komunikasi satu arah. Sedangkan untuk sesi debat calon atau debat parpol peserta pemilu yang baru-baru ini dilakukan dan dimediasi oleh stasiun televisi dan disiarkan secara langsung, masih menggunakan jenis komunikasi satu arah yaitu dari media televisi dan atau radio, dan tidak mencakup arah yang berlawanan.

Kampanye di era teknologi informasi dan komunikasi juga dilakukan melalui internet. Sebuah blog atau website, atau bahkan hanya sebuah akun twitter atau facebook dapat digunakan untuk memanipulasi gambar dari kepentingan politik tertentu, kemudian dikembangkan dan digunakan untuk memperkenalkan ide atau gagasan politik tertentu kepada publik untuk mendapatkan umpan balik.

Kampanye melalui media online saat ini paling banyak dilakukan oleh hampir semua kelompok pemangku kepentingan politik. Format pengemasan informasi juga beragam dan berlapis-lapis, mulai dari penggunaan website, blog, surat kabar, dan majalah online, serta dilengkapi juga dengan group publishing dan akun facebook dan twitter (Sayuti, 2014:108-109).

Pesan dari sebuah kampanye politik biasanya berisi gagasan yang ditawarkan oleh calon atau partai politik kepada khalayak calon pemilih. Pesan-pesan ini biasanya berisi poin-poin diskusi tentang berbagai isu kebijakan. Pokok-pokok bahasan yang memuat gagasan pokok kampanye diulang berkali-kali untuk menciptakan kesan akhir yang mendalam pada calon pemilih. Bagi calon yang memenangkan pemilihan umum, pesan kampanye politik harus terus disempurnakan sehingga kemudian menjadi agenda politik yang harus terus disempurnakan sehingga kemudian menjadi agenda politik dan program politik untuk pengembangan calon di kantor pemerintahannya ketika dia berkuasa (Sayuti, 2014: 110).

Kampanye politik membutuhkan organisasi manajerial yang mampu secara profesional merumuskan, merancang, dan melaksanakan kegiatan terprogram, mengendalikan dan mengevaluasi kerja dan kinerja kampanye politik. Oleh

karena itu, dibutuhkan manajer yang profesional untuk memimpin, mengatur dan mengkoordinasikan operasi kampanye politik yang diamanatkan oleh calon atau partai politik di masa depan.

Pengelola kampanye dan aparatnya, seringkali secara terpisah dari kandidat yang dikampanyekannya, melakukan berbagai kampanye yang jauh lebih layak, lebih relevan dengan situasi calon pemilih audiens kampanye. Manajer kampanye bahkan sering muncul dalam tampilan kinerja yang mencerminkan pemimpin yang lebih visioner daripada kandidat yang mereka kampanyekan.

Situasi komparatif ini antara lain karena seorang manajer kampanye haruslah orang yang memahami visi, misi, dan tujuan serta sasaran politik yang digagas oleh kandidat dan/atau partai politik yang diusungnya. namun, pada saat yang sama juga harus mampu memimpin secara manajerial dalam pengelolaan kampanye politik untuk memenangkan calon atau partai politik (Sayuti, 2014: 118). ruang lingkup strategi di sini tidak sebatas pada tingkat konsep atau rencana yang telah disusun oleh partai atau tim pemenangan, namun yang terpenting adalah bagaimana komunikasi politik yang terjadi antara partai atau tim pemenangan dengan calon pemilih.

Maswardi Rauf (1993) menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bersifat politis, yang berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah dan aktivitas komunikator sebagai aktor dalam kegiatan politik. Komunikasi politik dibagi menjadi dua dimensi, yaitu (1) aktivitas politik: penyampaian pesan berciri politik oleh aktor politik kepada pihak lain; (2)

kegiatan ilmiah: kegiatan politik dalam sistem politik (Hikmat, 2010:36).

Secara umum menurut Mahmi M. Hikmat (2010:34-41) dalam bukunya yang berjudul *Teori dan Praktik Komunikasi Politik dalam Pilkada Langsung*. Bentuk komunikasi yang diusulkan oleh para ilmuwan berbeda, tetapi secara substansial sama. Ada beberapa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuan politiknya:

1. Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani-*retorica*, yang berarti seni berbicara. Menurut Aristoteles dalam karya *Retorikanya*, ada tiga jenis retorika, yaitu (1) retorika liberatif, yaitu retorika yang dirancang untuk mempengaruhi khalayak dalam kebijakan pemerintah, yang difokuskan pada keuntungan atau kerugian jika suatu kebijakan diputuskan atau dilaksanakan; (2) retorika forensik, yaitu retorika yang berkaitan dengan putusan pengadilan; (3) retorika demonstratif, yaitu retorika yang mengembangkan wacana yang dapat menguji atau menghujat.

2. Agitasi politik.

Agitasi berasal dari bahasa latin, *agitare*. Ini berarti bergerak atau bergerak, dalam bahasa Inggris, *agitasi*. Menurut Harbert Blumer, agitasi dilakukan untuk menyadarkan masyarakat.

3. Propaganda.

Berasal dari bahasa latin *propagare* (menanam pucuk tanaman) yang pada mulanya merupakan bentuk kegiatan penyebaran agama

katolik. Seorang propagandis adalah orang yang melakukan propaganda, mampu menjangkau khalayak kolektif yang lebih besar. Menurut W. Dobb, dalam negara demokrasi, propaganda dipahami sebagai upaya individu dari suatu gerakan politik, baik secara lisan maupun tulisan, dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak atau kelompok yang berkepentingan untuk mengendalikan sikap kelompok individu lain. dengan menggunakan sugesti.

4. Humas (Humas) Politik.

Tumbuh pesat di Amerika Serikat pasca Perang Dunia II, sebagai upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap merugikan kehidupan sosial dan politik. Tujuan PR politik adalah untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politisi, profesional atau aktivis (komunikator) dan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).

5. Kampanye Politik.

Suatu bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok (organisasi) pada waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Kampanye politik memiliki ciri-ciri sebagai berikut: sumber perilakunya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan terbatas, sifat gagasan yang terbuka untuk debat public, tujuannya tegas, bervariasi dan spesifik.

6. Lobi Politik

Istilah lobby sendiri sebenarnya adalah tempat para tamu menunggu untuk berbicara di hotel karena pembicaraan politik yang terjadi (lobi politik) bersifat informal tetapi dialog penting (komunikasi interpersonal). Lobi politik merupakan arena paling penting bagi para politisi atau kandidat politik untuk membicarakan kekuasaan.

7. Melalui Media Massa.

Menurut Mc. Luhan, sebagai perpanjangan dari indera manusia dan sebagai media pesan dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan dan citra politik; kepada khalayak yang lebih luas yang tidak dapat dijangkau oleh bentuk komunikasi lain.

Tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik dalam sistem politik tertentu oleh komunikator politik untuk komunikasi politik. Namun, secara khusus, para ilmuwan memberikan batasan secara eksplisit tentang tujuan komunikasi politik ini sebagai berikut:

1) Citra Politik

Citra adalah gambaran seseorang (figure) yang tersusun melalui persepsi melalui keyakinan, nilai dan serial. Menurut Dan Nimmo (2000:6-7), citra terjalin melalui pertimbangan dan perasaan tertentu yang akan menentukan penilaian suatu peristiwa.

2) Pendapat Umum

Definisi umum bahasa Inggris, opini publik, menurut William Albigh (dalam Arifin, 2003:116), opini publik adalah hasil interaksi antara orang-orang dalam suatu kelas. Oleh karena itu, opini publik dapat dirinci menjadi (1) opini, sikap, perasaan, prediksi, pendirian dan harapan individu, kelompok dalam masyarakat terhadap isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan publik atau masalah sosial; (2) hasil interaksi, diskusi atau penilaian sosial antar individu berdasarkan pertukaran pikiran secara sadar dan rasional; (3) opini publik akan dapat dikembangkan, diubah, dan dibentuk oleh media massa; (4) dapat dilakukan pada pemeluk demokrasi (keterbukaan).

3) Partisipasi Politik

Miriam Budiarjo (dalam Faturahman dan Sobari, 2002:185) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan seseorang/kelas untuk berpartisipasi aktif dalam memilih pemimpin negara dan secara langsung/tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (public policy). Ini bisa berupa (1) fungsi agregasi kepentingan. Dalam fungsi ini, proses penggabungan kemudian diwujudkan dan didistribusikan kepada pemegang kekuasaan atau pemerintah yang telah melegalkan kekuasaan dan kekuasaan untuk dijadikan kebijakan publik (public policy). (2) fungsi artikulasi. Dalam fungsi ini terjadi proses sintesis aspirasi individu sebagai anggota kelas dalam bentuk ide, pendapat yang kemudian dijadikan pola dan program politik.

4). Sosialisasi Politik

Menurut David Easton dan Jack Denis, sosialisasi politik adalah proses perkembangan seseorang untuk memperoleh orientasi politik dan pola perilaku. Robinson menurut Alexis S. Tan (dalam Harun dan Sumarno, 2006:82) mendefinisikan sosialisasi politik sebagai proses perubahan perilaku yang erat kaitannya dengan proses belajar dengan memahami peristiwa politik.

5). Pendidikan politik

Pendidikan politik adalah upaya menanamkan, mengubah atau mempertahankan sistem nilai atau orientasi politik dengan mengaktifkan proses sikap, perilaku, sistem berpikir, dan pandangan seseorang atau kelompok, baik kader, simpatisan maupun masyarakat umum, yang dilakukan oleh politisi, profesional dan aktivis (sebagai komunikator politik) atau lembaga (organisasi) sebagai partai politik.

6). Rekrutmen Politik

Rekrutmen politik merupakan upaya mengajak individu untuk masuk ke dalam orientasi dan nilai politik yang pada akhirnya menjadikan anggota politik, baik sebagai simpatisan hingga menjadi kader politik maupun pengurus organisasi politik.

Berdasarkan pengertian yang telah disampaikan di atas, komunikasi politik dapat diartikan sebagai konten materi yang memuat pesan-pesan politik (isu politik, peristiwa politik dan perilaku politik individu, baik sebagai penguasa maupun masyarakat). Secara umum, tujuan komunikasi politik adalah

penyampaian pesan politik dalam sistem politik tertentu oleh komunikator politik kepada komunikan politik.

Strategi pemenangan pemilu yang terencana dengan kebijakan kampanye yang tepat, komunikasi politik antar kandidat dan tim sukses dengan pemilih yang baik, dapat dilakukan dengan pendekatan pemasaran. Secara garis besar Firmanzah (2008:322) mengemukakan beberapa argumen mengapa pemasaran politik diperlukan. Sebab, (1) pemasaran politik memperluas keterlibatan semua pihak, mulai dari lembaga politik hingga sektor publik dan swasta. (2) pemasaran politik mengintensifkan frekuensi dan kualitas serta hubungan antara lembaga politik dan masyarakat. Melalui pemasaran politik, kontestan dapat meningkatkan kualitas produk politik yang akan mereka tawarkan. Hadirnya pemasaran politik meningkatkan intensitas dan kualitas persaingan yang membuat setiap kontestan saling bersaing untuk berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat. (3) pemasaran politik merupakan media distribusi dan pendidikan politik. Pemasaran politik membantu mendistribusikan informasi ke daerah-daerah terpencil dan pada saat yang sama membantu orang memahami apa itu politik. (4) pemasaran politik membuka wilayah politik yang selama ini 'tertutup' dan secara politik 'tabu' sehingga dapat didiskusikan dan dikritisi. Pemasaran politik memungkinkan adanya keterbukaan dan pelaporan yang intensif dan ekstensif terhadap semua kegiatan politik, baik yang telah, sedang, atau akan dilakukan oleh para kontestan. (5) pemasaran politik memfasilitasi proses kontrol sosial masyarakat atas institusi politik. Masyarakat luas bisa menilai dan menilai kelayakan masing-masing calon.

Penggunaan metode pemasaran dalam bidang politik dikenal dengan istilah pemasaran politik. Dalam pemasaran politik, penekanannya adalah pada penggunaan pendekatan dan metode pemasaran untuk membantu politisi dan partai politik agar lebih efisien dan efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan publik. Hubungan ini dimaknai secara luas, dari kontak fisik selama masa kampanye hingga komunikasi tidak langsung melalui pemberitaan media massa (Firmanzah, 2008: 128).

Dalam hal ini, pemasaran dilihat lebih filosofis dan relasional. Filosofis dalam arti pemasaran adalah mekanisme pertukaran antara dua pihak atau lebih. Antara kontestan dan konstituen terjadi pertukaran ide, gagasan, ideologi, dan program kerja. Partai politik dan calon perseorangan berusaha merumuskan program kerja yang sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu, program kerja perlu dikomunikasikan dan mendapat umpan balik dari masyarakat, sehingga terbentuk hubungan relasional (Firmanzah, 2008:148-149).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemenangan adalah suatu rencana yang matang yang disusun dan dilaksanakan oleh seorang calon atau partai politik dengan tujuan untuk mencapai kemenangan atau target yang telah ditentukan. Pencapaian tujuan tersebut tentunya tidak dapat dilakukan melalui tindakan sederhana, tetapi harus didasarkan pada organisasi tindakan yang sistematis dalam bentuk strategi. Seperti halnya strategi pemenangan, dalam mensukseskan Pilkada Kabupaten Humbang Hasundutan harus dilakukan upaya-upaya seperti kampanye, dan komunikasi politik antara calon dan calon pemilih serta perlunya pemasaran politik dalam mencapai tujuan tersebut yaitu memenangkan pemilu dan memperoleh suara.

2.4 Penelitian Terdahulu.

Dengan demikian, penulis dapat menampilkan kebaruan atau sesuatu yang baru dalam penulisan ilmiah. Beberapa hasil penelitian sebelumnya adalah:

Bukhari Ridho Siregar (2009) melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Sumut dalam Memenangkan Pasangan Syamsul Arifin dan Gatot Pujo Nugroho pada Pemilihan Gubernur Sumut 2008”. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah pertama, pengenalan langsung calon yang ingin memimpin di suatu daerah oleh masyarakat merupakan hal yang dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap calon tersebut, kedua parpol sebagai saluran kekuasaan juga harus transparan dalam merekrut pemimpin, dengan Hal ini akan mengakibatkan peningkatan pengakuan dan kepercayaan publik serta citra partai sebagai organisasi yang transparan dan dapat diakses oleh siapa saja juga akan terbangun, dan masyarakat juga akan merasa lebih adil, karena semua proses yang dilakukan oleh partai dalam rekrutmen terlihat secara terbuka, dan ketiga, proses kemenangan yang dilakukan parpol juga harus melihat dan memperhatikan seberapa solid dan konsolidasi partai dalam memenangkan calon yang diusungnya, serta menata kadernya untuk setia pada keputusan yang diambil. oleh pihak. Ini akan mengarah pada perjalanan kemenangan yang rapi, terukur, terarah, dan solid.

Hery Saor T.P.S (2008) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Kampanye Partai Damai Sejahtera (PDS) pada Pemilihan Umum (Pemilu) Sumut 2004 (Studi Kasus pada DPW Partai Damai Sejahtera Sumut)”. Sejahtera (PDS) menggunakan beberapa strategi kampanye yaitu penataan dan konsolidasi, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan sumber daya organisasi,

peningkatan kualitas dan spiritualitas kader, penciptaan komitmen dan kesadaran partai, serta strategi kampanye Partai Damai Sejahtera (PDS) dalam hal ini. kasus juga menggunakan “Grand Strategy” yang merupakan grand strategy partai pada Pemilu Legislatif 2004, meliputi strategi Direct Selling, penggunaan media massa, pendekatan tokoh, serta strategi peningkatan komunitas.

Abdi Karya. P (2010) melakukan penelitian yang berjudul “Kemenangan Partai Lokal (Studi Kasus Kemenangan Partai Aceh (PA) pada Pemilihan Legislatif di Kabupaten Aceh Tamiang 2009). Kesimpulan dari penelitian ini adalah keberhasilan Partai Aceh pada pemilihan legislatif 2009 di kabupaten Aceh Tamiang menggunakan beberapa faktor antara lain adanya strategi politik, mesin politik yang solid, budaya politik dan suasana politik.

Terri G. S. Siregar (2017) melakukan penelitian yang berjudul “Komunikasi Politik dalam Hubungan Eksekutif dengan (Studi Kasus: Komunikasi Politik Nikson Nababan Gedung Eksekutif dan Hubungan Legislatif di Kabupaten Tapanuli Utara)”. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi komunikasi politik seorang kepala daerah dalam menjalankan roda pemerintahan daerah dengan membangun hubungan antara eksekutif dan legislatif dengan menggunakan konsep yang jelas dan terarah, dengan melakukan komunikasi politik secara formal dan informal, memanfaatkan segala daya dan potensi untuk mendapatkan dukungan politik dari pemerintah. lembaga DPRD. Karakter Nikson Nababan sebagai modal untuk membangun komunikasi politik sebagai kepala daerah yang terbuka dan konsultatif selalu meminta saran dan pandangan dari anggota DPRD dalam menyelesaikan suatu masalah.

Untuk membedakan perbedaan penelitian penulis dalam skripsi ini dengan penelitian sebelumnya. Penelitian Bukhari Ridho Siregar (2009) tentang pemilihan kepala daerah, penelitian Bukhari mengkaji tentang strategi politik PKS dalam memenangkan calon gubernur di Provinsi Sumatera Utara. Sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang strategi politik PDIP dalam memenangkan Calon Bupati di kabupaten Humbang Hasundutan. Selanjutnya perbedaan penelitian penulis dengan penelitian TPS Hery Saor (2008) adalah pada pemilihan umum partai politik penelitiannya mengkaji strategi Partai Damai Sejahtera (PDS) yang lolos pada pemilu 2004. dalam memenangkan Bupati dan Wakil Bupati dalam ranah pemilihan kepala daerah.

Selanjutnya perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Abdi Karya. P (2010) adalah otonomi daerah dan perbedaan antara pemilu legislatif dan eksekutif, peneliti mengkaji lebih lanjut pemilu legislatif di wilayah Aceh. Mengingat Aceh merupakan salah satu daerah yang memiliki otonomi khusus sehingga berhak membentuk partai lokal, salah satunya adalah Partai Aceh (PA). Sedangkan penelitian tentang partai politik PDIP adalah partai yang berskala nasional, dari pusat hingga provinsi, kabupaten/kota, hingga desa/kelurahan serta pemilihan umum pada lembaga yang berbeda, antara legislatif dan eksekutif atau dengan kata lain DPRD dengan Bupati dan Wakil Bupati.

Kemudian perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Terri G. S. Siregar (2017) adalah dalam hal strategi komunikasi kekuasaan antara eksekutif dan legislatif. Penelitian Terri hanya mengkaji strategi komunikasi politik Bupati Nikson Nababan dengan DPRD Tapanuli Utara. Artinya, komunikasi politik Bupati dengan Fraksi DPRD Tapanuli Utara untuk mendukung kerja Nikson Nababan periode

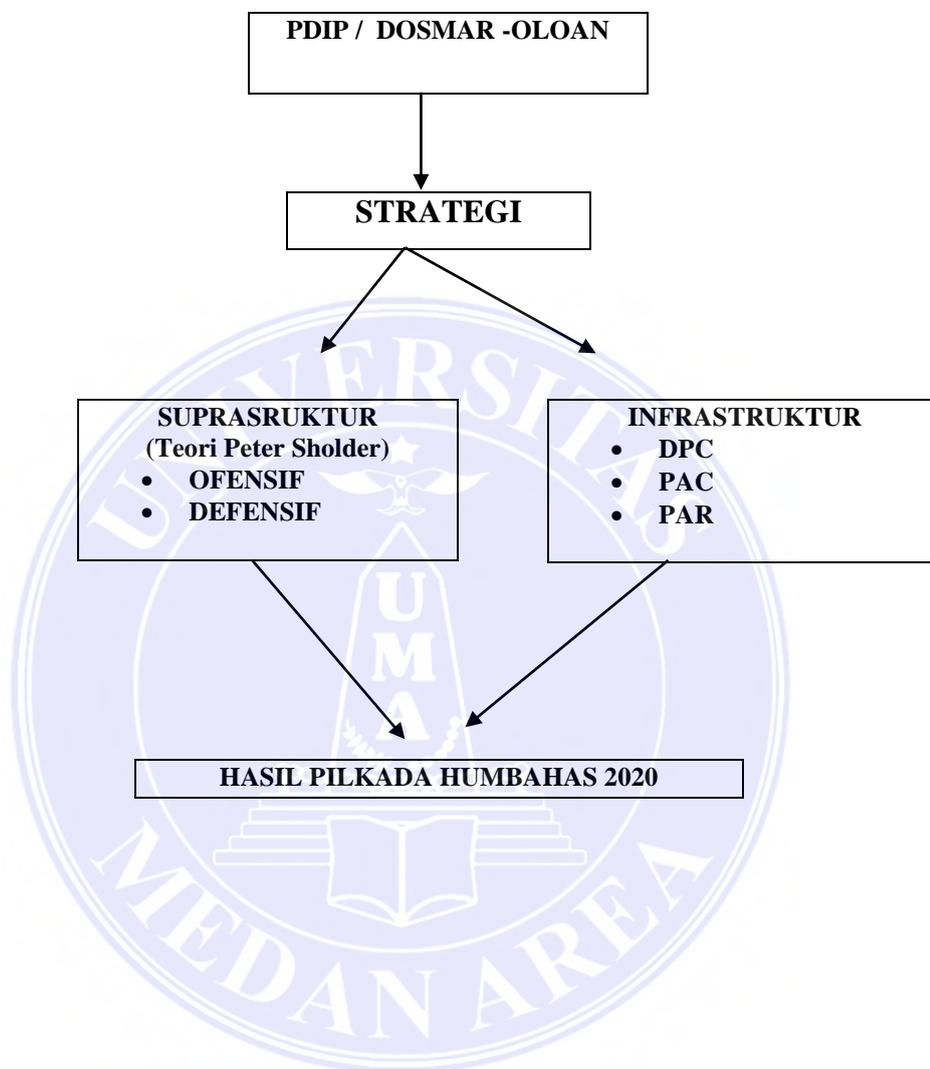
pertama 2014-2018. Sedangkan penelitian penulis adalah mengkaji strategi PDIP untuk memenangkan kembali Dosmar Banjar Nahor dalam pemilihan kepala daerah di Humbang Hasundutan periode kedua tahun 2020-2025.

2.5 Kerangka Pemikiran.

Strategi adalah rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu. dalam hal ini partai PDIP dalam Pilkada Humbang Hasundutan 2020 memenangkan pasangan calon Dosmar Banjar Nahor – Oloan Paniaran Nababan.

Dalam penelitian ini, penulis mengkaji tentang strategi politik partai PDI-P dalam menghadapi Pilkada Humbang Hasundutan tahun 2020, dalam menjawab rumusan masalah penulis mengambil teori Strategi Politik oleh Peter Schroder (2010). Schroder mendefinisikan bahwa strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik. Dalam masyarakat demokratis, pengambilalihan kekuasaan dan kesempatan merebut pengaruh dilakukan melalui pemilihan umum yang demokratis dalam berbagai bentuk.

Gambar 2.1
kerangka pemikiran



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian, Sifat Penelitian dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggambarkan permasalahan yang diangkat kemudian diterjemahkan berdasarkan teori yang digunakan. Menurut Bogdan dan Biklen, data deskriptif dalam penelitian kualitatif adalah data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka. Hasil penelitian berisi kutipan dari data untuk menggambarkan dan memberikan bukti untuk presentasi.

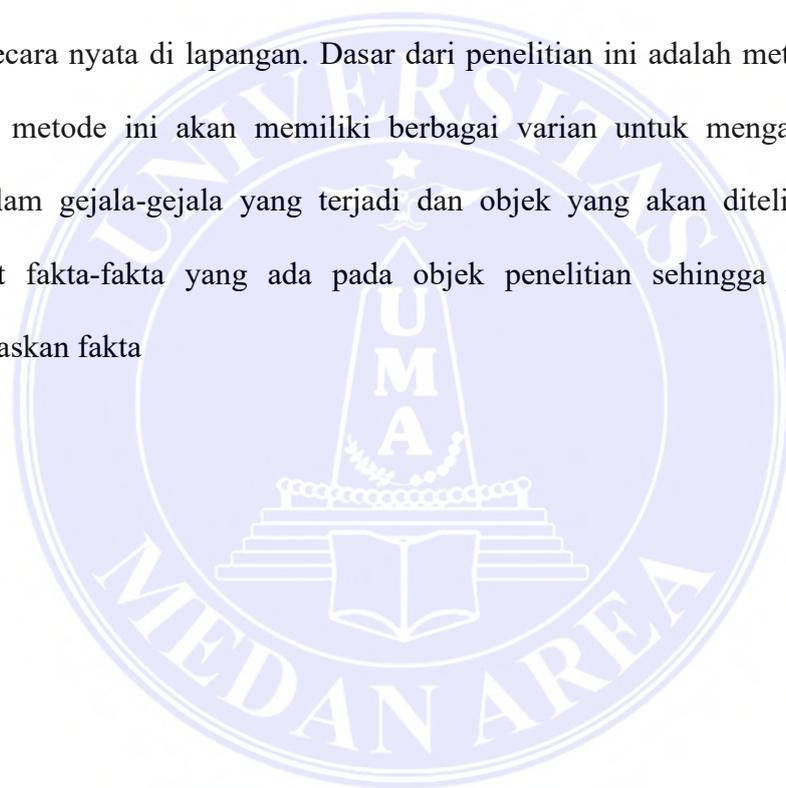
Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh Partai PDI-P dalam memenangkan pasangan calon Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Panieran Nababan pada Pilkada Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020. Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jadi, melalui jenis penelitian ini. Penulis dapat mengamati secara langsung sebagai pengamat untuk menjawab pertanyaan penelitian ini.

3.1.2 Sifat Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif. Yang secara langsung dilakukan oleh penulis dengan melakukan wawancara, dan pengumpulan data. Artinya, menggambarkan bagaimana strategi politik yang dilakukan Partai PDI-P dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020.

Penelitian ini telah mendeskripsikan dan menganalisis data untuk menganalisis fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Khusus terkait penggunaan strategi memenangkan Pilkada oleh partai PDI-P di Kabupaten Humbang Hasundutan, serta memberikan gambaran tentang faktor-faktor strategis apa yang akan digunakan PDI-P dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Alasan menggunakan penelitian ini adalah untuk melihat suatu konsep dan teori secara nyata di lapangan. Dasar dari penelitian ini adalah metode kualitatif, karena metode ini akan memiliki berbagai varian untuk menganalisis secara mendalam gejala-gejala yang terjadi dan objek yang akan diteliti, agar dapat melihat fakta-fakta yang ada pada objek penelitian sehingga peneliti dapat menjelaskan fakta



3.1.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah DPC PDI Perjuangan di Dolok Sanggul (Jln : Sidikkalang) Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara.

3.1.4 Waktu Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Desembe		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Penyusunan Proposal	■	■	■	■																							
2	Seminar Proposal						■																					
3	Perbaikan Proposal							■	■																			
4	Penelitian											■	■															
5	Penyusunan Skripsi																■	■	■	■								
6	Seminar Hasil																									■		
7	Perbaikan Skripsi																									■	■	

Tabel 3.1. waktu penelitian

3.2 Informan Penelitian

Menurut Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Informan adalah orang yang memberikan informasi sebagai sumber data dalam penelitian, informan penelitian merupakan orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi, informan adalah orang yang mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Adapun Informan dalam penelitian ini adalah:

Tabel: 3.2

Informan Penelitian

Jenis Informan	Kriteria	Jumlah
Informan Kunci	Menjabat sebagai Ketua DPC PDI Perjuangan Humbang Hasundutan. Nama : Dosmar Banjar Nahor	1
Informan Utama	Orang yang di sepakati menjadi ketua pemenangan Dosmar-Oloan dalam pilkada Humbang Hasundutan. Nama : Ramses Lumban Gaol	1
Informan Tambahan	Anggota PDI Perjuangan Humbahas ikut serta dalam Pemenangan Dosmar-Oloan dalam pilkada Humbang Hasundutan. Nama :Marnala Lumban Batu, Jamanat Sihite.	2

Tabel. informan penelitian

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif. Yang secara langsung dilakukan oleh penulis dengan melakukan wawancara, dan pengumpulan data. Artinya, menggambarkan bagaimana strategi politik yang dilakukan Partai PDI-P dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020.

Penelitian ini telah mendeskripsikan dan menganalisis data untuk menganalisis fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Khusus terkait penggunaan strategi memenangkan pemilihan kepala daerah oleh partai PDI-P di Kabupaten Humbang Hasundutan, serta memberikan gambaran tentang kendala PDI-P dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Dasar dari penelitian ini adalah metode kualitatif, karena metode ini akan memiliki berbagai varian untuk menganalisis secara mendalam gejala-gejala yang terjadi dan objek yang akan diteliti, agar dapat melihat fakta-fakta yang ada pada objek penelitian sehingga peneliti dapat menjelaskan fakta secara ilmiah. Teknik Pengumpulan Data Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden penelitian, serta data yang digali melalui wawancara intensif, dan observasi lapangan secara langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai film dokumenter pada instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan beberapa metode, yaitu:

1. Wawancara (wawancara)

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan Pengelola DPC PDIP Humbang Hasundutan dan dengan data-data yang diperlukan agar lebih jelas.

2. Observasi (pengamatan)

Salah satu teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian, tujuannya untuk mendapatkan data yang akurat sehingga dapat diketahui bagaimana proses strategi partai PDIP.

3. Sumber data.

Lofland dan Lofland dalam Lexy J. Moleong (2000:112) mengungkapkan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti arsip, dokumen, dan lain-lain. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau observasi merupakan hasil gabungan dari melihat, mendengar dan bertanya.

3.4 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari data dan menyusunnya secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data induktif.

Analisis data induktif adalah analisis yang didasarkan pada penarikan kesimpulan dari fakta dan penarikan kesimpulan umum.

Langkah-langkah dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan data menurut apa adanya dari hasil observasi dan wawancara di lapangan.

2. Pengurangan Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan membuang hal-hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi akan lebih jelas dan mudah bagi peneliti selanjutnya.

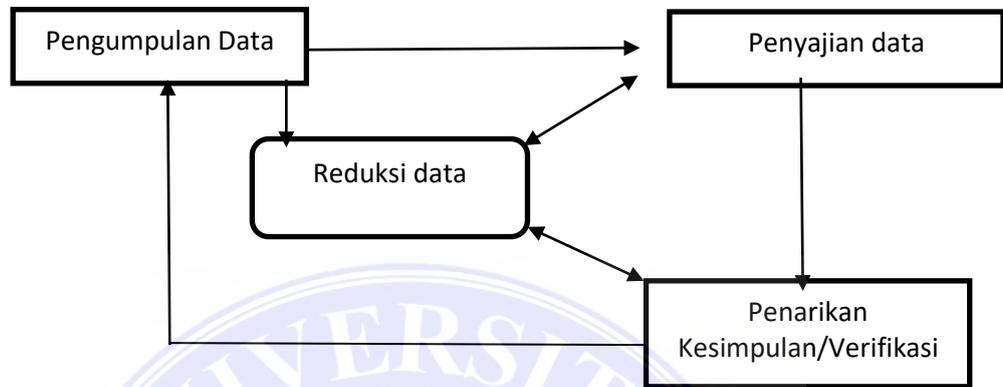
3. Penyajian Data

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pengambilan data dapat membantu penulis memahami peristiwa yang terjadi berdasarkan pemahaman dengan menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam bentuk yang sederhana sehingga dapat dipahami.

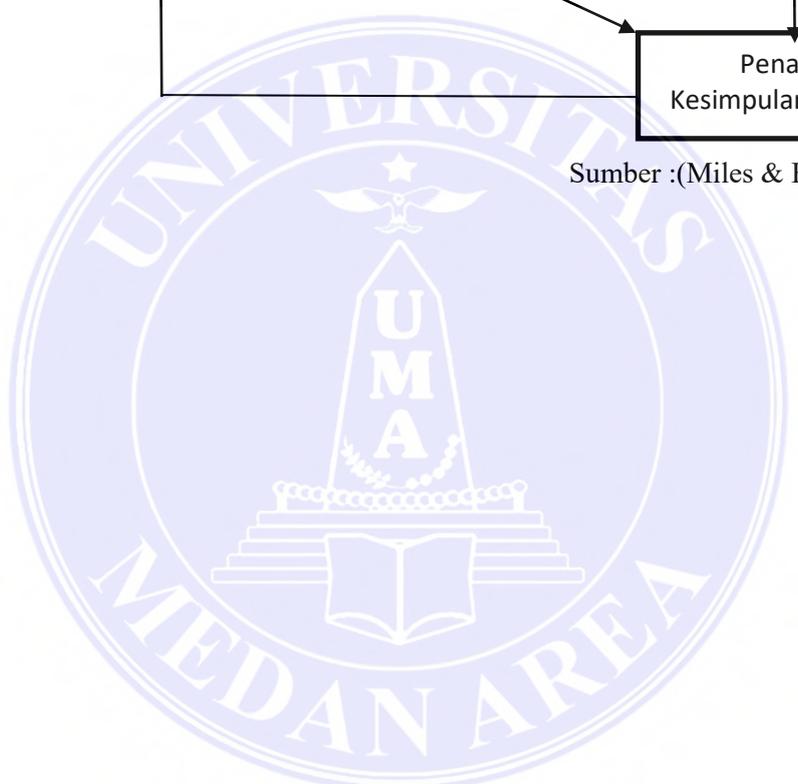
4. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini, data yang telah diolah seperti diuraikan di atas kemudian ditarik secara kritis dari hal-hal yang khusus untuk memperoleh kesimpulan yang bersifat umum dan objektif. Kesimpulan tersebut kemudian diverifikasi agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang.

Gambar: 3.1
Teknik Analisis Data: Model Analisis



Sumber : (Miles & Huberman, 2007)



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, penulis mengidentifikasi dan menyimpulkan bahwa berdasarkan strategi PDIP memenangkan Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Paniaran Nababan dalam kontestasi pemilihan kepala daerah di Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020 sebagai berikut:

1. Strategi ini ternyata sangat efektif digunakan dalam rangka konsolidasi parpol guna memenangkan pasangan calon Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Paniaran pada Pilkada Kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020. Strategi dengan pendekatan sosial budaya merupakan pendekatan dalam kampanye untuk memenangkan suara pemilih. Melihat sosial budaya masyarakat Humbang Hasundutan yang mayoritas beretnis Batak Toba. Masyarakat Hasundutan menjunjung tinggi nilai dan perilaku adat berdasarkan norma adat, Maka PDI-P sesuai dengan platform partai berwatak budaya menerapkan strategi ini untuk mempererat ikatan emosional antara pemilih dan pasangan calon Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Paniaran Nababan di tengah masyarakat. Strategi ini ternyata sangat efektif digunakan dalam rangka menawarkan program-program dalam visi misi partai maupun visi misi pasangan calon. Oleh karena itu, berdasarkan Teori Strategi Politik Peter Schroder, bentuk strategi ini di identifikasikan sebagai strategi ofensif, termasuk strategi untuk memperluas pasar.

Strategi dengan menggunakan media sosial sebagai alat kampanye merupakan sebagai salah satu media pembentuk opini publik. membuat pelatihan kepada kader di mana dapat menggunakan media sosial seperti facebook, WhatsApp, Instagram, Twiter dan lain-lain dengan baik. Penggunaan media sosial berkampanye termasuk sangat efektif dan efisien. Oleh karena itu berdasarkan Teori Strategi Politik Peter Schroder bentuk strategi ini diidentifikasi ialah strategi ofensif termasuk kepada strategi menembus pasar dan Strategi dengan sosialisasi politik merupakan memberikan pengetahuan tentang politik.

2. Di dalam menjalankan strategi kampanye politik Kendala seperti Money politic, penghianatan kader patai koalisi, rentan terjadi untuk mengatasi hal seperti ini kebijakan mengevaluasi strategi harus digunakan agar masyarakat pemilih tidak beranggapan buruk terhadap pasangan calon sehingga tidak berdampak buruk terhadap strategi yang akan di jalankan.

Evaluasi terhadap strategi dilakukan dengan mengkoreksi semua kader mulai dai DPC, PAC hingga PAR. pemahaman komukasi politik harus ditanamkan kepada setiap kader agar tidak terjadi mis komukasi dalam menjalankan tugas di bidang masing masing, kemampuan komunikasi sangat dibutuhkan untuk menjalakan sebuah strategi politik agar tidak terjadi kesalahan saat menyampaikan visi-misi pasangan calon.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, penulis ada beberapa saran yang harus diperhatikan PDI Perjuangan dalam rangka pemenangan calon yang diusung pada pemilihan kepala daerah, antara lain:

1. Sosialisasi politik yang dibuat oleh PDI Perjuangan diharapkan agar terus menerus memberikan pendidikan politik kepada masyarakat. Sehingga masyarakat Humbang Hasundutan memahami politik, meningkatkan partisipasi politik dan aturan-aturan yang berlaku.
2. Dalam koalisi partai politik maupun tim-tim pemenangan ketika ada yang berkhianat, PDI Perjuangan diharapkan agar tegas mengambil sikap kepada yang membelot atau tidak mendukung calon kepala daerah pada pilkada nantinya.
3. PDI Perjuangan diharapkan agar turun ke masyarakat, mendengarkan aspirasi rakyat bukan hanya menjelang pada saat pemilihan umum saja. melainkan selalu berada pada masyarakat untuk mensejahterakan rakyat dengan program-program yang berpihak kepada rakyat.
4. Bagi partai politik yang mengikuti pemilihan umum agar bisa menerapkan strategi memenangkan calon kepala daerah seperti strategi yang diterapkan PDI Perjuangan. Sebagaimana strategi PDI Perjuangan memenangkan pasangan calon yang diusungnya pada pemilihan kepala daerah di kabupaten Humbang Hasundutan tahun 2020 lalu.
5. Diharapkan PDI Perjuangan agar tetap komitmen menolak politik uang pada pemilihan umum baik mengusung kadernya maupun non kadernya di pilkada tahun-tahun berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aminah, I. Nur. 2014. Skripsi' *Strategi Politik Calon Lefislatif Incumbent Pada Pemilu 2014 (Studi Kasus Pemanfaatan Program Peningkatan Produksi Beras Nasional di Kabupaten Jeneponto)*'. Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Batubara, Harmen. 2015. *Strategi Sun Tzu Menangkan Pilkada*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi. (1993). *Strategi Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. 2010. *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik Pembelajaran Politik Pemilu 2009*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hikmat, M. Mahmi. 2010. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Karya. P, Abdi. 2010. *Kemenangan Partai Lokal (Studi Kasus Kemenangan Partai Aceh (PA) pada Pemilihan Legislatif di Kabupaten Aceh Tamiang 2009*. Medan: FISIP Universitas SumateraUtara.
- Lofland dan Lofland dikutip oleh Dr.Lexy J Moleong, (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*, bandung: Rosdakarya.
- Saor T.P.S, Hery. 2008. *Strategi Kampanye Partai Damai Sejahtera (PDS) Dalam Pemilihan Umum (Pemilu) 2004 Sumatera Utara (Studi Kasus di DPW Partai Damai Sejahtera Sumatera Utara*. Medan: FISIP Universitas SumateraUtara.
- Sayuti, Solatun. Dulah. 2014. *Komunikasi Pemasaran politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Schröder, Peter. 2010. *Politische Strategien (Strategi Politik) Edisi Ketiga*,

- Penerjemah Aviantie Agoesman. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit.*
- Siregar, Ridho Bukhari. 2008. *Strategi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Sumatera Utara Dalam Memenangkan Pasangan Syamsul Arifin dan Gatot Pujo Nugroho pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Tahun 2008*. Medan: FISIP Universitas Sumatera Utara.
- Siregar, Terri G. S. 2017. *Komunikasi Politik Dalam Hubungan Eksekutif Dengan Legislatif (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Politik Nikson Nababan Membangun Hubungan Eksekutif Dan Legislatif Di Kabupaten Tapanuli Utara*. Medan: FISIP Universitas Sumatera Utara.
- Yusuf, Muri 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Jurnal :

- Sinaga, Bornok. 2009. *Model Pembelajaran Bermuatan Soft Skills dengan Pola Interaksi Sosial Dalihan Na Tolu*. Jurnal Generasi Kampus Vol. 2 No. 1
- Lerah, Arifin. 2013. Artikel' *Strategi Incumbent Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sitiro Tahun 2013*'. Universitas Sam Ratulangi. Sulawesi Utara.
- Sugiarto, Bowo. Dkk. 2013. Artikel' *Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Kepala Daerah Head Of Regency Election Winning Strategy*'. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.

Peraturan Perundang-undangan :

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang *Pemerintahan Daerah*.

Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 *tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah*.

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara dengan Dosmar Banjar Nahor

Narasumber : Dosmar Banjar Nahor sebagai Ketua DPC PDI Perjuangan Kabupaten Humbang Hasundutan Periode 2019-2024 sekaligus Bupati Humbang Hasundutan Periode 2016-2020 dan 2021-2024.

Tanggal : 6 Maret 2021.

Waktu : 15:30 WIB.

Tempat : Rumah Dinas Bupati Humbang Hasundutan.

P : Bapak sebagai calon Bupati Humbang Hasundutan periode 2016-2020 pada pilkada 2016, serta sekaligus juga sebagai Ketua DPC PDI Perjuangan Humbang Hasundutan. Bagaimana strategi Bapak untuk memenangkan pilkada Humbang Hasundutan tahun 2016 lalu?

N : Jadi, itu yang pertama kita partai PDI Perjuangan yang nasionalis berasaskan Pancasila ya selalu melakukan dalam hal pembinaan terhadap struktur partai dan anggota partai. Ada istilah kaderisasi, ada pembekalan, maka partai PDI Perjuangan mendirikan yang namanya sekolah partai. Di sekolah partai kita para calon kepala daerah digembleng dan diajari apa sebenarnya tujuan perjuangan untuk menjadi pemimpin. calon pemimpin akan digembleng di sekolah partai, ketika sudah mendapatkan rekomendasi dan menetapkan visi-misi. Tentu kita harus membangun sistem, membangun sel, dan kita diajari di

sekolah partai. Ini bukan perkara mudah dan tidak melulu mengandalkan uang. Salah, saya sudah buktikan itu. Di periode pertama saya, saya menang tidak membeli suara rakyat. Apalagi di periode kedua, saya tidak pernah beli satu persenyun suara rakyat – murni menang, karena rakyat memang masih menginginkan saya..”

P : Pada strategi memperluas pasar (pemilih perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye untuk menjelaskan kepada masyarakat tentang penawaran baru, dibandingkan dengan partai-partai lainnya. Apa saja penawaran baru dari PDI Perjuangan kepada masyarakat?

N : Kita yang pertama tentu harus menempatkan diri kita sebagai bagian dari masyarakat ya. Kita berada dalam posisi-posisi kita sebagai masyarakat petani, sebagai pedagang, sebagai honorer, sebagai PNS. Kita harus ada dalam posisi mereka, ketika kita punya empati dalam posisi mereka, maka kita bisa komunikasi dengan baik. Kita bisa menyerap segala sesuatu persoalan mereka dan itu yang harus kita kerjakan. Jadi strateginya gampang sekali, kita harus berani turun, berani menyerap segala aspirasi, kita harus mewujudkan itu dalam karya nyata kita. Jadi sel-sel kita bangun, jaringan yang kita bangun iya harus betul-betul memahami dan bisa kita cuci otaknya, bahwa kalau menjual suara adalah menjual masa depan. Tapi kalau memberikan suara tanpa uang itu akan memilih pemimpin yang akan berbakti kepada masyarakat. Karena apa ? Karena dipilih tanpa uang, dan itu yang menjauhkan pemimpin dari keinginan-keinginan korupsi.

P : Strategi menembus pasar (pemilih) merupakan penggalan potensi yang sudah ada atau penggalan sebagian yang dimiliki dalam kelompok target dimana keberhasilan telah diraih sebelumnya Bagaimana strategi PDI Perjuangan untuk menggali potensi dari kelompok (pemilih) yang telah diraih sebelumnya?

N : Jadi menyerap aspirasi mereka kan berbagai cara, ada yang kita gunakan langsung kita turun, dialog dengan masyarakat, ada dari pengalaman pribadi sebagai putra daerah, kemudian ada juga kita lakukan dengan survei. Ini yang harus kita pelajari betul, kita teliti betul dan kita kerjakan. Kalau survei mengatakan ini keinginan masyarakat, ketika dialog itu dengan masyarakat – ya itu kita bicarakan dan yang itu kita janjikan kepada masyarakat. Kita selesaikan itu dengan baik, tepat.”

P : Pada strategi mempertahankan pasar (pemilih) merupakan strategi yang khas untuk mempertahankan mayoritas pemerintah, partai pemerintah akan berusaha mengaburkan perbedaan dari partai-partai lain (oposisi). Bagaimana strategi PDI Perjuangan untuk mempertahankan pemilih (telah ada) pada di periode pertama ke periode kedua?

N : Iya itu tadi, mewujudkan semua apa yang saya janjikan di periode pertama saya wujudkan di periode kedua. Memang tidak semua 100% selesai dan itu di periode kedua waktu saya mencalonkan diri, saya jujur kepada masyarakat dan terbuka, bagaimana keterbatasan anggaran kita. Tetapi semua yang saya janjikan itu saya kerjakan itu dan di periode kedua ini ada hal yang sangat

juga menjadi prioritas buat saya, yaitu bagaimana meningkatkan UMKM, bagaimana meningkatkan industri kreatif. Ini di periode kedua ini ada target satu lagi selain di visi-misi di periode pertama saya.

P : Bagaimana strategi PDI Perjuangan mengaburkan serangan dari pemenangan kolom kosong

N : Iya hoax itu ada, fitnah itu ada. Tapi saya pikir kan itu kembali kepada masyarakat. Masyarakat kita sudah pintar, sudah dewasa. Memang money politik yang sangat berbahaya sekali yang saya hadapi kemarin dan hoax, tapi saya turun ke lapangan dan jelaskan apa adanya kepada masyarakat. Artinya saya tidak berbohong kepada masyarakat, misalnya ada jalan yang belum selesai, saya janjikan nanti diselesaikan periode kedua mengingat keterbatasan anggaran. Nah, sekali lagi tantangan dari kontestan lain itu berat memang di pertarungan itu. Apalagi saya sudah janjikan saya tidak mau money politic. Siap kalah, siap menang itu motto saya, Saya juga ingin mendidik rakyat saya juga untuk dewasa berpolitik. Ternyata masyarakat itu masih menginginkan saya untuk melanjutkan pembangunan ini, iya mari kita kerja di periode kedua. Jadi tantangan terbesar itu di periode kedua hoax itu sama money politic, nah itu yang sangat- sangat parah kita hadapi.

P : Setelah melaksanakan strategi. Apa saja kendala-kendala dalam melaksanakan strategi partai ini?

N : “Kendala-kendala yang saya hadapi sebenarnya tidak ada, paling aturan-aturan Panwas iya. Jadi setiap saya turun memang tidak ada, tapi kendala ada pada masyarakat itu berharap “adong do hepeng na?”, ada aja juga yang

terpengaruh akibat berita hoax. Bahwa katanya saya membangun itu bahwa apa yang saya bangun itu semua pusat melaksanakan jadi karena memang tidak ada karena visi-misi atau karena lobi-lobi saya, tapi sudah otomatis aja datang. Ada aja yang percaya itu. Tapi kebanyakan yang saya lihat adalah masalah itu yang kita lihat di lapangan adalah kebanyakan masalah money politic yang pertama, yang kedua masalah ketidakpuasan seseorang ya mungkin di periode pertama banyak, ya ada yang berharap proyeklah ini, ada yang berharap jabatanlah ini, iya toh. Tapi karena kita di periode pertama itu tidak mencampuri hal tersebut menimbulkan sakit hati sehingga menjadi lawan-lawan politik kita. ”

P : Bagaimana bapak mengevaluasi dari pelaksanaan strategi tersebut?

N : Jadi partai itu bekerja sendiri, jadi ada saya bentuk beberapa tim. Tim partai dia bekerja sendiri ya dikontrol oleh pengurus partai Sekretaris, tim center yang langsung saya pimpin sendiri, ada tim marga, ada tim kecamatan lagi, ada Humbahas Hebat, jadi ada beberapa tim kita susun, ada khusus ibu-ibu, ada khusus lansia. Jadi ini untuk evaluasi saya pikir, tidak perlu lagi. Ada itu, satu dua bawahan kita yang tidak bekerja dengan optimal biarkan sajalah, ya kan – biarkan sajalah. Tidak semua bisa kita harapkan bekerja dengan optimal, ya kan. Ada di situ satu penghianat ada aja pasti itu. Kita harus wellcome, yang namanya politik, namanya demokrasi itu hal biasa. Dalam demokrasi dalam sistem politik, berbeda pendapat, berbeda pilihan itu hal biasa dan kalau enggak ada berbeda pilihan itu enggak demokrasi namanya.

P : Setelah perhitungan suara, suara Bapak memperoleh sebanyak 51.861 (52.5%)suara. Apakah 51.861 (52.5%) suara tersebut sesuai target sebagaimana diperkirakan PDI Perjuangan?

N : Sebenarnya tidak mencapai target. Target saya waktu itu ya menang mutlak. Tetapi saya sadari juga bahwa saya tidak menabur uang. Jadi 51 ribu suara itu saya anggap karunia Tuhan. Karena satu rupiah enggak saya bayar itu warga, saya enggak kasih sepeserpun itu. Saya enggak menuduh pihak lawan melakukan tapi cek sendirilah. Tapi saya munilah tidak melakukan, artinya 51 ribu murni militan yang memang menginginkan saya dua periode. Mungkin kalau saya kasih uang, banyak hal yang harus saya hadapi, hutang di mana-mana, dan lain sebagainya dan belum lagi – saya merasa berdosa dan malu kepada diri saya sendiri, karena saya sudah melakukan hal yang terbaik untuk Taput, masa saya harus beli suara lagi? Malu sama diri sendiri. Iya sudah siap kalah, siap menang ajalah. Itu ya.

P : PDI Perjuangan mengusung Bapak pada Pilkada Humbang Hasundutan tahun 2020, pertanyaannya adalah: bagaimana mekanisme PDI Perjuangan dalam menetapkan calon kepala daerah?

N : Mekanismenya tetap. Saya diusulkan oleh pengurus, ranting, kemudian diusulkan pengurus cabang, pengurus DPD sampai ke DPP. Dan DPP memutuskan siapa calonnya dan diputuskan sama Ibu Ketua Umum.

P : Bagaimana peran DPD PDI Perjuangan Sumatera Utara dalam memenangkan Bapak di pilkada Humbang Hasundutan?

N : Mereka loyal kepada partai. Partai kita ini didik oleh Ibu Ketua Umum itu doktrinnya jelas. Intruksi partai tidak boleh dilanggar oleh siapapun dan yang melanggar itu akan ada sanksi, maka intruksi itu akan dikerjakan oleh semua kader dimanapun ia berada untuk memenangkan siapapun calon yang diusung oleh PDI perjuangan. Semua berperan, DPD juga berperan, kemenangan kita, DPP juga, DPC juga, sampai ke anak ranting kita.

P : Bagaimana peran DPC PDI Perjuangan Humbang Hasundutan, bapak sebagai ketua DPC beserta anggota-anggota bapak di wakil ketua di tiap-tiap bidang dalam memenangkan pilkada Humbang Hasundutan?

N : Iya, mereka bahu-membahu turun ke lapangan menyampaikan visi-misi saya periode kedua, dan ada hoaks-hoaks yang didengar selama ini, mereka juga turut menjelaskan bahwa jangan percaya itu fitnah, tudingan, hoaks itu mereka turun ke lapangan untuk menjelaskan kepada masyarakat. Ada janji politik saya yang 100% belum terpenuhi, mereka juga menjelaskan penyebabnya apa.

Transkrip Wawancara dengan Ramses Lumban Gaol

Narasumber : Ramses Lumban Gaol S.H sebagai Ketua Tim Pemenangan Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Panjaran Nababan.

Tanggal : 09 Maret 2021.

Waktu : 14:00 WIB.

Tempat : Kantor DPRD Humbang Hasundutan.

P : Strategi apa yang dibuat oleh Bapak sebagai ketua Tim Pemenangan dalam memenangkan Dosmar-Oloan pada pilkada Humbang Hasundutan tahun 2020 lalu.

N : Baik terimakasih buat adinda Rudianto Lubis. Dalam kesempatan ini adinda wawancara sama kita sepuatar tim pemenangan Dosmar-Oloan di pilkada 2020 yang lewat. Jadi strategi yang adinda tanyakan barangkali ini strategi lokal. Lokal dalam artian pendekatan kultural dari adat istiadat kita. Tentu memperkenalkan Bapak Dosmar ke tengah-tengah masyarakat tidak begitu sulit, karena Pak Dosmar ini adalah incumbent dan juga Pak Oloan ini kan mantan TNI. Nah, strateginya pendekatan kultural maupun pendekatan kekeluargaan yang mungkin tidak asing lagi di tengah-tengah masyarakat kita.

P : Pada strategi ada target (kelompok pemilih), pada pilkada tahun lalu. Pertanyaan adalah Kepada siapa target-target strategi lokal itu pak?

N : Melihat luas wilayah kita kabupaten Humbang Hasundutan, 10 kecamatan yang otomatis bisa dikatakan 80 persen adalah petani. Nah, dengan konsep

pemerintahan pak Dosmar ini dari 2016 yang lewat, sehingga sektor pertanian so pasti itu yang mungkin lebih dominan disentuh daripada perhatian pemerintah masa pemerintahan beliau, yang pasti sektor itulah ditingkatkan maupun pendekatan- pendekatan secara keagamaan maupun budaya kita orang batak. Sehingga emosional itu bisa secepatnya menyatu dalam memperebutkan atau berjuang untuk kemenangan Dosmar-Oloan di pilkada yang silam.

P : Apakah ada strategi yang disarankan dari calon Dosmar-Oloan tersebut?

N : Ya pastilah strategi jituanya, ya namanya calon sama tim pasti berdiskusi. Peluang- peluang mengambil hati rakyat, sehingga memperoleh kemenangan. Kita melihat, kita harus tanggap dan kita harus melakukan bagaimana situasi di lapangan, sehingga bisa tim kita bisa terdepan. Saya pikir hal-hal yang lumrah itu yang kita laksanakan di tengah-tengah masyarakat.

P : Pada strategi memperluas pasar (pemilih) perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye untuk menjelaskan kepada masyarakat tentang penawaran baru, dibandingkan dengan partai-partai lainnya. Sedangkan strategi menembus pasar (pemilih) merupakan penggalian potensi yang sudah ada atau penggalian sebagian yang dimiliki dalam kelompok target dimana keberhasilan telah diraih sebelumnya. Pertanyaannya adalah: bagaimana pelaksanaan oleh tim pemenang dalam menjelaskan tentang penawaran baru kepada masyarakat?

N : Sebetulnya kan program baru tidak harus bisa dikatakan dengan yang baru, tetapi bagaimana meningkatkan peradaban perekonomian yang ada sekarang ini. Contohnya interkoneksi antar desa, antar kecamatan. Agar masyarakat juga bisa lebih terbangun dengan cepat. Berikutnya yaitu meningkatkan taraf hidup

masyarakat dengan berbagai bantuan alat modern pertanian sehingga masyarakat tidak lagi memakai peralatan tradisional sehingga meningkat pendapatan taraf hidupnya dengan keberadaan pada mekanisasi tani kita. Itu mungkin dari sisi pertaniannya.”

P : Bagaimana pelaksanaan oleh tim pemenangan untuk menggali potensi dari kelompok (pemilih) yang telah diraih sebelumnya?

N : Segala sesuatunya sumber daya alam di daerah itu kan so pasti, itu menjadi recommended dari kita tim ke pemerintah agar dikembangkan. Contohnya banyak objek-objek wisata atau potensi-potensi alam yang bisa dijadikan objek wisata lokal sehingga bisa meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Itu salah satu rekomendasi dari tim ke pemerintah, agar perekonomian itu ditengah-tengah masyarakat bisa lebih baik, dan kita juga merekomendasikan memberikan saran dan pemikiran. Nah, bisa-bisa jadi hasil olahan dari beberapa jenis lain sehingga itu lebih bermanfaat dan berguna, dari sisi pertaniannya di daerah Pollung kan tanahnya begitu subur, tidak begitu sulit masyarakat kita di Polllung sana, tidak begitu sulit bercocok tanam misalnya jagung. Nah, untuk itu pemerintah kita dorong untuk memberikan sarana dan prasarana kepada masyarakat, terkhusus garoga agar lebih meningkat untuk menunjang ketahanan pangan yang didengung-dengungkan oleh pemerintah pusat.

P : Pada strategi mempertahankan pasar (pemilih) merupakan strategi yang khas untuk mempertahankan mayoritas pemerintah, partai pemerintah akan berusaha mengaburkan perbedaan dari lawan (kolom kosong). Pertanyaannya adalah: bagaimana pelaksanaan oleh tim pemenangan untuk melaksanakan strategi untuk

mengaburkan serangan dari tim lawan (kolom kosong)?

N : Wajar-wajar saja ada bersinggungan-bersenggolan, tapi sepanjang itu dibatas-batas koridor saya pikir tidak ada masalah, karena itu merupakan proses yang harus kita jalani dalam proses demokrasi yang kita jalankan pada saat itu. Saya pikir tidak ada yang fatal dalam proses demokrasi tempo hari, hanya sekedar dalam menggapai itu, ada mungkin bersenggolan-bersenggolan seperti yang adinda katakan tadi tapi bisa kita lampau dengan baik. Sehingga di daerah kita bisa tertib dan kondusif pada masa itu.

P : Bagaimana strategi untuk mempertahankan pemilih yang telah ada pada pilkada 2016 ke pilkada 2020 lalu?

N : Saya pikir kan persis pada tempo hari sistem kita kan luber itu langsung, umum, bebas, dan rahasia. Yang namanya basis-basis itu bisa dikatakan “relatif” itu. Seseorang mengatakan basis, ya kalau memang kenyataan hasilnya ya seperti ya itulah. Tapi bagaimana seperti yang adinda katakan itu semuanya berpulang ke masyarakat, bagaimana masyarakat menilai calonnya sehingga bisa berlanjut kedua periode, itu tergantung terhadap kinerjanya yang kurang lebih lima tahun di periode pertama tersebut. Nah, bagaimana untuk mempertahankan ya itu tadi, kita mewacanakan ke masyarakat bagaimana kinerja beliau selaku kepala daerah di periode yang pertama, sehingga kita memandang perlu untuk meningkatkan ini kelima tahun ke depan periode kedua dari masyarakat agar itu bisa lanjut lima tahun ke depan.

P : Apakah ada strategi yang lain selain tim kemenangan atau yang disarankan dari calon tersebut?

N : Ya pastilah strategi jitunya, ya namanya calon sama tim pasti berdiskusi. Peluang- peluang mengambil hati rakyat, sehingga memperoleh kemenangan. Kita melihat, kita harus tanggap dan kita harus melakukan bagaimana situasi di lapangan, sehingga bisa tim kita bisa terdepan. Saya pikir hal-hal yang lumrah itu yang kita laksanakan di tengah-tengah masyarakat.

P : Apa saja kendala-kendala pada pelaksanaan kampanye pada tim pemenangan?

N : Ya namanya juga tim begini kan, tim ini kan bergabungnya berbagai macam lapisan baik relawan maupun struktur partai, simpatisan, notabene juga parmargaon semuanya itu kan bersatu padu dalam sebuah komunitas tim Dosmar-Oloan. Kendala seperti adinda pertanyakan tadi ya pasti ada lah, orang dari begitu banyak orang yang berhimpun disana walaupun memang satu tujuan memenangkan Dosmar-Oloan pasti banyak kendala-kendala. Nah, salah satunya mungkin ya banyak lah, atribut lah, atau bagaimana lah, masalah waktu lah. Nah, tetapi semuanya itu kita bungkus dalam manajemen tim sehingga walaupun disana-sini kurang pas, tapi kita bisa memahami dengan satu tujuan, satu derap langkah kita memenangkan Dosmar-Oloan.

Transkrip Wawancara dengan Marnala Lumban Batu, S.Sos

Narasumber : Marnala Lumban Batu, S.Sos sebagai Wakil Ketua
Bidang Komunikasi Politik Periode 2015-2020.

Tanggal : 13 Maret 2021.

Waktu : 15:00 WIB.

Tempat : Kantor Sekretariat DPC PDI Perjuangan Humbang
Hasundutan.

P : Ada berbagai partai pendukung Dosmar – Oloan atau disebut dengan partai koalisi antara lain PDI Perjuangan, Golkar, Nasdem, Gerindra, Hanura dan Demokrat sedangkan pada periode pertama kepemimpinan Dosmar terjadi hubungan dinamika dengan fraksi di parlemen daerah, termasuk fraksi partai Golkar. Pertanyaannya adalah bagaimana pembentukan koalisi ini bisa terjadi?

N : Ya pembentukan yang pertama kan sesuai dengan kebutuhan Undang-Undang. Undang-Undang kan menyatakan 20% dari jumlah dewan atau kursi di lembaga legislatif untuk membentuk satu pasangan calon, pada saat itu kita PDIP menduduki 7 kursi dan sudah bisa mengusung 1 calon tanpa koalisi. Di satu sisi ada yang mau bergabung, di injury time pun pada saat itu ada yang mau bergabung dengan PDIP - saat itu sebagai pengusung Dosmar-Oloan. Namun pada akhirnya koalisi yang kita bentuk di kemenangan Dosmar-Oloan itu menjadikan koalisi gemuk, sekitar ada itu 90% lebih pada saat itu. Nasdem 3 kursi, Golkar 5 kursi, PDIP 7 kursi, Hanura 4 kursi, Gerindra 2 dan Demokrat 1 kursi. kursi sudah 22 kursi, Diantara 22 ini ada juga dinamika yang kita temui di

lapangan bahwa contohnya seperti Golkar enggak murni dia - ada juga anggota legislatifnya yang tidak mendukung kita. Tetapi secara tertulis atau sah, bahwa Golkar itu memang mendukung koalisi yang dibawakan diusung oleh PDIP untuk mendukung Dosmar-Oloan. Dari situlah kita berangkat dari koalisi, namun pun dalam koalisi itu terjadi dinamika-dinamika itu adalah hal-hal yang wajar di politik di Humbang Hasundutan.

P : Seperti Bapak katakan, ada kader Golkar tidak mendukung Dosmar-Oloan.

Bagaimana strategi PDI Perjuangan menghadapi kader-kader Golkar tersebut?

N : Yang jelas dari kita secara struktural dari Golkar itu, sudah sah ataupun dukungan ataupun rekomendasi dari tingkat provinsi sampai ke tingkat pusat sudah mendukung koalisi itu. Tapi kalau adapun person, itu namanya person. Person dari salah satu mungkin dewan atau DPRD dari Golkar yang bisa kita bilang abu-abulah. Kita enggak merasa risih, itu memang urusan dia. Tapi secara sah bahwa koalisi ini seperti tadi, syarat sebagai mengusung atau mencalonkan salah satu pasangan calon untuk menjadikan calon bupati dan calon wakil bupati. Kalaupun koalisi-koalisi ataupun ada partai-partai lain yang membelok itu urusan orang itu. Kita enggak mau mencampuri urusan dapur dari partai lain. Namun pun mungkin calon, mungkin ada teguran untuk ini, yaitu internal atau internal partai masing-masing. Soal intervensi, kita enggak sampai ke situ - itu merupakan internal dari partai tetangga, kita dari PDIP itu adalah mengkomunikasikan apa yang menjadi tugas kita – partai. Khusus untuk internal PDIP kita enggak mencampuri orang lain atau partai, kalau koalisi itu bukan gawai kita tapi gawai dari Tim Pemenangan yang dibentuk oleh calon bupati dan calon wakil bupati pada saat itu.

P : Dalam menjalin hubungan dengan koalisi partai-partai lain. Bagaimana komunikasi politik PDI Perjuangan terhadap partai-partai di koalisi Dosmar - Oloan?

N : Iya kita harus bangun karena kan kita harus bangun komunikasi itu. Bukan cuman antara partai politiknya kita bangun komunikasi; baik itu lembaga-lembaga lain, baik itu lembaga yudikatif – Bakumdu yang berwenang dalam sengketa- sengketa pilkada sebelum ke Bawaslu. Kita kan komunikasi politik kita bukan cuman lintas partai. Kita juga komunikasi misalnya LO, kita kan berhubungan dengan KPU, berhubungan dengan Bawaslu, berhubungan dengan Bakumdu tadi. Jadi disana kan pasti ada persoalan-persoalan atau pelanggaran-pelanggaran, yang pertama komunikasi itu iya kita harus tetap jalin.

P : Apakah ada media komunikasi (media cetak, media online, dan lain sejenisnya) dari partai kepada masyarakat dan bagaimana peran dan strategi media sosial tersebut pada pilkada tahun lalu?

N : Iya kita sebenarnya pada saat itu, sebelum pemilihan tahun 2020 - mulai dari pertengahan 2018 saya sebagai ketua komunikasi politik, kita telah membentuk ranting-ranting, sampai PAC. Dan tahun 2019 semua PAC dan Anak Ranting atau sebagian Anak Ranting sudah terbentuk.. Itulah gunanya menjalin hubungan komunikasi politik, jadi tentang media sosial, kebetulan calon kita petahana. Apa capaian-capaian dia pada tahun sebelum- sebelumnya, itu kita angkat ke publik baik dari facebook, WhatsApp, Instagram, Twiter. Di situ memang apa hal-hal yang positif, apa capaian-capaian yang bisa kita jual. Gencar-genjarnya lah kita beritakan disana, dan puji Tuhan memang itu sangat bermanfaat bagi masyarakat yang selama ini tidak tau jadi tau. Soalnya hal-hal yang paling negatif dan hal-hal

yang paling hitam yang di luar dari dugaan sudah menyebar, enggak usah kita sebut calon si A entah calon si B. Memang sudah betul enggak bisa diterima lagi dengan akal bukan persaingan sehat lagi.. Jadi kalau kita dari komunikasi politik, kalau sudah kita counter sebelumnya.

P : PDI Perjuangan mengusung Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Nababan pada Pilkada Humbang Hasundutan tahun 2020, pertanyaannya adalah: bagaimana mekanisme PDI Perjuangan dalam menetapkan calon kepala daerah?

N : Itukan kalau sebenarnya mekanisme dari PDIP, kita kan ada dulu sebelum-sebelumnya itu ada penjaringan. Penjaringan inikan pada saat itu awal Juli tahun 2019 kita mengadakan penjaringan di DPC. PDI Perjuangan membuka pendaftaran calon Bupati dan calon Wakil Bupati. Nah, disana ada Pak Dosmar, ada Pak Oloan. Setelah ini kita jaring dan kita sampaikan dari dari DPC agar menghadirkan calon- calon ini dan mendaftarkan ke DPD di Medan, setelah disampaikan orang ini jaring, kemudian disampaikanlah rekomendasi ini permohonan jaringan ini ke DPP dari DPD. Kita kan sudah melakukan penjaringan disini, penjaringan ini kita ada syarat-syaratnya dilihat latar belakangnya, pendidikannya, apa tujuannya masuk ke PDIP, sesudah terpilih apa program visi dan misinya sampai itu disini. Nah, sesudah itu yang tadi, setelah nama-namanya kita berangkat ke Medan menyampaikan DPD. Sesudah di DPC orang-orang ini dipanggil diwawancarai lagi di Medan, Sesudah orang DPD provinsi mewawancarai orang ini tahapannya hampir persis dengan di DPC ini, dikirimlah nama-nama ini ke DPP. Di DPP itu hak prerogatif dari ketua DPP, Ibu Ketua Megawati Soekarnoputri untuk memutuskan, begitu mekanismenya. Dan setelah tahapan keluarlah nama Dosmar Banjar Nahor dan Oloan Nababan.”

Transkrip Wawancara dengan Jamanat Sihite

Narasumber : Jamanat Sihite sebagai Wakil Ketua Bidang Kaderisasi dan Ideologi Periode 2019-2024.

Tanggal : 17 Maret 2021.

Waktu : 14:00 WIB.

Tempat : Kantor Sekretariat DPC PDI Perjuangan Humbang Hasundutan.

P : Bagaimana sejarah berdirinya PDI Perjuangan di Humbang Hasundutan?

N : Tahun berdirinya tahun 2004 lah diresmikan ini DPC Humbahas. Kita masih ranting dulu itu, masih ketua ranting saya, yang pertama kali ketua DPC nya Ramses Lumban Gaol dia pertama kali. Dia lah yang merintis ini tapi dia yang pertama kali ketua DPC tentu dia yang mendanai semua. Di pusat Mega, di provinsi entah siapa itu lupa aku, yang meresmikannya datang dari DPD. Dibentuklah organisasi PDI Perjuangan kan, itulah siapa ketuanya. Itulah diusulkan ke DPD sama DPP, diSK kan lah dari sana itulah jadi ketua.

P : Bagaimana PDI Perjuangan memperkenalkan ideologinya kepada kader? Dan hal-hal apa saja yang perlu diketahui kader saat bertarung di pilkada tahun lalu?

N : Itu kan kita sering sosialisasi ke bawah, ke PAC, ranting, anak ranting itu ajanya itu strateginya. Jadi disatukanlah orang ini semua, itu ajanya itu, kompaknya orang itu semua. Mulai dari anak ranting sampai ke PACnya semua harus tunduk ke pimpinan partainya kan itu ajanya itu.”

P : Hal-hal apa saja yang harus diketahui oleh kader agar memenangkan Dosmar – Oloan?

N : Bahwa calon PDIP 2016 itu kan tentu kan diberitahu sama pengurus – semua pengurus. Harus tau itu bahwa Dosmar diusung PDI Perjuangan 2016. Itulah dikasih tau sama orang itu disosialisasikan ke masyarakat. Semua pengurus harus bergerak satu barisan, itu ajanya itu. Sampai pada pilkada 2020 sama ajanya itu, kader itu kan pasti dikadernya itu. Itulah namanya kader.

P : Bagaimana metode kaderisasi kepada kader-kader partai dalam memenangkan pilkada tahun lalu?

N : Strateginya kita kan turun ke bawah bentuk PACnya, rantingnya, sama anak rantingnya. Disebutkanlah orang-orang ini sebagai kader kan kita keluarkanlah dulu KTA kan KTA (Kartu Keanggotaan). Jadi di penguruskannya harus ada KTANYA, baru dibentuklah pertama PAC itu kan gawaiannya provinsi tapi dimandatkan ke DPC – dimandati DPC yang membentuk. Kalau ranting itu kan gawaiannya DPC. DPC lah yang mengeluarkan SKnya. Anak ranting ketua PAC yang mengeluarkan KTANYA. Itu ajanya itu.

P : Berapa jumlah seluruh anggota kader PDI Perjuangan di kabupaten Humbang Hasundutan?

N : 4.200 kader sampai anak ranting itu ya.

P : Bagaimana pergerakan kader PDI Perjuangan dalam memenangkan Dosmar – Oloan?

N : Pergerakan kader PDI Perjuangan sangat solid, sangat kompak, satu arah, satu barisan. Kalau dia beda pendapat dengan kita, kita keluarkan – tak bisa macam-macam. Lebih bagus itu kita pecat dari bikin ribut, itu ajanya PDI Perjuangan.

P : Kendala-kendala apa saja yang bapak temukan pada kader PDI Perjuangan dan bagaimana mengevaluasinya?

N : Banyak itu, banyak itu yang berkhianat. Kita kasih sanksi, kita pecat berapa orang itu, banyak itu dari DPC juga ada juga kena pecat langsung karena Ketua kita ini kan orangnya tegas, baik, jadi tak mungkin kita khianati. Mengevaluasinya pemecatannya. Pemecatannya kita cabut KTanya, itu ajanya itu.