

Strategi Tim Sukses Pemenangan Askolani-Slamet dalam Pemilihan Bupati Banyuasin Tahun 2018

Indah Wulandari ¹, Muhammad Qur'anul Kariem ², Amaliatulwalidain ³

^{1,2,3}Ilmu Pemerintahan, Universitas Indo Global Mandiri-Jl Jend. Sudirman No.629 KM. 4 Palembang

E-mail: 2018610035@students.uigm.ac.id

ABSTRAK

Strategi *marketing* politik merupakan salah satu faktor yang mendukung dalam kemenangan terhadap seorang calon kandidat dalam sebuah Pilkada. Pada tahun 2018, terdapat fenomena menarik dalam Pilbub Banyuasin. Dimana perolehan suara dari pasangan Askolani-Slamet dikategorikan mendapatkan perolehan suara cukup besar diantara 5 kandidat lain. Melihat kondisi ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam mengetahui terkait dengan strategi dan signifikansi tim sukses Askolani-Slamet dalam pilbub Banyuasin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa adanya faktor kemenangan koalisi pasangan Askolani-Slamet pada Pemilukada di Kabupaten Banyuasin tahun 2018 dipengaruhi oleh tiga faktor ; *Pertama*, Adanya koalisi partai politik. *Kedua*, Terdapat partisipasi politik dan keterlibatan masyarakat Banyuasin dalam pemberian hak suara pada pemilukada tahun 2018. *Ketiga* Adanya modalitas, yang terdiri dari modal politik, modal sosial, modal budaya dan modal ekonomi. Marketing politik yang telah dilakukan ialah pembentukan figure dan program-program kampanye yang kompleks mencakup 4 indikator yang menggunakan teori Niffenger dalam buku Firmanzah:2020 berjalan dengan optimal dan berjalan dengan baik yaitu penentuan produk politik, promosi, harga, dan tempat.

Kata Kunci: Strategi, *Marketing* Politik, Partai Politik

ABSTRACT

Political marketing strategy is one of the factors that support the victory of a candidate in an election. In 2018, there was an interesting phenomenon in the Pilbub Banyuasin. Where the votes from the Askolani-Slamet pair were categorized as getting quite a large number of votes among the other 5 candidates. Seeing this condition, researchers are interested in conducting research to find out the strategy and significance of the Askolani-Slamet success team in the Banyuasin Pilbub. This study uses descriptive qualitative methods, where data collection techniques use interviews, documentation and observation. The results of this study stated that the factor of the victory of the Askolani-Slamet coalition in the Regional Head General Election in Banyuasin Regency in 2018 was influenced by three factors; First, there is a coalition of political parties. Second, there is political participation and involvement of the Banyuasin community in

granting voting rights in the 2018 post-conflict local election. Third, there are modalities, which consist of political capital, social capital, cultural capital and economic capital. Political marketing that has been carried out is the formation of figures and complex campaign programs that include 4 indicators that use Niffenger's theory in the book Firmanzah: 2020 that runs optimally and runs well, namely determining political products, promotions, prices, and places.

Keywords: *Strategy, Political Marketing, Political Parties*

1. PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah atau yang biasa dikenal dengan Pilkada merupakan suatu proses kontestasi politik dalam proses pemilihan pejabat publik daerah dalam proses sistem Demokrasi. Pada tahun 2005 kebawah Pemilihan Kepala daerah tidak dipilih langsung oleh rakyat, dimana Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih Oleh Dewan Perwakilan Rakyat daerah (DPRD). Namun, Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Otonomi Daerah, dimana dimaksudkan pemilihan Kepala Daerah dan wakil Kepala Daerah dipilih secara langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Umum Kepala Daerah atau biasa disebut Pilkada.

Disahkannya Undang-Undang tersebut secara otomatis langsung memiliki hak untuk memilih pasangan mana yang mereka inginkan. Hingga saat ini Sistem politik demokrasi diyakini sebagai sistem pemerintahan yang paling ideal di dunia. Dimana masyarakat memiliki peran besar dalam menentukan arah dan tujuan suatu negara.

Strategi merupakan suatu rangkaian rencana yang mendeskripsikan tentang perusahaan yang berperan dalam mencapai tujuannya[1]. Adapun beberapa langkah-langkah strategi politik Menurut Peter Schrooder (2009) yaitu: [1] Merumuskan

Misi, [2] Perumusan Sasaran, [3] Implementasi Strategi, [4] Pengendalian Strategi [2].

Salah satu faktor utama keberhasilan sebuah proses pemilihan umum di suatu Negara adalah Tim sukses, dimana hal ini merupakan tugas berat yang dihadapi oleh tim sukses koalisi pemenang Askolani-Slamet dalam Pilbup tahun 2018. Tim sukses dituntut memiliki kecakapan dalam mencari data yang sangat akurat, kemudian data-data tersebut akan dikelola menjadi sebuah informasi yang jelas dan bermanfaat pada saat proses pemenangan pemilihan kepala daerah[3]. Dalam proses pencarian informasi yang dibutuhkan juga, tim sukses harus benar-benar mendapatkan informasi yang jelas kebenarannya agar bisa dipertanggung jawabkan kepada publik nantinya[4].

Pemilihan Legeslatif (Pileg) tahun 2014, Askolani Jasi terpilih sebagai Anggota DPRD Kabupaten Banyuasin dan menduduki jabatan sebagai Wakil Ketua 1. Lalu Pada Pilkada Kabupaten Banyuasin 2018, Askolani Jasi Kembali menjadi calon kuat penantang petahana. Dalam Pilkada Kab Banyuasin yang berlangsung tanggal 27 Juni 2018, Askolani Jasi berpasangan dengan H Slamet Semosentono terpilih menjadi Bupati Kabupaten Banyuasin dengan perolehan suara 131.593 unggul 32.112 suara dari urutan kedua pasangan Arkoni

MD - Hazwar Hamid dengan selisih mencapai 9,8%. Askolani Jasi dan Pak De Slamet didukung oleh 5 partai yakni PDIP, Gerindra, Nasdem, PPP, dan Demokrat [16].



Pasangan Calon		Suara	%
5	Cabup: H. Askolani, S.H., M.H. Cawabup: H. Slamet	131.593	34,1%
2	Cabup: H. Arkoni M.D. Cawabup: H. Hazwar Hamid	99.481	25,8%
3	Cabup: Buya H. M. Husni Thamrin Madani Cawabup: Ir. H. Supartijo Perseorangan	80.321	20,8%
4	Cabup: Ir. H. Syaiful Bakhri A.R., M.Si. Cawabup: H. Agus Salam, S.H.	39.749	10,3%
1	Cabup: Drs. H. Agus Yudiantoro, M.Si. Cawabup: H. Hazuar Bidui A.Z., S.Sos. M.M.	34.787	9,0%
Jumlah Suara Sah		385.931	95,1%
Jumlah Suara Tidak Sah		19.786	4,9%
Partisipasi Pemilih		405.717	69,5%
Tidak Menggunakan Hak Pilih		177.794	30,5%
Jumlah Pemilih Terdaftar		583.511	100,0%

Gambar 1. Paslon Pilkada Banyuwangi Tahun 2018

Sumber: Info pemilu banyuwangi, 2018 [16]

Gambar 1 dapat dilihat pasangan Agus Yudiantoro - Hazuar Bidui diusung oleh partai PAN dan PKS dengan 9 kursi, Lalu pasangan Arkoni MD – Azwar Hamid yang diusung partai Hanura dan PKB dengan 10 kursi. Kemudian, calon perseorangan yaitu Husni Tahmrin - Supartijo. Selanjutnya pasangan Syaiful Bakhri-Agus Salam yang diusung Partai Golkar dan PKPI dengan 9 kursi.

Sedangkan pasangan Askolani - Slamet diusung 5 Parpol Besar dengan jumlah 16 kursi [16].

Pemenangan calon kandidat dalam pilbup tentu tidak lepas dari strategi marketing politik yang dilakukan calon kandidat dan tim sukses serta dukungan kursi parpol.[5] Pada pilbup Banyuwangi Tahun 2018 ini ada fenomena yang menarik, yaitu berupa perolehan suara pasangan Askolani-Slamet dikategorikan cukup besar padahal ada 5 kandidat. Memang terlihat dari perbedaan dukungan kursi tapi tidak apakah karena itu saja. Melihat kondisi tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan apa saja strategi dan signifikansi yang digunakan tim sukses Askolani-Slamet dalam pilbup Banyuwangi Tahun 2018.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Marketing politik mungkin untuk menjual politik atau calon kandidat, namun sebuah konsep yang menawarkan sebuah politik atau kontestan dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual. mencari, mengumpulkan dan menganalisis informasi yang berasal dari masyarakat adalah hal penting yang harus dilakukan sebelum menyusun program kerja[6].

Partai Politik Menurut Carl J Friedrich yang dikutip dalam Miriam Budiardjo, (2008:403) [7] adalah sekelompok orang yang terorganisir secara stabil yang tujuannya adalah untuk tetap berkuasa, untuk mempertahankan kontrol pemerintah kepada para pemimpinnya, dan atas dasar kontrol itu, untuk memberikan cita-cita dan keuntungan materi kepada anggota partai.

Partai politik merupakan pilar penting dalam sistem demokrasi. Lalu politik uang juga dianggap memiliki peran kuat dalam mengikat suara rakyat dalam kontestasi politik [8].

Pierre Bourdieu (1986), dalam bukunya *The Forms of Capital* membedakan tiga jenis modal ialah modal utama yang harus dimiliki oleh calon yang ingin mencalonkan diri dalam pemilihan langsung, yaitu modal politik, modal sosial, dan modal ekonomi [9].

Menurut Irtanto (2008:159) Pemilukada adalah pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota yang selanjutnya disebut pemilihan adalah pelaksanaan rakyat di Provinsi dan Kabupaten / Kota untuk memilih Gubernur, Bupati dan Walikota secara langsung dan demokratis [10]. Pemilukada merupakan bukti dari implementasi demokrasi, mengandung arti bahwa rakyatlah yang memiliki kekuasaan tertinggi. Melalui pemilukada rakyat dapat memilih siapa yang akan menjadi pemimpin daerahnya, menentukan kebijakan yang sesuai dengan budaya daerah, membangkitkan ekonomi daerah dan menentukan masa depan negara untuk lima tahun kedepan[11]. Hakekat tujuan pilkada yakni untuk memunculkan partisipasi politik masyarakat[12].

Indikator Penelitian

Adapun indikator - indikator yang dapat dilihat dari Strategi Tim Sukses Pemenangan Askolani - Slamet dalam Pemilihan Bupati Banyuasin Tahun 2018 yaitu peneliti mengambil teori marketing yang dikemukakan oleh Niffenger dalam buku Firmanzah [6].

Tabel 2. Teori Marketing Politik menurut Niffenger

Marketing menurut (dalam Firmanzah:2012)	Politik Niffenger buku	
alasan pemilihan teori ini karna empat indikator utama yang terdapat dalam teori ini sangat dapat membantu dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang sedang peneliti teliti yaitu dalam menganalisis Strategi Tim Sukses Pemenangan Askolani Slamet dalam Pemilihan Bupati Banyuasin Tahun 2018.	Produk	1. Platform Partai 2. Framing Image 3.Karakteristik Personal 4. Visi Misi
	Promosi	1. Adversiting 2. Publikasi 3. Event Debat
	Harga	1. Biaya Ekonomi 2. Biaya Psikologi
	Tempat	1. Distribusi 2.Merangkul Lapisan Masyarakat

Sumber: diolah dalam buku Firmanzah, 2012

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dapat dipahami sebagai suatu proses pemecahan masalah yang dengan menggambarkan keadaan subjek dan objek penelitian (seseorang, organisasi, komunitas, dan lain-lain) hingga saat ini berdasarkan fakta-fakta sebagaimana mestinya [13].

Unit analisis pada penelitian ini adalah Tim Sukses Pasangan Askolani-Slamet. Selain itu, informan dalam penelitian ini juga bersumber dari lembaga pemerintah yang memiliki wewenang untuk mengurus

serta memberikan edukasi politik terhadap pemilu. Dalam hal ini lembaga yang dimaksud adalah seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu Kab Banyuasin.

Tabel 3. Daftar Informan

Informan	Teknik Yang Digunakan
Fitriawati dari DPC Partai PDIPBanyuasin	Wawancara / Interview
Armadayati, S.E (Tim Sukses Srikandi)	Wawancara / Interview
Iskandar dari Partai Demokrat Banyuasin	Wawancara / Interview
Pihak Komisi Pemilihan Umum Kab Banyuasin	Observasi
Pihak Badan Pengawas Pemilu Kab Banyuasin	Observasi

Sumber: diolah dalam buku Firmanzah, 2012

Bentuk pendekatan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka bentuk pendekatan ini adalah deskriptif kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan analisis pada beberapa titik yang dilakukan dengan; observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

1. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang terjadi pada subjek penelitian (Nawawi, 2005). Dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi sistematis faktor-faktor yang akan observasi lengkap dengan kategorinya [13].

2. Menurut Moleong (2009), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (pewawancara) yang mengajukan pertanyaan dan yang mewawancarai (wawancara) memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut [14].

3. Sugiyono (2015:329) menyatakan bahwa Studi Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”[15].

Analisis data dilakukan secara sistematis dari proses wawancara dengan informan, kemudian mengamati, lalu mengedit, menyingkat, mengklasifikasikan, kemudian penyajian data dan kegiatan pengumpulan data. Sebagai teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Milles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2009), yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas [15].

4. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan teori Niffenger dalam buku Firmanzah:2012 Merujuk pada empat indikator publik, promosi, harga, tempat bahwa semua jajaran narasumber tersebut berhasil dalam Strategi Tim Sukses Pemenangan Askolani-Slamet dalam Pemilihan Bupati Banyuasin tahun 2018. Mengandalkan Tim sukses yang terbagi-bagi tanpa

adanya organisasi besar yang membantu. Dimana terdapat kesimpulan hasil wawancara penelitian dengan Tim Sukses sebagai berikut:

1. Produk

Produk yang ditawarkan oleh tim sukses disini sangat efektif, mereka menarik perhatian masyarakat dengan mengembangkan isu-isu yang ada. Menonjolkan isu-isu yang menarik dibanding lawan. Selalu terjun langsung menemui masyarakat serta mencari tahu bagaimana kondisi di lapangan. Dan karakteristik yang baik pun akan berpengaruh terhadap partisipasi pemilu. produk yang ditawarkan mengenai isu-isu yang berasal dari permasalahan di masyarakat mereka menawarkan program prioritas yaitu:

1. Infrastruktur bagus yang dilakukan pembangunan-pembangunan jalan rusak di kabupaten banyuasin selain itu memberikan bantuan bedah rumah/hunian yang layak bagi masyarakat yang dipilih tidak mampu.
2. Program bangkit petani, yaitu sektor petani padi, serta peternakan dan unggas. Di sektor www melalui Program 1 KK 1 sapi sasarannya masyarakat yang tepat pilihan tiap kecamatan yang kurang mampu yang sebelumnya juga pekerjaannya beternak. Bidang meningkatkan penggunaan benih bermutu, penyediaan pupuk yang cukup, penyediaan Alsintan olah tanah modern, pengolahan tanah secara insentif dengan menggunakan Alsintan TR4, penyediaan pestisida dan pengelolaan air dengan baik,

memperbaiki saluran-saluran udara, pintu-pintu air dan tanggul.

3. Program Banyuasin prima yaitu, membangkitkan perekonomian di Kabupaten Banyuasi melalui peningkatan UMKM.
4. Program Banyuasin sehat, yaitu peningkatan pelayanan hanya berupa layanan berobat gratis dengan menggunakan E-KTP saja serta program dokter masuk desa dan posyandu multifungsi.
5. Program Banyuasin cerdas, yaitu memberikan gratis kebutuhan peralatan sekolah baik SD maupun SMP masyarakat yang tidak mampu. Lalu adanya bantuan 1 juta per mahasiswa yang berlatar belakang kurang mampu.
6. Program keagamaan Banyuasin. Dan program sistem terbuka.

2. Promosi

Indikator promosi di sini adalah tentang alat peraga kampanye yang menggunakan alat peraga umum yang disediakan oleh KPU. Walaupun ada alat lain, sedikit kreativitas tapi tidak menyalahi aturan. Mereka selalu melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat untuk menyediakan kebutuhan pokok sekaligus menyampaikan visi dan misinya. Untuk sosial media, punya akun Facebook: Banyuasin Bangkit Bareng Askolani, Instagram: Banyuasin.bangkit, Chanel Youtube: Banyuasin Bangkit. Strategi promosi lainnya menggunakan 5 pihak besar, kemudian kerabat / keluarga yang juga sangat berpengaruh karena memang di daerah banyuasin ikatan kekerabatan sangat erat.

3. Harga

Indikator harga mengenai sumber dana kampanye ialah aspek yang sangat penting karena menggunakan dana pribadi ataupun dana dari partai politik yang menonjol di sini. Dari laporan penerimaan dan kontestasi dana kampanye Askolani-Slamet yang disusun KPUD Kabupaten Banyuwasin, diketahui pasangan tersebut membutuhkan dana kampanye sekitar 40 miliar hingga saat ini biaya penuhnya belum jelas. Dana tersebut digunakan untuk melaksanakan program kampanye seperti program iklan di media, pengobatan gratis, kampanye akbar dan bantuan lainnya kepada masyarakat Kabupaten Banyuwasin.

4. Tempat

Perkiraan untuk semua posko ada kurang lebih 250 unit karena di setiap kecamatan dan setiap desa ada. Untuk event tidak ada event besar, walaupun ada hanya sekedar pemantapan tim yang datang yaitu tim Kabupaten + kandidat tim Kabupaten akan memberi teknis, kandidat yang datang untuk memberi semangat.

5. PEMBAHASAN

Hasil wawancara dengan penanggung jawab nara sumber juga dapat disimpulkan bahwa faktor kemenangan Askolani-Slamet dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banyuwasin tahun 2018 dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor ini termasuk:

a. Koalisi partai politik, menunjukkan faktor kemenangan pasangan Askolani-Slamet dalam pemilukada Kabupaten Banyuwasin tahun 2018 sebagian besar disebabkan oleh bentuk pertemuan yang

dibangun partai parpol pendukung & pengusung pasangan dengan dukungan 5 parpol besar dengan 16 kursi.

b. Partisipasi Politik Menunjukkan bahwa partisipasi politik masyarakat berperan sangat penting dalam faktor kemenangan juga melihat pasangan Askolani-Slamet dalam pemilukada Kabupaten Banyuwasin tahun 2018 karena tingkat partisipasi di Kabupaten Banyuwasin meningkat.

c. Modalitas

a. Modal politik, unsur modal politik yang dimiliki pasangan Askolani - Slamet dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banyuwasin antara lain kemampuan membaca politik, memahami dinamika politik, dan adanya koalisi partai, tim sukses, serta relawan yang baik dalam mendukung kandidat Askolani-Slamet pada Pemilukada Banyuwasin Tahun 2018.

b. Modal sosial, menunjukkan faktor yang menyebabkan kemenangan koalisi Askolani-Slamet pada pemilukada 2018 karena modal sosialnya yang mencakup basis keluarga yang besar, serta masyarakat yang berhasil dirangkul tim sukses, dan tokoh yang dimiliki, dimana Askolani-Slamet bagian dari Anggota Legislatif yang sudah lama terkenal mudah membaur dengan masyarakat setempat.

c. Modal budaya, menunjukkan bahwa faktor kemenangan paslon Askolani-Slamet dalam pemenang pemilukada tahun 2018 disebabkan karena memiliki modal budaya, latar belakang pendidikan serta organisasi yang dimiliki oleh Askolani-Slamet salah satu modal yang tergolong kuat. Didukung pula oleh

riwayat Askolani yang merupakan wakil ketua DPRD Kabupaten Banyuasin (2014-2020) lalu Slamet yang merupakan Ketua DPRD Kabupaten Banyuasin (2003-2004).

d. Modal ekonomi, menunjukkan bahwa faktor kemenangan koalisi Askolani-Slamet dalam pemenangan pemilukada tahun 2018 karena memang memiliki modal ekonomi. Modal ekonomi digunakan untuk biaya operasional kampanye serta memberi bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, namun bukan dalam bentuk politik uang.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan mengenai Strategi Tim Sukses Pemenangan Askolani Slamet Dalam Pemilihan Bupati Banyuasin Tahun 2018 menggunakan marketing politik yang sangat baik. Pemasaran politik yang telah dilakukan dalam pasangan Askolani-Slamet, yaitu pembentukan tokoh dan program-program kampanye yang terdiri dari 4 indikator yang menggunakan teori Niffenger dalam buku Firmanzah:2020 berjalan dengan optimal dan berjalan dengan baik yaitu menentukan produk politik, promosi, harga, dan tempat. Berbagai strategi kampanye yang dibentuk dan dilakukan tim sukses telah sangat efektif dalam proses pengenalan, pembentukan proses ketersukaan dan sampai pada proses pemilihan pasangan Askolani-Slamet di tempat pemungutan suara (TPS).

Saran

1. Produk

Pilkada selanjutnya tahun 2024 segmen pemilih pemula lebih banyak dari usia non produktif, sehingga di saran kan melakukan sosialiasi pemilih pemula terlebih dahulu berupa penyuluhan untuk remaja. Dengan membuat program infrastruktur fasilitas olahraga untuk para remaja yang mempunyai minat/bakat tetapi terhambat fasilitas, di setiap kecamatan. Para pemilih pemula harus menyadari bahwa kegiatan Pemilu menentukan masa depan dirinya sendiri, masyarakat serta bangsanya.

2. Promosi

Indikator promosi agar lebih efektif dan tentunya murah penulis sarankan mendaya gunakan atau bekerja sama dengan selebgram yang bertempat tinggal di Banyuasin yang mempunyai banyak pengikut di sosial media sehingga lebih efektif. Lalu untuk akun promosi di media sosial sebelumnya tidak ada bisa ditambah dengan aplikasi tiktok, dikarenakan pemilih pemula jaman sekarang cenderung lebih sering dan gemar mendapat info atau berita dari tiktok.

3. Harga

Indikator harga terdapat biaya kampanye agar lebih menekan, bisa dilakukan dengan cara yang efektif dan modern ialah membuat vlog di akun yang sudah ada dipergunakan untuk promosi di media sosial, dengan video-video tersebut dapat menampilkan produk berupa visi misi atau program program kerja yang ditawarkan kepada publik yang secara tidak langsung itu promosi gratis lalu bisa

juga mendapatkan keuntungan. Contohnya membuat video vlog di youtube, lalu video tersebut di like publik dan di subscribe kita bisa mendapatkan pundi rupiah dari aplikasi youtube tersebut.

4. Tempat

Indikator tempat di penelitian ini terdapat kurang lebih 250 unit posko, di saran kan mulai menggunakan media digital untuk aspirasi masyarakat terkait kampanye jadi tidak harus langsung datang ke posko. Misalnya terdapat grup whatsapp, lalu membuat secara daring dengan zoom. Dengan mengurangi jumlah unit posko yang sebelumnya karena bisa lebih hemat tetapi tetap efektif.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Kartajaya, *Marketing for Turn Around*. Jakarta: PT Gramedia Jakarta, 2012.
- [2] P. Schroder, *Politik Edisi Revisi Untuk Pemilu 2009*. Indonesia: Friedrich Nauman Siftung Die Freiheit, 2009.
- [3] S. Tim, P. Pasangan, A. Halindra, S. E. D. H. Riyadi, and S. H. K. Tuban, "Strategi Kampanye Pilkada Serentak Pada Masa Pandemi Covid -19," vol. 19, 2022.
- [4] R. Sanjaya, "Pemasaran Politik Caleg Pendaatang Baru Dalam Pemilu (Studi Kasus Wardi Ningsih Caleg Pan Dapil 1 Kabupaten Lamandau)," *Polit. J. Ilmu Polit.*, vol. 8, no. 1, p. 103, 2017, doi: 10.14710/politika.8.1.2017.103-112.
- [5] C. Lesmana, K. Suryadi, and L. Anggraeni, "Partai Politik sebagai Utilitas Publik dalam Demokrasi di Indonesia," *J. Publisitas*, vol. 8, no. 1, pp. 11–18, 2021, doi: 10.37858/publisitas.v8i1.62.
- [6] Firmanzah, *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2012.
- [7] M. Budiardjo, *Dasar-dasar ilmu politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- [8] I. K. Ratri, Amaliatulwalidain, and Isabella, "Strategi Pemenangan Yan Anton Ferdian Di Pilkada Langsung Kabupaten Banyuasin 2013," *J. Pemerintah dan Polit.*, vol. 2, no. 1, pp. 37–42, 2017.
- [9] Piere Bourdieu, *Book The Sociology of Economic*. Jakarta: PT Gramedia Jakarta, 1986.
- [10] Irtanto, *Dinamika Politik Lokal Era Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- [11] L. Romli, "Pilkada Langsung, Calon Tunggal, dan Masa Depan Demokrasi Lokal," *J. Penelit. Polit.*, vol. 15, no. 2, p. 143, 2018, doi: 10.14203/jpp.v15i2.757.
- [12] M. A. dan T. N. Andrias, "Partai Politik dan Pemilukada (Analisis Marketing Politik dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya)," *J. Ilmu Polit. dan Pemerintah.*, vol. 1, no. 3, pp. 352–372, 2013, [Online]. Available: <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jipp/article/view/MAATN>
- [13] H. Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: University Press, 2005.
- [14] Moleong, *Penelitian Metode Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif*. Bandung: Penerbit Asia, 2015.
- [16] <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada> 2018/hasil2/penetapan/list/nasional.