

JURNAL STUDI ILMU POLITIK

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JSIPO>

Published by:
Faculty of Social and Political Sciences
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang



VOLUME 4, (ISSUE 1, JANUARI 2025)

JURNAL STUDI ILMU POLITIK

ANALISIS PERAN RELAWAN UBAHBARENG JABODETABEK DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING 3P UNTUK PEMENANGAN PILPRES 2024

Dewi Kamalia Wahyuni, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana, Christin Dwi Putri Septian, Lucky Taufik Sutrisno, 1 - 11

ANALISIS DAMPAK PROGRAM BANTUAN PANGAN NON TUNAI DAERAH (BPNTD) TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI PROVINSI GORONTALO

Yolandika Arsyad, Eka Nurwahyuliningsih, 12 - 22

STRATEGI KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH DISABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2024

Belladina, Taufik Akhyar, Erik Darmawan, 23 - 34

MENELAAH PELUANG POLITIK RATU DEWA SEBAGAI CALON WALIKOTA PALEMBANG DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2024

Nys. Syaharani Namira, Taufik Ahyar, Reni Apriani, 35 -50

PEMASARAN POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI PADA AKUN @ZUL.HASAN, @AGUSYUDHOYONO10, DAN @AIRLANGGAHARTARTO)

M.Akbar Julio, Yulion Zalpa, Reni Rentika Waty, 51-60

VOLUME 4

ISSUE 1

PAGE
1 - 60

JANUARI
2025

PUBLISH BY :

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG**

ANALISIS PERAN RELAWAN UBAHBARENG JABODETABEK DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING 3P UNTUK PEMENANGAN PILPRES 2024

**Dewi Kamalia Wahyuni¹, Cecep Safa'atul Barkah², Tetty Herawaty, Lina Auliana⁴,
Christin Dwi Putri Septian⁵, Lucky Taufik Sutrisno⁶**

^{1,2,3,4} Universitas Padjadjaran

^{5,6} Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail : dewi21006@mail.unpad.ac.id

ABSTRACT

The Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (Anies-Imin) pair's winning efforts in the 2024 Presidential Election cannot be separated from the involvement of volunteers. The aim of the research is to analyze the implementation of the 3P political marketing strategy (push, pull and pass marketing) carried out by UbahBareng Jabodetabek volunteers in support of the Anies-Imin campaign. The research uses a qualitative descriptive method with sources originating from primary and secondary data. The research results show that UbahBareng Jabodetabek implements push marketing through activities such as watching together, fun mini football, and visiting residential areas. Pull marketing is implemented through social branding media, activity publications and interesting content related to Anies-Imin. Pass marketing is implemented in collaboration with various parties in the activities and initiatives held. The 3P strategy implemented was effective in promoting Anies-Imin and increasing supporter involvement in order to increase the chances of Anies-Imin winning.

Keywords: *Political Marketing, 3P Strategy, Anies-Imin, Volunteers*

ABSTRAK

Upaya pemenangan pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (Anies-Imin) pada Pemilihan Presiden 2024 tak terlepas dari keterlibatan relawan. Tujuan penelitian adalah melakukan analisis implementasi strategi pemasaran politik 3P (*push, pull, dan pass marketing*) yang dilakukan oleh relawan UbahBareng Jabodetabek dalam mendukung kampanye Anies-Imin. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber yang berasal dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan UbahBareng Jabodetabek mengimplementasikan *push marketing* melalui kegiatan seperti menonton bersama, *fun mini soccer*, dan mengunjungi pemukiman. *Pull marketing* diimplementasikan melalui *branding* media sosial, publikasi kegiatan, dan konten menarik terkait Anies-Imin. *Pass marketing* diimplementasikan dengan kolaborasi bersama berbagai pihak dalam kegiatan dan inisiatif yang diadakan. Strategi 3P yang dilakukan efektif dalam mempromosikan Anies-Imin dan meningkatkan keterlibatan pendukung dalam rangka meningkatkan peluang kemenangan kandidat Anies-Imin.

Kata kunci: Pemasaran Politik, Strategi 3P, Anies-Imin, Relawan

PENDAHULUAN

Pemilihan presiden (Pilpres) 2024 merupakan momentum penting yang bersejarah dalam perjalanan sejarah politik nasional ditunjukkan dengan masifnya kampanye tiap kandidat dan pergeseran gaya komunikasi dan mobilisasi politik yang semakin kompleks pada era digital ini. Salah satu pasangan kandidat Pilpres yang menarik perhatian masyarakat melalui kampanyenya

adalah Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (Anies-Imin). Pasangan Anies-Imin menerapkan berbagai strategi pemasaran politik yang komprehensif sebagai upaya kemenangan mereka, baik melalui kampanye secara langsung ataupun melalui media sosial.

Pemasaran politik dikemukakan oleh Nursal (2004) sebagai penyebaran politik berarti bagi para pemilih melalui rangkaian kegiatan yang direncanakan, strategis, dan taktis yang tidak berjangka pendek. Strategi pemasaran politik merupakan salah satu langkah krusial dalam membangun citra dan menunjukkan langkah serta tujuan program yang dimiliki kandidat untuk mendapat dukungan masyarakat. Agar kampanye sukses, seorang kandidat tidak hanya harus memasarkan dirinya sendiri, tetapi juga *platform* kampanyenya dengan menggunakan saluran informasi yang dapat digunakan untuk melakukan promosi (Newman, 2010). Salah satu saluran informasi dalam pelaksanaan strategi pemasaran politik adalah melalui *push*, *pull*, dan *pass marketing*.

Push, *pull*, dan *pass marketing* merupakan komponen dalam strategi komunikasi pemasaran politik yang digunakan untuk memperkuat posisi yang telah dipilih oleh kandidat. Diharapkan bahwa penerapan konsep manajemen komunikasi dengan menggunakan sarana dan sumber daya yang ada akan memastikan bahwa komunikasi politik tetap transparan, kreatif, mendidik, dan demokratis (Sutarso, 2011).

Push marketing merupakan strategi yang memanfaatkan keterlibatan langsung dengan pemilih untuk mendapatkan dukungan seperti melalui penyebaran materi kampanye atau diskusi secara langsung bersama masyarakat. *Pull marketing* merupakan strategi di mana kandidat atau partai politik dipasarkan melalui media sosial dan konten interaktif untuk mempengaruhi dan menjalin hubungan emosional dengan pemilih. Sementara, *pass marketing* memanfaatkan *influencer* atau *key-person* yang dapat memperkuat narasi kampanye dan mempengaruhi opini publik serta pemilih.

Selain penggunaan strategi pemasaran politik, penggunaan relawan sebagai bagian dari kampanye juga penting di dalam lingkungan politik demokratis. Kehadiran relawan politik dianggap krusial dalam lingkup perpolitikan Indonesia karena kehadirannya seolah menjadi pilar utama kelembagaan demokrasi melalui caranya masing-masing dan tidak jarang bertindak tanpa koordinasi dan terstruktur, namun bergerak dengan sendirinya demi mendukung calon presiden pilihannya (Arianto, 2016). Relawan menjadi agen penyampai pesan yang vital terhadap masyarakat lapisan bawah (*grassroot*) sekaligus menjadi penghubung antara kandidat dengan pemilih.

Pelaksanaan strategi pemasaran politik dalam kampanye Anies-Imin menggunakan berbagai saluran informasi dan mengandalkan peran relawan yang secara nyata berpengaruh dalam mendapatkan dukungan publik. Salah satu kelompok relawan Anies-Imin yang aktif selama periode

kampanye adalah UbahBareng. UbahBareng melaksanakan berbagai kegiatan yang dapat mendukung kampanye Anies-Imin, contohnya dengan keberadaan akun @UbahBareng di *platform* Instagram yang hingga saat ini memiliki lebih dari 200 ribu pengikut membuktikan jika akun relawan bisa menjadi alat dalam menggaet dukungan publik. Selain itu, kelompok relawan juga menjadi perwakilan dari calon terpilih dalam kegiatan komunitas kemasyarakatan.

UbahBareng memiliki beberapa cabang wilayah, salah satunya adalah UbahBareng wilayah Jabodetabek. UbahBareng Jabodetabek melakukan *branding* dan kegiatan aktivasi yang sesuai dengan visi-misi dari Anies-Imin dalam rangka menyampaikan kampanye berbentuk *softselling*. *Branding* utamanya dilakukan di media sosial dan kegiatan aktivasi dilakukan melalui beberapa kegiatan yang melibatkan pemuda-pemudi di wilayah Jabodetabek.

Kegiatan relawan tentu saja tidak sebatas melalui media sosial, namun juga ikut membantu dalam kegiatan kampanye lainnya. Maka, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran relawan Anies-Imin dalam memanfaatkan tiga komponen strategi pemasaran politik yaitu *push*, *pull*, dan *pass marketing* dalam upaya memenangkan Pilpres 2024 dalam rangka memberikan pemahaman yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sugiyono (2011) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai metode dengan pendekatan yang berdasar filosofi post-positivisme, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Teknik *purposive* dan *snowball* digunakan untuk pengambilan sampel, dan hasil lebih menekankan makna.

Data pada penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui teknik wawancara dengan salah satu relawan UbahBareng Jabodetabek dan data sekunder bersumber dari artikel, buku, dan situs *web* yang memiliki hubungan dengan subjek penelitian..

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan Pilpres merupakan salah satu pesta demokrasi yang paling dinantikan setiap periodenya oleh seluruh masyarakat Indonesia. Setiap kandidat berupaya secara maksimal dalam 'menjual' visi, misi, dan program kerja masing-masing untuk mendapatkan dukungan dan suara rakyat. Demi mendapat dukungan, tiap kandidat menggunakan strategi pemasaran politik yang sesuai dengan produk politik dan segmentasi pemilih yang dituju.

Salah satu strategi pemasaran politik yang digunakan dalam rangka mendapat dukungan publik adalah strategi 3P atau strategi *push*, *pull*, dan *pass marketing*. Pendekatan 3P menjadi strategi yang mencakup kegiatan tatap muka, media sosial, dan kerjasama dengan pihak ketiga dalam mengkampanyekan kandidat sehingga dapat menyebarkan informasi secara menyeluruh.

Pilpres merupakan pesta politik berskala nasional dengan pemilih yang mencakup seluruh warga negara Indonesia sehingga kampanye yang dilakukan harus bisa menjangkau seluruh kelas masyarakat. Besarnya kampanye yang harus dilakukan membutuhkan upaya dari segala pihak yang ada sehingga upaya bukan hanya dilakukan oleh kandidat dan partai politik yang mengusungnya, namun juga menggunakan bantuan masyarakat yang ikut membantu mengkampanyekan kandidat, yang disebut juga sebagai relawan.

Anies-Imin (Amin) sebagai salah satu kandidat dalam Pilpres menggunakan relawan sebagai bagian dari tim pemenangan. Salah satu kelompok relawan yang aktif terlibat dalam menyampaikan visi-misi yang dimiliki Amin kepada masyarakat adalah UbahBareng. UbahBareng merupakan kelompok relawan Amin yang berupaya menyampaikan visi-misi kandidat tersebut kepada masyarakat publik melalui media sosial dan kegiatan aktivasi yang melibatkan masyarakat. UbahBareng memiliki tim cabang di tiap wilayahnya di Indonesia, salah satunya adalah UbahBareng Jabodetabek.

UbahBareng Jabodetabek mempunyai objektif dalam kegiatan relawan yang dilakukannya yaitu untuk mempromosikan Anies-Imin dan sebagai media untuk meningkatkan produktivitas dan daya kritis masyarakat. UbahBareng Jabodetabek terdiri dari 46 anggota dengan tiga divisi utama yaitu komunikasi, *event*, dan jaringan aspirasi.

Kegiatan relawan UbahBareng Jabodetabek sebagai salah satu perwakilan Amin dalam kampanye untuk mendapat dukungan publik dapat dikaji menggunakan strategi pemasaran politik 3P (*push*, *pull*, dan *pass marketing*). Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai penggunaan strategi 3P dalam pelaksanaan kegiatan relawan UbahBareng Jabodetabek:

Push Marketing

Push marketing merupakan strategi yang memanfaatkan keterlibatan langsung antara kandidat, partai pengusung, ataupun pihak relawan dengan masyarakat publik sehingga dapat menggalakan respon secara langsung. Russmann (2022) menyebutkan kampanye politik yang sukses membutuhkan pendekatan yang holistik dan *multi-platform* termasuk kampanye lapangan, pertemuan tatap muka dengan pemilih, serta interaksi dengan masyarakat melalui media tradisional.

Nursal (2004) menyebutkan jika strategi *push* juga dapat dilakukan dengan pengadaan kegiatan yang menghibur masyarakat. UbahBareng Jabodetabek mengimplementasikan strategi ini secara langsung dengan mengadakan kegiatan Nobar (Nonton Bareng) Debat Capres 1 & 2 dan kegiatan Nguber Bola yaitu kegiatan *fun mini soccer* yang digelar dengan mengajak pemuda Jabodetabek untuk saling berkompetisi.

Selain itu, UbahBareng Jabodetabek juga berkolaborasi dengan tim pemenangan resmi Amin yaitu Timnas AMIN untuk mengadakan acara Yang Muda Yang Bicara yaitu kegiatan diskusi atau forum yang terbuka untuk umum. Yang Muda Yang Bicara menjadi wadah untuk anak muda berusia 18-35 untuk memaparkan gagasan atau ide kreatifnya terkait topik Ekonomi Kreatif dan Digital dan *Youth Movement*. Kegiatan ini dirancang untuk mendorong partisipasi kaum muda dalam diskusi dan ide-ide inovatif juga sebagai tempat untuk kaum muda berkoneksi dengan individu yang memiliki sumber daya atau modal.

Ketiga kegiatan tersebut menjadi cara UbahBareng Jabodetabek untuk menyebarkan visi-misi Amin yaitu perubahan dengan partisipasi muda-mudi sebagai penggeraknya. Selain sebagai salah satu ajang kampanye untuk mendapatkan suara, kegiatan yang ada juga dilakukan sebagai upaya pemberdayaan komunitas. Melalui Yang Muda Yang Bicara, UbahBareng Jabodetabek memberikan tempat bagi muda-mudi kreatif untuk dapat berkoneksi dengan orang-orang penting di sekitar Amin sehingga ide mereka dapat diaktualisasikan menjadi nyata.

Tak hanya kegiatan komunitas, UbahBareng Jabodetabek bersama dengan UbahBareng seluruh Indonesia mengadakan program Ekspedisi Perubahan dengan mendatangi berbagai wilayah yang memiliki keresahan untuk berdialog secara langsung dengan tim relawan dan anak dari Anies-Imin yaitu Mikail Baswedan dan Rahma Arifa. Aspirasi yang telah diterima nantinya akan diteruskan kepada Anies-Imin sebagai bahan pertimbangan untuk program dan kebijakan selanjutnya.

Melalui kegiatan yang dilakukan, UbahBareng Jabodetabek menasar target audiens yang berbeda seperti contohnya pada kegiatan Nguber Bola, target audiens adalah pemilih pemula hingga anak muda berumur 25 tahun dan anggota karang taruna. Pada kegiatan Nobar Debat, target audiens menasar pada publik baik pendukung Anies-Imin maupun swing voters dikarenakan acara tidak hanya sekedar menonton bersama tetapi juga ada diskusi bersama panelis.

Nursal (2004) menyoroti bahwa salah satu tujuan utama strategi *push marketing* yaitu untuk membangun emosional yang kuat di antara kandidat dan pemilih. Kegiatan yang telah diadakan UbahBareng Jabodetabek menjadi bagian dari Amin untuk memperkenalkan visinya-misinya kepada masyarakat luas. Melalui interaksi ini, masyarakat tidak hanya diajak untuk memahami tujuan besar

Amin bagi Indonesia, namun juga dilibatkan dalam proses dialog dan kegiatan komunitas yang memperkuat hubungan emosional serta menciptakan rasa keterhubungan yang lebih erat antara pemimpin dan pendukungnya. Seorang kandidat maupun tim kampanye tidak hanya perlu menyampaikan pesan politik mereka, tetapi juga harus mengadaptasi gaya komunikasi mereka dengan cara yang lebih personal dan langsung, sehingga dapat menggaet pemilih dari berbagai kalangan (Soenantoko, 2022).

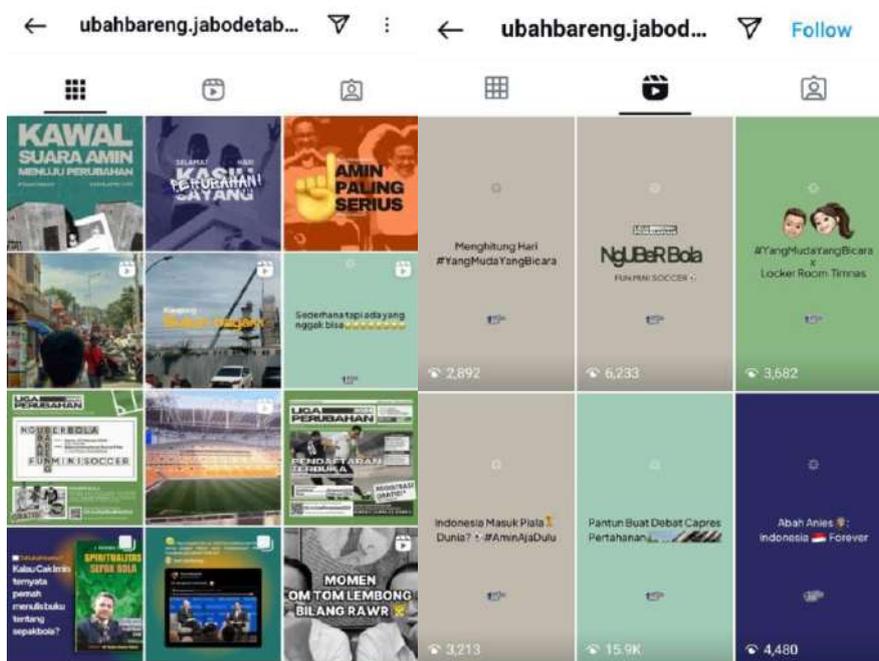
Pull Marketing

Pendekatan lainnya dari strategi 3P adalah *pull marketing* yaitu strategi pembentukan citra dan penyampaian politik pesan dengan memanfaatkan media. Di era digital saat ini, media sosial berperan penting sebagai wadah pembentuk opini publik, penggerak dukungan politik, dan peningkatkan citra diri calon presiden. Media sosial telah menjadi saluran utama bagi kandidat politik untuk menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada publik, Swanson (2003) menyatakan penggunaan media sosial berbeda dengan metode komunikasi politik tradisional yang cenderung bersifat satu arah, seperti iklan televisi atau pidato di depan umum. Hal ini memungkinkan calon presiden seperti Anies Baswedan untuk lebih dekat dengan pemilih, serta untuk menyesuaikan pesan-pesan mereka dengan audiens yang sangat tersegmentasi berdasarkan preferensi pribadi dan geografi (Prakoso et al., 2023).

UbahBareng Jabodetabek mengimplementasikan *pull marketing* dengan menggunakan media sosial Instagram @ubahbareng.jabodetabek. Pada Instagram, UbahBareng Jabodetabek memiliki 2,423 pengikut dengan 32 *post* sejak 26 Desember 2023 hingga 14 Februari 2024. UbahBareng Jabodetabek menarik perhatian masyarakat dengan secara aktif mempublikasikan berbagai informasi, termasuk pengumuman kegiatan dan inisiatif yang diadakan. Selain itu, konten yang diunggah, termasuk rekaman audio-visual hiburan yang menampilkan Amin dan dokumentasi kegiatan relawan, dimaksudkan untuk meningkatkan interaksi publik melalui daya tarik visual.

Media sosial, terutama Instagram, menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan tim kampanye untuk memperoleh data tentang siapa saja yang terlibat dengan konten mereka, seberapa sering mereka berinteraksi, serta apa yang menjadi minat dan perhatian mereka (Gao et al., 2018). Hal ini sesuai dengan aktivitas tim UbahBareng Jabodetabek yang terlebih dulu menjaring opini dan aspirasi publik, kemudian mengolahnya agar kegiatan yang dilakukan dapat berhasil dengan visi-misi Amin yang sesuai dengan kebutuhan Jabodetabek.

Gambar 1. Feeds & Reels Instagram UbahBareng Jabodetabek



Sumber: Instagram @UbahBareng.Jabodetabek

Tim UbahBareng Jabodetabek harus memastikan bahwa setiap konten yang diunggah di media sosial dapat memicu reaksi positif dari pengikutnya dan juga dapat menarik perhatian audiens baru. Konten harus mampu menggugah emosi, memberikan informasi yang bermanfaat, serta menciptakan narasi yang mudah diterima dan diingat oleh publik (Kertamukti, 2019). UbahBareng Jabodetabek melakukannya dengan membuat elemen visual, berupa gambar, infografis, dan video, untuk meningkatkan daya tarik konten dan memperbesar peluang untuk menjadi viral di kalangan pengguna media sosial.

Terdapat total 16 unggahan *reels* UbahBareng Jabodetabek yang diamati peneliti pada Desember 2024. Hasil pengamatan membuktikan jika seluruh *reels* mencapai lebih dari 1.000 tayangan dengan salah satu video *reels* yang menerima 449 ribu tayangan dan seribu komentar. Mencapai 1000 tayangan berarti konten berhasil menarik perhatian audiens, tayangan ini menjadi tolok ukur yang terukur yang menunjukkan kemampuan konten untuk melibatkan, memikat, dan mempertahankan penonton (Lucas, 2024).

Cucu (2023) juga menyatakan jika rata-rata *view rate* pada suatu akun Instagram adalah 10.34% sementara, rata-rata *view rate* yang didapatkan oleh UbahBareng Jabodetabek mencapai lebih dari 100% dikarenakan oleh salah satu unggahannya yang viral. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan jika performa *reels* UbahBareng Jabodetabek cukup efektif dalam menarik

Dewi Kamalia Wahyuni¹, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana, Christin Dwi Putri Septian, Lucky Taufik Sutrisno, Analisis Peran Relawan Ubahbareng Jabodetabek Dalam Implementasi Strategi Marketing 3p Untuk Pemenangan Pilpres 2024, JSIPOL, Vol.4 Issue.1 No.1, Januari 31, 2024

minat audiens. Melalui angka *Pull marketing* bertujuan untuk melakukan promosi secara langsung untuk menarik pemilih ke bilik suara setelah melihat gambar atau media tentang kandidat (Newman, 1994). Upaya UbahBareng Jabodetabek memperbanyak konten dan media tentang Amin, diharapkan dapat menarik semakin banyak pengguna media sosial untuk memberinya dukungannya.

Pass Marketing

Pass marketing merupakan strategi pendekatan dengan menggunakan pihak ketiga seperti *influencer*, *key-person*, atau komunitas lain. UbahBareng Jabodetabek dalam melaksanakan kegiatannya berkolaborasi dengan beberapa pihak seperti Timnas AMIN yang merupakan tim resmi pemenangan Anies-Imin dalam kegiatan Yang Muda Yang Bicara untuk mendatangkan panelis dan audiens profesional sehingga dapat meningkatkan kredibilitas acara dan memfasilitasi peserta untuk dapat melakukan *networking* dengan pihak Timnas AMIN yang memiliki modal dan sumber daya.

Pada kegiatan Ekspedisi Perubahan, UbahBareng Jabodetabek melakukan kolaborasi dengan UbahBareng pusat dan anak dari kandidat Amin yaitu Mikail Baswedan dan Rahma Arifa mengunjungi daerah Kampung Bayam. Kolaborasi ini dilakukan untuk membangun interaksi secara langsung dengan masyarakat oleh pihak Amin, menonjolkan kehadiran tokoh berpengaruh sebagai penguat pesan kampanye, dan memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengkomunikasikan kebutuhan dan keresahannya.

Gambar 2. Kolaborasi UbahBareng Jabodetabek dengan Timnas AMIN



Sumber: Instagram @UbahBareng.Jabodetabek

Strategi *pass marketing* yang dilakukan oleh UbahBareng Jabodetabek memanfaatkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk membuat kegiatan yang baik secara operasional dan memberikan wawasan yang relevan bagi audiens. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana kerja sama dengan pihak ketiga dapat memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan dampaknya, membuat kredibilitas dan kepercayaan UbahBareng Jabodetabek yang merupakan kelompok relawan meningkat dengan adanya figur-figur publik yang turut mendukung kegiatannya.

Dari seluruh pendekatan, dapat dikatakan jika UbahBareng Jabodetabek berhasil mengimplementasikan strategi 3P secara efektif dalam pelaksanaan kegiatannya. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Makkah Ramadhan, salah satu anggota UbahBareng Jabodetabek yang menyatakan:

“Kalau dari apa yang udah kita lakuin, aku bisa bilang UbahBareng Jabodetabek udah bisa tercapai secara objektifnya. Karena objektifnya sebetulnya kita mau supaya masa kampanye ini bukan cuma dipakai untuk promosi paslon aja, tapi bisa jadi media untuk meningkatkan produktivitas dan daya kritis masyarakat juga.”

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada pembahasan di atas keberhasilan strategi pemasaran politik 3P yang diterapkan oleh relawan UbahBareng Jabodetabek dalam mendukung kemenangan pasangan Anies-Imin pada Pilpres 2024 dapat dilihat dari efektivitas implementasi strategi 3P. Pada strategi *push marketing*, UbahBareng Jabodetabek berhasil membangun hubungan emosional yang kuat antara kandidat dan masyarakat dengan mengadakan berbagai acara interaktif yang melibatkan masyarakat langsung, seperti nonton bareng debat capres dan kegiatan olahraga yang dapat menarik partisipasi pemuda Jabodetabek. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana kampanye, tetapi juga memperkuat rasa keterhubungan antara kandidat dan pendukungnya, sekaligus menyebarkan visi perubahan yang diusung oleh Anies-Imin.

Selain itu, strategi *pull marketing* juga diterapkan dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai *platform* untuk menarik perhatian pemilih. UbahBareng Jabodetabek memaksimalkan penggunaan Instagram untuk mempublikasikan berbagai informasi terkait kegiatan mereka serta menyebarkan konten visual yang menampilkan Amin dan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh relawan. Pendekatan ini terbukti efektif karena dapat memperoleh interaksi organik yang signifikan, terbukti dari total *view rate* Instagram UbahBareng Jabodetabek lebih dari 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam menciptakan persepsi yang positif dan

Dewi Kamalia Wahyuni¹, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana, Christin Dwi Putri Septian, Lucky Taufik Sutrisno, Analisis Peran Relawan Ubahbareng Jabodetabek Dalam Implementasi Strategi Marketing 3p Untuk Pemenangan Pilpres 2024, JSIPOL, Vol.4 Issue.1 No.1, Januari 31, 2024

meningkatkan keterlibatan pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang sangat aktif di *platform* tersebut.

Strategi *pass marketing* yang melibatkan kolaborasi dengan pihak ketiga, seperti Timnas AMIN dan tokoh penting seperti Mikail Baswedan dan Rahma Arifa, juga menjadi elemen kunci dalam memperluas jangkauan kampanye. Melalui kolaborasi ini, UbahBareng Jabodetabek berhasil memperkuat kredibilitas dan daya tarik acara kampanye, serta memperluas jaringan dan interaksi dengan masyarakat di berbagai wilayah. Kerja sama dengan pihak-pihak berpengaruh ini tidak hanya meningkatkan kualitas acara, tetapi juga memperkenalkan kandidat kepada audiens yang lebih luas, sehingga semakin memperbesar peluang untuk memenangkan hati pemilih. Dengan demikian, strategi 3P yang diterapkan oleh relawan UbahBareng Jabodetabek menjadi contoh yang efektif dalam mengimplementasikan pemasaran politik dan menunjukkan bagaimana keterlibatan aktif masyarakat dapat mendukung keberhasilan kampanye politik.

Untuk memperkuat strategi pemasaran politik 3P, UbahBareng Jabodetabek dapat memperluas variasi acara interaktif yang melibatkan lebih banyak segmen masyarakat, seperti program sosial dan edukasi, serta meningkatkan pemanfaatan media sosial dengan konten kreatif di *platform* seperti TikTok dan YouTube untuk menjangkau pemilih muda yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi dengan tokoh lokal, *influencer*, dan komunitas harus diperkuat untuk memperluas jaringan kampanye, sementara analisis keterlibatan secara berkala diperlukan untuk menyempurnakan strategi agar tetap relevan dan efektif di periode kampanye berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2016). Fenomena Relawan Politik dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18(2), 130. <https://doi.org/10.22146/jsp.13128>
- Cucu, E. (2023, May 3). [What Data Says] Instagram Reels Can Get an Average Video View Rate up to 3X Higher Compared to Stories. Socialinsider. <https://www.socialinsider.io/blog/view-rate-of-instagram-reels-vs-stories/>
- Gao, X., Zhang, L., & Zhang, Z. (2018). Big data analysis in political communication: The impact of social media on the 2016 U.S. Presidential Election. *Social Media Studies*, 12(2), 23–37.
- Kertamukti, A. (2019). The role of digital media in political campaigns: A study on Indonesia's 2019 presidential election. *Journal of Political Communication*, 45(3), 107–118.

Dewi Kamalia Wahyuni¹, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana, Christin Dwi Putri Septian, Lucky Taufik Sutrisno, Analisis Peran Relawan Ubahbareng Jabodetabek Dalam Implementasi Strategi Marketing 3p Untuk Pemenangan Pilpres 2024, JSIPOL, Vol.4 Issue.1 No.1, Januari 31, 2024

Lucas. (2024, July 31). *Is 1000 Views on Reels Good?* The Marketing Heaven. <https://themarketingheaven.com/is-1000-views-on-reels-good/>

Newman, B. I. (1994). *The Marketing of President: Political Marketing Campaign Strategy*. SAGE Publications, Inc.

Newman, B. L. (2010). *A Review in Political Marketing: Lessons from Recent Presidential Elections*.

Nursal, A. (2004). *Political marketing strategi memenangkan pemilu: sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPD, Presiden*, (1st ed.). Gramedia Pustaka Utama.

Prakoso, A., Himmah, R., & Illahi, S. (2023). The role of digital media in political campaigns: A study on Indonesia's 2019 presidential election. *Journal of Social Media and Politics*, 6(1), 41–59.

Russmann, E. (2022). Combining traditional and digital political campaigns: A case study on the 2024 Indonesian presidential election. *Political Campaigns Review*, 33(2), 56–72.

Soenantoko, T. (2022). Social media and political messaging in Indonesia: Exploring strategies in the 2024 election. *Indonesian Political Journal*, 29(1), 88–102.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sutarso, J. (2011). Pendekatan Pemasaran Politik (Political Marketing) Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Komuniti*, 3(1).

Swanson, D. L. (2003). Political Communication and Public Opinion: Understanding the Role of the Media. *Political Science Review*, 17(3), 45–61.

**ANALISIS DAMPAK PROGRAM BANTUAN PANGAN NON TUNAI DAERAH (BPNTD)
TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
DI PROVINSI GORONTALO**

Yolandika Arsyad¹, Eka Nurwahyuliningsih²

¹Universitas Negeri Makassar,

²Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Candradimuka

E-mail : yolandika.arsyad@unm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah Provinsi Gorontalo melalui analisa evaluasi kriteria Chambers dan pendekatan berbasis hak. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan menggunakan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Subjek penelitian dipilih secara purposive sampling, melibatkan informan Kelompok Penerima Manfaat (KPM), Pendamping, Dinas Sosial, Pemangku Kebijakan terkait. Hasil penelitian diperoleh bahwa sebagai program dan kebijakan sosial dapat dikatakan telah berhasil mengurangi pengeluaran penerima manfaat untuk pemenuhan kebutuhan pangan. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa ada beberapa kekurangan atau gap dalam pelaksanaan program diantaranya terdapat data ganda penerima manfaat, minimnya sistem pengawasan bantuan, sistem perbankan yang masih belum bisa mengakomodir data penerima manfaat secara keseluruhan, serta tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan ekonomi masyarakat miskin. Dengan demikian, temuan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah daerah untuk dapat mengoptimalkan program serupa dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Bantuan Pangan Non Tunai Daerah, Kebijakan Sosial, Kesejahteraan Masyarakat

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of the implementation of the Non-Cash Food Assistance Program in Gorontalo Province through an evaluation analysis of Chambers criteria and a rights-based approach. The study uses a qualitative approach with data collection methods through in-depth interviews, observations, and documentation studies. The data collection techniques use data reduction, data presentation, and drawing conclusions and verification. The research subjects were selected by purposive sampling, involving informants from the Beneficiary Group (KPM), Companions, Social Services, and related Policy Stakeholders. The results of the study showed that as a social program and policy, it can be said to have succeeded in reducing the expenditure of beneficiaries to meet food needs. However, the results of the analysis showed that there were several shortcomings or gaps in the implementation of the program, including duplicate data on beneficiaries, a minimal assistance monitoring system, a banking system that still cannot accommodate beneficiary data as a whole, and does not have a significant effect on changes in the economy of the poor. Thus, these findings can be used as evaluation material for local governments to be able to optimize similar programs in supporting sustainable improvements in community welfare.

Keywords: *Regional Non-Cash Food Assistance, Social Policy, Community Welfare*

PENDAHULUAN

Di Indonesia kemiskinan masih menjadi permasalahan utama yang perlu diatasi secara terpadu serta harus berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam mengatasinya. Tentunya kondisi tersebut mencerminkan situasi di mana seseorang atau kelompok menghadapi berbagai keterbatasan dalam aspek sosial, ekonomi, budaya sehingga hal tersebut dapat menjadi faktor yang menyebabkan adanya kegagalan dalam memenuhi hak dasar khususnya kebutuhan pangan (Aneta, 2010); (Fadhilah et al., 2025). Saat ini prioritas utama pemerintah adalah dapat menimalisir angka kemiskinan, sebagaimana tujuan pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan melalui pelaksanaan pembangunan nasional hal ini dimaksudkan agar dapat membangun masyarakat yang adil dan setara dalam berbagai aspek seperti material dan spiritual serta mencapai kesejahteraan sosial melalui pengaturan perekonomian (Nasution et al., 2025).

Sebagai negara berkembang dalam mengatasi masalah kemiskinan dan ketimpangan, Indonesia telah mengadopsi program bantuan sosial baik dalam bentuk *in kind* (barang), *vouchers/foodstamp*, maupun *cash transfer* (tunai) (Istriawati & Dartanto, 2022). Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan program bantuan sosial skala nasional salah satunya adalah Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT). Adapun pagu alokasi bantuan sosial pangan ditetapkan melalui 1). Keputusan Menteri Sosial Nomor 4/HUK/2018; 2). Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten maupun Kota dapat menganggarkan pada APBD belanja bantuan sosial untuk menambah pagu penerima bansos pangan bagi keluarga yang dianggap miskin dan tidak dalam daftar KPM, sesuai dengan kemampuan daerah setelah memprioritaskan pemenuhan belanja urusan pemerintah wajib dan pilihan kecuali ditentukan lain dalam ketentuan peraturan perundangan; 3). Mekanisme Bansos Pangan dengan APBD dilakukan dengan mengacu pada mekanisme penyaluran program nasional (Sekretariat Direktorat Jenderal Penanganan Fakir Miskin, 2019). Program BPNT penyalurannya disebarluaskan di seluruh wilayah yang memiliki keterbatasan sumber daya salah satunya Provinsi Gorontalo. Di wilayah tersebut, dinamika kemiskinan ditunjukkan dengan berbagai faktor meliputi struktural, geografis dan sosial-ekonomi yang mempengaruhi kemampuan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan (Akib et al., 2025).

Provinsi Gorontalo merupakan salah satu provinsi dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Indonesia. Presentasi kemiskinan di Gorontalo pada tahun 2020 mencapai 15.22% atau sebanyak 185.002 orang (Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo, 2020). Provinsi Gorontalo yang terdiri dari 1 kota dan 5 kabupaten menjadikan sebagian besar masyarakat tinggal di daerah pedesaan. Hal ini menjadikan daerah pedesaan menyumbang angka kemiskinan terbesar di Provinsi Gorontalo yakni

sebesar 23,45%. Mahalnya harga beberapa kebutuhan pokok membuat masyarakat tidak mampu mencukupi kebutuhan gizi harian rumah tangga dan menjadikannya terus berada dalam kondisi yang semakin terpuruk. Untuk mengatasi permasalahan kemiskinan yang terjadi di wilayah Gorontalo, Pemerintah Provinsi Gorontalo mengembangkan program yang sama dengan nama Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (BPNTD).

Program ini dirancang oleh Pemerintah Provinsi Gorontalo sebagai bentuk tanggungjawab untuk memenuhi pemenuhan pangan keluarga miskin dan mulai diimplementasikan pada tahun 2018 yang menasar pada 35.000 penerima manfaat di Provinsi Gorontalo pangan berupa beras, telur, ikan kering, minyak goreng, dan gula di agen BRILink terdekat. Pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat menjadi tanggungjawab pemerintah ketika masyarakat tidak mampu dan memiliki keterbatasan dalam memenuhinya. Terlebih kebutuhan pangan merupakan hal dasar dan mendesak untuk segera diselesaikan karena menyangkut kualitas hidup masyarakat. Masalah kontemporer seperti kelaparan, gizi buruk, hingga *stunting* merupakan akibat yang ditimbulkan karena tidak terpenuhinya kebutuhan pangan yang baik dalam keluarga. Oleh karena itu, pemerintah daerah sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah pusat harus berperan aktif dalam memberikan perlindungan sosial kepada masyarakat miskin dan rentan yang berada di wilayahnya.

Terdapat berbagai penelitian terdahulu yang mengkaji program BPNT. Studi mengenai efektivitas program BPNT bahwa dalam pelaksanaannya masih terdapat tantangan hal ini berkaitan dengan ketepatan sasaran penerima manfaat program, selain itu berkenaan dengan proses pencairan dana telah sesuai dan tepat waktu serta pengawasan program dilaksanakan namun belum efektif (Mufatiroh et al., 2020); (Gobel et al., 2024); (Ogot et al., 2024). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Saputra et al., (2022) mengenai peran pemerintah desa dalam penyaluran bantuan dijelaskan bahwa penyaluran program BPNT masih belum berjalan dengan baik hal ini disebabkan belum lengkapnya administrasi penduduk setempat. Berbeda dengan kajian terdahulu, penelitian ini fokus terhadap analisis kebijakan sosial program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (BPNTD) Provinsi Gorontalo, dengan tujuan untuk mengetahui keefektifan implementasi program yang dilihat dari aspek kriteria evaluasi Chambers dan pemenuhan hak warga negara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni hasil akhir penelitian dijelaskan dengan kata-kata atau kalimat secara deskriptif. Menurut Creswell, (2014) Penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau

kelompok terhadap suatu masalah sosial atau kemanusiaan. Data diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa 1). Studi dokumentasi pada penelitian ini data yang diperoleh melalui dokumentasi berupa foto kondisi di lapangan, sumber internet seperti artikel jurnal ilmiah yang berasal dari berbagai *data base* seperti Google Scholar, dan Researchgate, artikel online sebagai sumber data pendukung, dan buku yang relevan dengan topik penelitian; 2). Studi lapangan, yaitu teknik pengumpulan data mengenai kenyataan langsung di lapangan, yaitu wawancara dilakukan menggunakan instrumen pedoman wawancara dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan memanfaatkan *tape recorder*. Teknik analisa data menggunakan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*).

Subjek penelitian dipilih menggunakan metode purposive sampling. Menurut Soehartono (2011), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan tujuan, di mana pemilihan informan sebagai anggota sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan peneliti sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Adapun informan penelitian terdiri dari Kelompok Penerima Manfaat (KPM), Pendamping, Dinas Sosial, Pemangku Kebijakan terkait.

Metode analisa yang digunakan dalam menganalisis program BPNTD pada penelitian ini menggunakan analisis Chambers dan pendekatan hak (*Righ Based Approach*). Berikut adalah gambaran umum analisis yang akan digunakan Evaluation Criteria Chambers menggunakan 5 (lima) elemen kebijakan sebagai tolak ukur analisis diantaranya *Goals and objectives, Forms of benefis and services, Eligibility rules, Administration and service delivery, Financing*. Selanjutnya Chambers mengemukakan tiga kriteria evaluasi untuk program sosial. Pertama, menggunakan analisis masalah sosial (*social problem analysis*) yakni kebijakan atau program memiliki potensi untuk menimbulkan dampak pada masalah sosial yang ingin dipecahkannya. Kedua, menggunakan perspektif nilai tradisional yaitu *adequacy, equity, and efficiency* yang dikembangkan oleh para ekonomi. Evaluasi ini berfokus pada masalah ekonomi berskala besar namun tidak terlalu dapat digunakan dalam evaluasi program. Ketiga, menggunakan elemen kebijakan tertentu yang mencakup: kesesuaian elemen kebijakan dengan masalah sosial, konsekuensi elemen kebijakan terkait dengan kecukupan, kesetaraan, dan efisiensi bagi peserta program, serta kriteria unik yang berguna untuk elemen kebijakan tunggal tetapi tidak untuk elemen lainnya.

Pendekatan selanjutnya yang digunakan yakni pendekatan berbasis hak asasi manusia terhadap kebijakan sosial adalah kerangka kerja konseptual normatif yang berupaya untuk mempromosikan dan melindungi Hak Asasi Manusia (HAM). Dalam pendekatan ini, kebijakan sosial

dikembangkan untuk memajukan HAM, sehingga subjek analisisnya meliputi rencana, tujuan serta implementasi program. Pendekatan HAM berusaha untuk mengevaluasi proses dan hasil dari kebijakan sosial dengan menggunakan prinsip-prinsip HAM yaitu Partisipasi, Akuntabilitas, Non diskriminasi, dan Kesetaraan (PANE). *Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights* (OHCHR) mengembangkan indikator menilai perwujudan HAM yakni dengan melihat 3 (tiga) indikator yaitu struktural, proses, dan hasil dimana dalam masing-masing indikator harus mencakup salah satu dari prinsip-prinsip HAM.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Penelitian

Kementerian sosial selaku *leading sector* dalam menangani permasalahan pemenuhan kebutuhan pangan telah mengeluarkan program sembako atau yang dahulu dikenal dengan Beras Sejahtera (Rastra). Program Sembako merupakan bantuan pangan non tunai, dimana setiap bulannya penerima manfaat mendapatkan uang sebesar Rp. 200.000 untuk dibelanjakan kebutuhan pangan keluarga. Program Sembako saat ini telah mencakup 20 juta penerima manfaat di seluruh Indonesia yang telah terdaftar dalam Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS).

Program yang sama juga telah dikembangkan oleh Pemerintah Provinsi Gorontalo dengan nama Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (BPNTD). Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (BPNTD) merupakan program bantuan sosial yang diberikan oleh pemerintah Provinsi Gorontalo sebagai salah satu upaya untuk menurunkan angka kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan pangan keluarga miskin. Bantuan yang diterima oleh KPM BPNTD berupa uang sebesar Rp. 100.000 yang harus dibelanjakan oleh KPM untuk membeli bahan pangan seperti beras, telur, ikan kering, minyak goreng, dan gula sesuai dengan yang tertera dalam Peraturan Gubernur Nomor 75 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (BPNTD). Program BPNTD juga diatur oleh sejumlah regulasi lainnya diantaranya Surat Keputusan Gubernur Gorontalo Nomor 432 Tahun 2017 tentang Penetapan Jumlah Penerima Manfaat Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah Provinsi Gorontalo Tahun 2018., dan Surat Keputusan Gubernur Gorontalo Nomor 175 Tahun 2018 tentang Pembentukan Tim Pengendali Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah di Provinsi Gorontalo.

Adapun pengambilan kebijakan terkait program BPNTD didasari oleh beberapa faktor seperti faktor ekonomi yang mendukung dengan adanya Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) untuk penanggulangan kemiskinan. Faktor sosial dan budaya, dimana program BPNTD melibatkan

usaha mikro dalam masyarakat untuk mempercepat proses penyaluran bantuan dan peningkatan ekonomi pemilik usaha mikro. Selain itu juga adanya faktor politik yang mendukung implementasi program, dimana BPNTD merupakan kebijakan yang populis dalam masyarakat sehingga implementasi program dapat diterima dan dimanfaatkan oleh masyarakat.

Pembahasan

Penelitian ini memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti terkait pelaksanaan efektivitas program BPNTD di Provinsi Gorontalo dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat dilihat dari pemenuhan hak warga negara. Sebagaimana pembahasan penelitian berkaitan dengan kriteria evaluasi program menurut Chambers, (2013) dan *Right Based Perspective* menurut hemat S. Gatenio Gobel. (2016).

Evaluation Criteria Chambers

Program BPNTD telah dilaksanakan pada tahun 2018 hingga 2019 dengan jumlah penerima manfaat sebanyak 35.000 Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Program BPNTD ditargetkan untuk keluarga miskin yang terdaftar pada desil 1 hingga desil 4 DTKS dan belum pernah menerima bantuan dari pemerintah pusat. Namun pada implementasinya, masih banyak terdapat penerima manfaat yang sudah menerima bantuan pemerintah pusat seperti program Sembako dan Program Keluarga Harapan (PKH). Hal ini mencakup analisis *eligibility rules* atau kriteria penerima manfaat dalam Chambers yang ditentukan berdasarkan *mean test* atau sesuai dengan kriteria kelayakan penerima bantuan. Kriteria evaluasi dalam ciri penerima manfaat ini adalah *underutilization* atau kurangnya pemanfaatan masyarakat dalam penetapan kelompok sasaran, sehingga menyebabkan permasalahan data penerima ganda dengan penerima bantuan sosial lainnya.

Disisi lain pemerintah provinsi Gorontalo melakukan inovasi agar bantuan dapat tersalurkan secara tepat kepada penerima manfaat. Mekanisme penyaluran BPNTD disalurkan secara non tunai pada rekening KPM sebesar Rp. 100.000 yang kemudian dapat dibelanjakan bahan pangan seperti beras, ikan kering, telur, gula, dan minyak goreng di agen BRILink terdekat. Dalam kriteria evaluasi Chambers yang berkaitan dengan mekanisme penyaluran BPNTD adalah aksesibilitas dan partisipasi penerima manfaat dalam mengambil keputusan. Program BPNTD memang dirancang agar memudahkan akses KPM dalam membeli bahan pangan, sehingga dipilih agen BRILink sebagai penyalur atau tempat KPM bertransaksi, dengan demikian KPM tidak harus mengeluarkan banyak biaya untuk dapat membelanjakan bantuannya. Selain itu KPM juga diberikan kebebasan untuk memanfaatkan bantuan dengan memprioritaskan kebutuhan pangan yang diperlukan keluarga.

Namun, kebebasan KPM dalam menggunakan bantuan masih sering disalahgunakan untuk bahan lain yang tidak tercantum dalam ketentuan program.

Manfaat yang diberikan oleh program BPNTD merupakan manfaat langsung berupa bahan pangan yang bertujuan untuk memberikan nutrisi yang lebih seimbang pada KPM serta mengurangi beban pengeluaran KPM dalam pemenuhan kebutuhan pangan. Sehingga tujuan dan hasil yang diharapkan pemerintah dengan adanya program BPNTD adalah sebagai berikut:

1. Meningkatnya ketahanan pangan KPM sekaligus sebagai mekanisme perlindungan sosial dan penanggulangan kemiskinan
2. Meningkatnya akses masyarakat terhadap layanan keuangan inklusi
3. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi daerah melalui pengembangan usaha mikro di bidang pengolahan komoditas lokal.

Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah Provinsi Gorontalo mendukung program BPNTD dengan mengalokasikan anggaran sebesar 42 Milyar Rupiah yang bersumber dari APBD Provinsi Gorontalo. Hal ini tentu saja mengakibatkan adanya trade off dari nilai efisiensi dan kesetaraan, dimana sebagai bantuan sosial, nilai utama yang mendasari program adalah kesetaraan. Hal ini telah terealisasi dengan adanya BPNTD masyarakat dapat membelanjakan kebutuhan pangan sehari-hari tanpa membebani pengeluaran keluarga yang lainnya. Disisi lain pemerintah harus melakukan redistribusi untuk membiayai program yang bersumber dari pajak, hal ini menjadikan nilai efisiensi turun karena pemerintah harus turut andil dalam mengendalikan sistem pasar. Sehingga apabila program BPNTD tidak dilaksanakan maka kesenjangan atau ketidaksetaraan tetap ada dalam masyarakat, sedangkan apabila program ini dijalankan maka kesetaraan dalam masyarakat meningkat dengan adanya kesempatan masyarakat miskin dalam mengakses kebutuhan pangan.

Disamping adanya pertentangan nilai dalam program BPNTD, terdapat hasil yang tidak diharapkan yaitu masih adanya rekening dan kartu ATM KPM yang tidak tersalur karena adanya permasalahan sistem perbankan, sehingga KPM tidak dapat mengambil bantuannya. Masalah tingkat pengawasan perbankan yang masih lemah terhadap rekening KPM juga memicu adanya penyalahgunaan bantuan, sehingga tujuan untuk memenuhi kebutuhan pangan tidak dapat tercapai secara maksimal. Berdasarkan hasil analisa tersebut, klaim kelompok atau pihak yang menentang adanya program BPNTD terkait dengan ketidakmerataan dan ketidaksetaraan penerima manfaat program masih menjadi isu utama dalam implementasi program dan berpotensi menimbulkan kecemburuan sosial dalam masyarakat karena belum tepatnya sistem *targeting* program secara spesifik.

Right Based Perspective

Perwujudan hak asasi manusia dalam program BPNTD, maka akan digunakan 3 (tiga) indikator utama OHCHR yakni *legal structure*, proses, dan hasil, dimana masing-masing akan dikaitkan dengan prinsip partisipasi, akuntabilitas, serta non diskriminasi dan kesetaraan (S. Gateno Gobel. (2016)).

1. Legal structure

Salah satu landasan hukum dalam pelaksanaan program BPNTD adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang sistem Jaminan Sosial dimana setiap orang berhak atas jaminan sosial untuk dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak dan meningkatkan martabatnya menuju tewujudnya masyarakat Indonesia yang sejahtera, adil, dan makmur. Landasan hukum ini menunjukkan adanya salah satu prinsip penegakan HAM yakni non diskriminasi dan kesetaraan. Alasannya adalah penerima manfaat BPNTD merupakan fakir miskin yang terdata dalam DTKS dan dnegan adanya bantuan ini maka bahan pangan dapat diakses oleh siapa saja. Disisi lain dari prinsi partisipasi masih kurang menunjukkan adanya keterlibatan masyarakat sebagai kelompok sasaran dalam perumusan program, sehingga menimbulkan kelompok yang menentang sistem penargetan program. Hal ini menjadi kelemahan program BPNTD, dimana penentuan target sasaran belum optimal sehingga masih adanya masyarakat yang tidak terakomodir oleh program BPNTD maupun program pemerintah pusat.

2. Proses

Proses atau implementasi program BPNTD telah dijalankan sesuai dengan petunjuk teknis pelaksanaan program. Dimana sebelum bantuan disalurkan pada rekening KPM, Dinas Sosial selaku pelaksana program mengajukan Surat Perintah Pencairan Dana (SP2D) pada bank penyalur dan kemudian akan diteruskan pada rekening KPM. Selanjutnya pada penyaluran atau proses transaksi di lapangan, BRILink menyediakan bahan pangan sesuai ketentuan program yang kemudian akan dipilih oleh KPM sesuai dengan kebutuhannya. Dalam indikator proses, prinsip HAM yang telah diterapkan mencakup partisipasi, akuntabilitas, serta non diskriminasi dan kesetaraan. Pada prinsip partisipasi, program BPNTD memberikan kesempatan pada masyarakat yang memiliki usaha mikro dapat menjadi agen penyalur untuk mengembangkan usahanya. Akuntabilitas dalam program BPNTD juga sangat jelas, dimana segala bentuk pembiayaan program dapat dipertanggungjawabkan melalui laporan. Selain itu, implementasi program BPNTD juga memberikan kesetaraan pada penerima manfaat dimana dengan nominal bantuan yang sama, KPM dapat membelanjakan kebutuhan pangan keluarga. Namun, kekurangan dari proses implementasi program yakni adanya

bantuan yang tidak dapat disalurkan pada penerima manfaat yang disebabkan oleh masalah dalam sistem perbankan yang tidak mendukung dokumen KPM.

3. Hasil

Indikator ketiga yang digunakan dalam penilaian HAM adalah hasil atau *outcome* pelaksanaan program. Hasil yang diharapkan dari program BPNTD adalah terpenuhinya kebutuhan pangan keluarga miskin. Dalam hal ketercapaian tujuan program, prinsip HAM yang diterapkan dalam hal ini adalah akuntabilitas. Dimana pelaksana program menyertakan Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) yang dapat diakses oleh public. Terdapat gap atau kelemahan program dari segi hasil, yakni program BPNTD tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan ekonomi penerima manfaat, serta tidak menutup kemungkinan dapat menyebabkan ketergantungan masyarakat pada program pemerintah.

KESIMPULAN

Sebagai program dan kebijakan sosial, BPNTD telah efektif dalam membantu mengurangi pengeluaran KPM dalam pemenuhan kebutuhan pangan. Namun, berdasarkan hasil analisis berdasarkan kriteria evaluasi Chambers dan pendekatan hak masih terdapat beberapa kekurangan atau gap dalam implementasi program, diantaranya yaitu: 1). Sistem penargetan yang belum spesifik, sehingga masih ada KPM yang ganda dengan penerima bantuan lain serta masyarakat yang tidak tercover BPNTD; 2). Sistem pengawasan bantuan yang masih minim, sehingga berpotensi disalahgunakan oleh KPM; 3). Sistem perbankan yang tidak dapat mengakomodir seluruh data KPM, sehingga bantuan tidak dapat digunakan oleh KPM; 4). Tidak berpengaruh signifikan pada perubahan ekonomi masyarakat miskin.

Terdapat beberapa rekomendasi program yang hendaknya dapat dipertimbangkan dan dilaksanakan oleh pemerintah Provinsi Gorontalo agar program ini dapat mewujudkan penerapan HAM dalam kebijakan sosial. Berikut merupakan beberapa rekomendasi perbaikan program berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan 1). Program BPNTD hendaknya dikhususkan untuk masyarakat miskin yang berada pada desil 1 dan 2 DTKS serta masyarakat yang belum pernah menerima bantuan sosial lainnya serta melibatkan masyarakat dalam perencanaan program. Hal ini dimaksudkan memperbaiki sistem penargetan dan memberikan peluang bagi masyarakat miskin lain untuk memperoleh bantuan pemerintah dalam mencapai kesetaraan; 2). Meningkatkan mekanisme pendampingan program dan monitoring *by system* oleh pihak bank terkait transaksi rekening KPM untuk membatasi kebebasan KPM yang berpotensi menyalahgunakan bantuan; 3). Melakukan

Yolandika Arsyad, Eka Nurwahyuliningsih, Analisis Dampak Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (Bpntd) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Gorontalo, JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 2, Januari 31, 2025

rekonsiliasi data KPM yang ada pada Dinas Sosial dan data *Know Your Costumer* (KYC) pada sistem perbankan agar KPM dapat menerima buku tabungan dan ATM yang dapat dipergunakan untuk bertransaksi kebutuhan pangan; 4). Menjadikan program BPNTD sebagai program jangka panjang agar dapat meningkatkan taraf ekonomi KPM serta menjamin terpenuhinya kebutuhan pangan KPM.

SITASI DAN DAFTAR PUSTAKA

- Akib, F. H. Y., Novriansyah, M. A., & Wolok, E. (2025). Dinamika Kemiskinan di Provinsi Gorontalo: Tren, Tantangan, dan Strategi Penanggulangan 2012-2022. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 1203–1215.
- Aneta, A. (2010). Implementasi Kebijakan Program Penanggulangan Kemiskinan Perkotaan (P2KP) Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 1(1), 54. <https://doi.org/10.26858/jiap.v1i1.132>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo. (2020). *Presentase Penduduk Miskin Provinsi Gorontalo*.
- Chambers, Donald E., dan Bonk, Jane Frances. (2013). *Social Policy and Social Programs Sixth Edition*. Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design (Quantitative, Qualitative, and Mixed Method)*. SAGE Publication, Inc
- Fadhilah, M. F., Sumpena, D., & Aliyudin. (2025). Peranan Pusat Kesejahteraan Sosial Dalam Pelayanan Pengaduan Masyarakat Miskin. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 10(1), 1–20.
- Gobel, R., Gobel, L. Van, & Antu, Y. (2024). Efektivitas Pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai di Desa Tolitehuyu, Kecamatan Monano, Kabupaten Gorontalo Utara. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 4(4), 8934–8947.
- Istriawati, N., & Dartanto, T. (2022). Dampak Bantuan Pangan Non Tunai terhadap Konsumsi Makanan dan Rokok pada Rumah Tangga Miskin di Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 1158–1172. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1407>
- Mufatiroh, E., Ratnawati, S., & Kurniawan, B. A. (2020). Implementasi Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Melalui E-Warung di Kelurahan Sumpu Kecamatan Driyorejo. *Jurnal Intelektual Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 151–158.
- Nasution, A. S., Syahrani, M. M., Prastanti, R., & Hasibuan, Y. A.-Z. (2025). Kebijakan Bantuan Langsung Tunai (BLT) dalam Membantu Kesejahteraan Masyarakat. *MUSYTARI*, 14(2).

Yolandika Arsyad, Eka Nurwahyuliningsih, Analisis Dampak Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah (Bpntd) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Gorontalo, JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 2, Januari 31, 2025

Ogot, R. S., Pramono, S., & Widyawati. (2024). Efektivitas Pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Kelurahan Watu Kecamatan Langke Rembong Kabupaten Manggarai. *Soetomo Administrasi Publik*, 2(1), 179–188.

Peraturan Gubernur Gorontalo Nomor 75 Tahun 2017 tentang *Pedoman Pelaksanaan Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah*.

S. Gatenio Gobel. (2016). *A Rights Based Approach to Social Policy Analysis*. Springer International Publishing Switzerland.

Saputra, R. E., Batubara, B. M., & Suharyanto, A. (2022). Peranan Pemerintah Desa Dalam Penyaluran Bantuan Pangan Non Tunai pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Simpang Empat Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM) Available*, 4(2), 157–163. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i2.1438>

Sekretariat Direktorat Jenderal Penanganan Fakir Miskin. (2019). Kenali Lebih Dekat Program Bantuan Pangan Non Tunai. In *Kemensos.go.id*. <https://kemensos.go.id/uploads/topics/15664651387355.pdf>

Soehartono, I. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosdakarya

Surat Keputusan Gubernur Gorontalo Nomor 175 Tahun 2018 tentang *Pembentukan Tim Pengendali Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah di Provinsi Gorontalo*.

Surat Keputusan Gubernur Gorontalo Nomor 175 Tahun 2018 tentang *Pembentukan Tim Pengendali Program Bantuan Pangan Non Tunai Daerah di Provinsi Gorontalo*.

**STRATEGI KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN TULANG BAWANG
BARAT DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH DISABILITAS PADA
PEMILU TAHUN 2024**

Belladina¹, Taufik Akhyar², Erik Darmawan³

¹²³Ilmu Politik, FISIP Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: **bellauin7@gmail.com**

ABSTRACT

The General Election Commission is one of the election organizing institutions. The problem with this research is the low level of participation of disabled voters in the 2019 elections. Therefore, this research aims to find out what strategies are being implemented by the West Tulang Bawang KPU in increasing the participation of disabled voters in the 2024 elections. The method used is a qualitative approach with the type field research. Meanwhile, data collection techniques were carried out using observation, interviews and documentation. The primary data sources in this research are the Secretary of the West Tulang Bawang KPU and the Head of the Technical Subdivision for Election Organizers, Public Relations Participation. Secondary data comes from books, journals and other written sources. In analyzing research using strategy theory according to Schendel and Charles Hofer (1985). The results of this research show that in increasing the participation of voters with disabilities in the 2024 elections, the West Tulang Bawang KPU implemented a strategy with four levels or stages, namely: First, Enterprise Strategy related to the role of the KPU as an organization that has relationships with the community, especially people with disabilities, so a political education strategy was implemented. to strengthen initial relationships with people with disabilities. Second, the Corporate Strategy of the West Tulang Bawang KPU carries out strategies related to its vision and mission and function as an election organizing institution, one of which is by conducting door to door outreach. Third, Business Strategy as a strategy at the KPU level as an election organizing institution to attract participation from voters with disabilities in the community with demand and support. Fourth, the Functional Strategy of the West Tulang Bawang KPU by conducting elections door to door or visiting the residences of people with disabilities who cannot attend the polling location due to accessibility problems.

Keywords: *General Election Commission, Voters with Disabilities, 2024 Election*

ABSTRAK

Komisi Pemilihan Umum merupakan salah satu lembaga penyelenggara pemilu. Masalah pada penelitian ini adalah rendahnya tingkat partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu tahun 2019. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh KPU Tulang Bawang Barat dalam meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu tahun 2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer pada penelitian ini adalah Sekretaris KPU Tulang Bawang Barat dan Kasubag Teknis

Penyelenggara Pemilu Partisipasi Hubungan Masyarakat. Data sekunder bersumber dari buku, jurnal, dan sumber tertulis lainnya. Dalam menganalisis penelitian menggunakan teori strategi menurut Schendel dan Charles Hofer (1985). Hasil penelitian ini menunjukkan dalam meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu tahun 2024 KPU Tulang Bawang Barat melakukan strategi dengan empat tingkatan atau tahapan, yaitu: Pertama *Enterprise Strategy* berkaitan dengan peran KPU sebagai organisasi yang mempunyai hubungan dengan masyarakat terutama pada penyandang disabilitas maka dilakukan strategi pendidikan politik untuk memperkuat hubungan awal dengan penyandang disabilitas. Kedua, *Corporate Strategy* KPU Tulang Bawang Barat melakukan strategi yang berkaitan dengan visi misi dan fungsinya sebagai lembaga penyelenggara pemilu, salah satunya adalah dengan melakukan sosialisasi *door to door*. Ketiga, *Business Strategy* sebagai strategi pada tingkat KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu menarik minat partisipasi pemilih disabilitas di tengah masyarakat dengan *demand and support*. Keempat, *Functional Strategy* KPU Tulang Bawang Barat dengan cara melakukan Pemilu secara *door to door* atau mendatangi kediaman penyandang disabilitas yang tidak dapat hadir ke lokasi TPS karena masalah aksesibilitas.

Kata Kunci: Komisi Pemilihan Umum, Pemilih Disabilitas, Pemilu 2024

PENDAHULUAN

KPU mempunyai tugas dan kewenangan untuk menjalankan pendidikan dengan pemilih supaya tetap terus mementingkan dengan namanya independensi, integritas diri juga profesionalitas dalam dunia kerja. Bila ini tidak digerakkan atau di laksanakan ambivalensi akan terjadi. Terjalannya proses pendidikan pemilih, sosialisasi dan sebagainya yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum nantinya akan dapat mempengaruhi tingkat partisipasi politik masyarakat pada setiap pemilihan umum di setiap daerah (Ananda, 2023).

Pada hakekatnya, keterlibatan rakyat dalam pemilu berfungsi sebagai cara bagi mereka untuk memiliki kendali atas jalannya pemerintahan terpilih. Selain itu, masyarakat memiliki kewenangan untuk menetapkan dan menyajikan mandat mereka. Selanjutnya, keterlibatan politik komunitas dapat berfungsi sebagai sarana bagi seorang ataupun kelompok sosial untuk hadir pada masyarakat dalam memberi pengaruh dengan pemerintah lewat proses politik. Tingkat partisipasi pemilih merupakan aspek krusial dalam menjaga demokrasi karena secara langsung mempengaruhi hasil pemilu dan tata kehidupan masyarakat. Konsekuensinya, negara-negara seperti Indonesia yang menganut sistem pemerintahan demokratis lebih mengutamakan memastikan partisipasi pemilih dalam proses pemilihan umum, terlepas dari hadir atau tidaknya masyarakat untuk memilih (Putri, 2016).

Walaupun bukan faktor satu-satunya untuk menentukan sukses ataupun tidaknya pemilu, partisipasi politik masyarakat menjadi pemegang kunci dalam setiap acara gelaran pemilu, namun jika tingkat partisipasi politik masyarakat jika dilihat lebih rendah dengan

begitu pemilu bisa dinyatakan kurang berhasil. Berarti dapat diartikan partisipasi politik masyarakat menjadi sebagian pilar yang sangat penting pada penyelenggaraan pemilu. Partisipasi politik masyarakat terkhususnya pemilu telah diatur pada aturan KPU (Gleko, 2017).

Pada umumnya, sejalan pada syarat aturan dalam UU tentang usia warga negara dengan dapat menggunakan hak suaranya, tanpa terkecuali baik itu masyarakat biasa yang telah memenuhi syarat, masyarakat pinggiran, hingga masyarakat dengan keterbelakangan sekalipun. Tapi akses guna bisa memberi hak suaranya tidak bisa diakses secara gampang pada semua lapisan masyarakat terutama masyarakat penyandang disabilitas dengan membutuhkan akses khusus supaya bisa memberi partisipasi politiknya pada pemilu. Bukan cuma dengan hal memberi hak suara, ikut aktivitas politik misalkan kampanye ataupun terkait pada aktivitas pengawasan juga pemantauan pemilu dengan seharusnya mampu semua masyarakat ikuti menjadi hal dengan begitu sulit masyarakat akses oleh yang menyandang disabilitas. Hal tersebut sebab kurang didukung akses untuk masyarakat penyandang disabilitas ataupun aturan mengenai pemakaian hak suara dengan membebani masyarakat ini.

Dalam dasarnya hak politik masyarakat yang menyandang disabilitas sudah dicantumkan pada UU Pasal 13 Nomor 8 Tahun 2016 Yakni Yang Menyandang Disabilitas sebagaiannya ialah memberi peluang juga hak yang sama supaya bisa ikut serta politik pada pemilu (Febrianto, 2018). Partisipasi politik penyandang disabilitas semestinya bukan cuma terbatas dalam memberi hak suara saja, tapi penyandang disabilitas bisa berperan juga aktif pada aktivitas partisipasi politik lainnya. Sebagian terbatasnya masyarakat yang menyandang disabilitas ketika penyelenggaraan pemilu yakni terbatasnya pengakses pelayanan publik terkhusus pada Tempat Pemungutan Suara (TPS).

Berlandasan UU pasal 350 Nomor 7 tahun 2017 dengan diaturnya mengenai Perlindungan atas hak pilih untuk kelompok yang menyandang disabilitas sudah menyatakan supaya lokasi TPS diletakan dilokasi dengan gampang dilihat pada seluruh masyarakat terkhususnya yang menyandang disabilitas, tidak disatukan guna lebih dari 1 desa, menjamin tiap pemilih bisa memberi suaranya dengan langsung, bebas juga rahasia, maupun diperhatikan keadaan geografis dari daerah ini. Pasal 356 ayat 1 menerangkan bahwasanya pemilih penyandang disabilitas netra, disabilitas fisik, ataupun dengan mempunyai halangan fisik lainnya bisa dibantu oleh orang lain ketika memberi suaranya di TPS serta orang yang menolong pemilih ketika memberi hak suara wajib guna merahasiakan pilihan pemilih dengan dibantu (UU Nomor 350 Tahun 2017).

Berdasarkan pantauan, banyak TPS yang tidak menerima penyandang disabilitas, hal ini menyebabkan kesulitan dalam menggunakan hak pilihnya yang harus dilindungi undang-undang atau pemerintah. Meski berdasarkan pengamatan di wilayah dan pengalaman tahun lalu, penyandang disabilitas juga harus menghadapi permasalahan lain saat pemilu yakni (Febrianto, 2018): tidak adanya pendaftaran dan akomodasi bagi pemilih penyandang disabilitas pada Daftar Pemilih Tetap (DPT), adanya surat suara juga alat bantu coblos dengan masih belum ramah untuk masyarakat yang menyandang disabilitas terkhususnya pemilih tuna netra., Kesulitan datang ke TPS di hari pemilu. Pengguna kursi roda penyandang disabilitas fisik masih memiliki tantangan ketika datang ke tempat pemungutan suara, memberi informasi yang minim berkaitan pada kepemiluan dengan masyarakat yang menyandang disabilitas.

Agar pemilih penyandang disabilitas dapat berpartisipasi dalam politik dan memahami hak-haknya, mereka harus diberikan ruang politik. Aksesibilitas pada pemilu bisa didefinisikan untuk peluang ataupun kemudahan dalam mendapat sebuah pelayanan ketika disalurkan hak pilih. Tapi hal ini tidak memberi jaminan bahwasanya memberi akses penyandang disabilitas pada Pemilu bisa berjalan secara baik. Hal itu bisa terlihat dari masih rendahnya angka pemilih disabilitas dengan memakai hak suaranya ketimbang DPT penyandang disabilitas.

Di tahun 2024 dijalankan pada tanggal 14 Februari 2024, pada proses pemilihan ini semua masyarakat dengan sudah terpenuhinya syarat telah diberi hak suara guna memilih calon presiden dan wakil presiden, DPD, DPR, juga anggota DPRD tingkat provinsi maupun Kabupaten/Kota. KPU termasuk sebagian lembaga pelaksana pemilihan umum dengan mempunyai wewenang ketika melaksanakan Pemilu termasuk pada peningkatan partisipasi politik masyarakat penyandang disabilitas tepat juga sudah pada aturan KPU Nomor 10 tahun 2018 mengenai Sosialisasi, Pendidikan Pemilih juga Partisipasi masyarakat ketika menyelenggarakan pemilihan umum.

Berdasarkan pada data tersebut, Kabupaten Tulang Bawang Barat memiliki jumlah DPT Disabilitas sebanyak 1.552. Dengan jumlah tertinggi pada disabilitas keterbatasan fisik sebanyak 704. Berdasarkan observasi awal, Kabupaten Tulang Bawang Barat mempunyai tingkat partisipasi pemilih disabilitas dengan tinggi dibandingkan dengan kabupaten lain, partisipasi pemilih disabilitas mengalami peningkatan dari pemilu serentak tahun 2019 lalu. Pada pemilu serentak tahun 2024 pemilih disabilitas mencapai angka 100%. Dengan adanya peningkatan tersebut, tentu tidak terlepas dari strategi dengan dijalankan pada KPU

Kabupaten Tulang Bawang guna peningkatan partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu serentak, dan memberikan kesadaran kepada pemilih disabilitas akan pentingnya hak suara yang dimiliki.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif termasuk suatu prosedur pada penyelidikan dalam hasil data kata-kata tertulis dengan asalnya dari lisan informan yang ditetapkan pada peneliti guna menunjang data sejalan pada pengamatan. Tujuan dari penyelidikan kualitatif yakni guna memperoleh pencandraan yang tersusun dengan sistematis, akurat, juga faktual tentang fakta tertentu. Penyelidikan berupa deskriptif ialah kajian dengan bisa mendeskripsikan kejadian tertentu, yang sejalan pada fakta yang terdapat di lapangan (Moleong, 2017). Terdapat dua jenis penyelidikan biasanya dipakai antara lain: data primer, ialah sumber data dengan didapat langsung dari lokasi penyelidikan, lewat interview langsung dengan KPU TBB. Data sekunder yakni data pelengkap dengan didapat dari dokumentasi, juga penjelasan tertulis mengenai Strategi KPU pada peningkatan partisipasi.

Teknik mengumpulkan data termasuk serangkaian metode dengan hendak diterapkan pada peneliti guna bisa dikumpulkannya data dengan berhubungan pada penyelidikan. Cara ini hendak memperlihatkan sesuatu yang sifatnya abstrak ataupun tidak bisa berwujud dengan kasat mata, tapi bisa diperlihatkan pemakaiannya (Arikunto, 2014). Teknik mengumpulkan data yang dipakai oleh peneliti ialah: Observasi adalah Pengamatan termasuk tahapan awal berbentuk pengamatan yang dijalankan pada peneliti dalam gejala yang terlihat di lapangan juga berhubungan pada objek penyelidikan.

Pengamatan yang dipakai sifatnya partisipasi yang termasuk bahwasanya peneliti terkait langsung pada aktivitas pengamatan (Sugiyono, 2018). Pengamatan dijalankan langsung di KPU TBB., dan interview termasuk tahapan dimana peneliti memberi pertanyaan yang berhubungan pada penyelidikan, yang dijalankan dengan kedua pihak yakni peneliti maupun informan, informan hendak memberi jawaban atas pertanyaan yang peneliti ajukan (Moleong, 2017). Dokumentasi termasuk dokumentasi yang artinya barang tertulis (Arikunto, 2014). Pada sintak ini peneliti hendak mengamati benda tertulis contohnya laporan aktivitas Strategi KPU TBB pada peningkatan partisipasi pemilih disabilitas.

HASIL DAN DISKUSI

Enterprise Strategy

Pada tahap ini, berkaitan dengan respons masyarakat. KPU sebagai organisasi yang mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada organisasi pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi.

Strategi itu juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Pelayanan ini berkaitan dengan cara yang dilakukan oleh KPU Tulang Bawang Barat dalam meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu tahun 2024 adalah pendidikan politik. Pendidikan politik sebagai tahap awal dilakukan untuk melihat respon pemilih disabilitas mengenai pemilu. Hak politik mendasari partisipasi politik yang dijadikan sebagai hak asasi manusia yang telah dijamin dalam Undang-Undang Dasar Tahun 1945.

Maka, berkaitan dengan pemilu perlu mengimplementasikan hak politik masyarakat termasuk pemilih disabilitas dengan cara melakukan pendidikan politik. Pendidikan politik merupakan suatu upaya yang secara sadar dilakukan untuk melakukan perluasan mengenai pemahaman politik bagi individu dan mengenai kualitas yang telah terkandung dalam kerangka politik (Sigalingging, 2024). Untuk meningkatkan partisipasi politik pemilih disabilitas tahun 2024, KPU Tulang Bawang Barat melakukan pendidikan politik yang dilakukan di sekolah Anak Berkebutuhan Khusus.

Pendidikan politik yang dilakukan oleh KPU Tulang Bawang Barat di sekolah SLB Mulya Jaya merupakan strategi yang digunakan untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula penyandang disabilitas yang mengangkat tema “Kepada Segementasi Disabilitas pada Tahapan Pemilu tahun 2024 di Kabupaten Tulang Bawang Barat” yang dilaksanakan pada tanggal 6 Februari 2024. Pada tahun sebelumnya pendidikan ini tidak dilakukan di sekolah SLB namun dilakukan dengan cara mengundang para penyandang disabilitas untuk menghadiri sosialisasi di KPU. Hal tersebut tidak efektif dilakukan karena kendala kehadiran penyandang disabilitas, yang berakibat pada rendahnya partisipasi pemilih disabilitas.

Pada pemilu 2024, pendidikan politik yang dilakukan di Sekolah Luar Biasa efektif dilakukan karena pada pelaksanaan pemilu banyak pemilih pemula disabilitas turut aktif berpartisipasi menggunakan hak suaranya dan didampingi oleh keluarga bahkan keluarga dari pemilih turut memberikan dukungan dan semangat agar pemilih disabilitas dapat turut serta dalam pemilu layaknya masyarakat biasa. Efektifitas realisasi pendidikan politik mengacu pada keberhasilan pendidikan tersebut berhasil untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas, yang diukur dari pemahaman pemilih disabilitas dalam memahami proses pemilihan umum yang akan dilakukan meskipun dengan pendampingan. Keberhasilan program pendidikan politik penyandang disabilitas yang dilakukan oleh KPU Tulang Bawang Barat telah berjalan meskipun terdapat beberapa jenis disabilitas mental yang sulit menerima arahan.

Ramlan Surbakti mengemukakan pendapatnya mengenai sosialisasi politik sebagai metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik yang telah terbagi menjadi dua yaitu indoktrinasi politik dan pendidikan politik. Sosialisasi politik memiliki tujuan untuk membangun sikap masyarakat dalam penelitian ini untuk membangun partisipasi politik pemilih pemula disabilitas dengan melalui pendidikan politik yang dilakukan di Sekolah Luar Biasa. Dalam dunia politik keterlibatan kelompok atau individu untuk dapat turut berpartisipasi dalam pemilu menjadi hal yang sangat penting (Surbakti, 2010).

Corporate Strategy

Tahapan strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis dan urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata-mata untuk dijawab oleh organisasi bisnis, akan tetapi juga oleh setiap organisasi pemerintahan dan organisasi *nonprofit*. Pada tahap ini KPU Tulang Bawang Barat melakukan strategi yang berkaitan dengan visi misi dan fungsinya sebagai lembaga penyelenggara pemilu, salah satunya adalah dengan melakukan sosialisasi.

Sosialisasi sebagai cara atau upaya yang dilakukan untuk mendorong partisipasi masyarakat. Rocher mengemukakan pendapatnya mengenai sosialisasi yaitu sebagai bagian dari proses belajar atau proses internalisasi yang akan terus berlangsung. Disisi lain Stacey turut mengemukakan pendapatnya mengenai sosialisasi yang diartikan sebagai yang dialami oleh seseorang untuk dapat memperoleh sebuah keyakinan, kemampuan, dan nilai untuk dapat membentuk sikap (Haryanto, 2018). Maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dapat

diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan untuk dapat menanamkan sikap, keyakinan, ataupun nilai bahkan suatu perilaku yang berhubungan dengan politik.

Pada penelitian ini, sosialisasi yang dilakukan mengalami kegagalan sehingga menjadikan rendahnya tingkat partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu tahun 2019. Sebelumnya, sosialisasi dilakukan dengan cara mengundang pemilih disabilitas dengan pendampingan khusus oleh kerabat yang dilakukan di KPU Tulang Bawang Sebagai langkah yang digunakan untuk dapat mendorong partisipasi pemilih disabilitas pada pemilu tahun 2019 yang lalu dengan menyampaikan penggunaan alat peraga yang disampaikan dengan tatap muka dan menggunakan media lain seperti media cetak, media online, atau pun iklan.

Namun dalam melakukannya terdapat banyak kendala sehingga tidak dapat berlangsung secara maksimal, setelah dilakukan evaluasi secara mendalam kendala tersebut mengarah pada faktor ekonomi yang dimiliki oleh keluarga penyandang disabilitas yang berada jauh dari lokasi sehingga membutuhkan akses kendaraan, bahkan rendahnya tingkat kesadaran partisipasi yang dimiliki oleh keluarga sehingga menganggap remeh pentingnya sosialisasi yang diadakan. Akibatnya hanya pemilih disabilitas yang berasal dari keluarga yang memiliki partisipasi yang tinggi yang hadir pada sosialisasi yang diadakan oleh KPU Tulang Bawang Barat.

Pemenuhan hak terhadap penyandang disabilitas merupakan bentuk sebagai prinsip kewarganegaraan inklusif, yaitu pemenuhan hak warga negara secara adil tanpa memandang identitas. Hak-hak tersebut termasuk pemenuhan hak pemilu. Dalam memenuhi hak tersebut, KPU Tulang Bawang Barat melakukan sosialisasi *door to door* untuk meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas bukan usia pemilih pemula, atau mendahulukan bagi pemilih dewasa dan memberikan kesadaran kepada keluarga.

Salah satu hal yang menjadi penyebab rendahnya partisipasi adalah kurangnya kesadaran dari keluarga pemilih disabilitas mengenai hak suara yang dimiliki, bahkan adanya anggapan bahwa penyandang disabilitas merupakan aib yang harus disembunyikan. Maka dari itu, KPU Tulang Barat melakukan sosialisasi dari rumah ke rumah berdasarkan data yang telah diperoleh untuk memberikan pemahaman kepada keluarga bahwa pentingnya hak suara penyandang disabilitas dan telah diatur dalam ketentuan Undang-Undang.

Business Strategy

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu menarik minat partisipasi pemilih disabilitas di tengah masyarakat. Bagaimana

menempatkan organisasi di hati para penyandang disabilitas sehingga strategi ini dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan strategi yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik. Maka, pada tahap ini KPU Tulang Bawang Barat melibatkan keluarga atau organisasi penyandang disabilitas untuk menyeimbangkan antara keinginan penyandang disabilitas untuk terlibat dalam pemilu dan dukungan dari keluarga, karena keluarga menjadi salah satu faktor penghambat dengan tidak mendukung penyandang disabilitas untuk menggunakan hak suaranya.

Kegagalan pada pemilu sebelumnya berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh KPU Tulang Bawang Barat terdapat pada permasalahan sosialisasi yang tidak efektif, tidak akuratnya data pemilih disabilitas, lemahnya aksesibilitas, dan *demand and supoport*. Permasalahan tersebut merupakan permasalahan yang besar dan harus diatasi karena penyandang disabilitas memiliki hak yang sama dengan pemilih lainnya.

Proses sosialisasi dan pendidikan politik yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum akan selalu dijadikan sebagai cara yang dilakukan untuk dapat meningkatkan partisipasi pemilih termasuk pada pemilih disabilitas. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Rusmini Zakaria (2021), dalam jurnal Akrab Juara yang mengatakan bahwa kegagalan partisipasi pemilih disabilitas disebabkan karena beberapa hal misalnya belum adanya aturan khusus yang mengatur mengenai pemilih disabilitas, kurangnya transportasi yang dapat digunakan oleh pemilih disabilitas menuju Tempat Pemungutan Suara.

Selain itu terdapat kendala komunikasi yang terjadi di lingkungan KPU yang belum memiliki kemampuan dalam menjalin komunikasi dengan penyandang disabilitas terkhusus untuk tuna rungu dan tuna wicara, mengenai fasilitas yang terkait surat suara braille yang sudah dipersiapkan namun sayangnya pada saat pelaksanaan tidak dapat tersalurkan, terakhir mengenai proses sosialisasi yang dilakukan oleh KPU dalam menjelaskan langkah untuk dapat menyalurkan hak suara serta menggunakan hak suaranya dan surat suara yang berbentuk buah dan mempersulit penyandang disabilitas wicara dan rungu (Zakaria, 2021)

Selain itu, hal ini dilakukan sebagai bentuk jaminan yang diberikan kepada penyandang disabilitas untuk dapat memenuhi dan mendapatkan haknya untuk memilih apabila data pemilih disabilitas sudah terdaftar secara akurat berdasarkan standar teknis dan standar kualitas demokrasi. Di Kabupaten Tulang Bawang Barat mengalami kendala di standar teknis, yang terdiri dari beberapa cakupan yaitu mudah untuk digunakan saat pemungutan suara, mudah dimutakhirkan, dan disusun dengan akurat. Data dilapangan

menunjukkan bahwa masih terdapat banyak data yang tidak sinkron disebabkan karena terjadinya perbedaan data dari dinas sosial, disdukcapil, dan hasil pendataan PPDP.

Functional Strategy

Pada tahapan strategi ini sebagai pendukung dan untuk menunjang suksesnya peningkatan partisipasi pemilih disabilitas yang dilakukan oleh KPU Tulang Bawang Barat dengan cara melakukan Pemilu secara door to door atau mendatangi kediaman penyandang disabilitas yang tidak dapat hadir ke lokasi TPS karena masalah aksesibilitas. Aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat melakukan sesuatu baik itu pelayanan dan lingkungan. Aksesibilitas juga telah diterapkan pada pemilih disabilitas berupa kemudahan yang akan diberikan kepada mereka untuk dapat turut serta berpartisipasi dalam menggunakan hak suaranya.

Dimensi utama aksesibilitas penyandang disabilitas pada pemilu adalah kemudahan yang diberikan kepada mereka untuk mendapatkan Tempat Pemungutan Suara dan memberikan hak suaranya, hal ini yang mengarah pada bentuk bilik surat suara, topografi TPS, serta alat bantu pemberian suara (Pasaribu dan Sadikin, 2015). Pada rendahnya tingkat partisipasi pemilih disabilitas juga dipengaruhi oleh kurangnya aksesibilitas yang dialami oleh pemilih disabilitas di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Salah satu hal menyebabkan KPU Tulang Bawang Barat meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas adalah kurangnya aksesibilitas pada pemilu tahun 2019, sehingga harus diadakan peningkatan untuk pemilu tahun 2024. Pada tahun 2019 banyak keluhan yang disampaikan oleh keluarga pemilih disabilitas bahwa mereka mengalami kesulitan untuk berkomunikasi dengan KPPS karena beberapa dari mereka memberikan respon yang kurang baik, sehingga para pemilih disabilitas tidak nyaman berpartisipasi dalam pemilu. Mengenai desain TPS, pada dasarnya telah disusun dan dibentuk secara baku sesuai dengan kebutuhan penyandang disabilitas serta dilakukan pengawasan yang lebih dan disesuaikan dengan keadaan

Salah satu penyebab rendahnya tingkat partisipasi pemilih disabilitas pada tahun 2019 karena kurangnya aksesibilitas. Aksesibilitas yang dimaksud merupakan fasilitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga penyelenggara pemilihan umum yang harusnya mempermudah pemilih disabilitas untuk dapat menggunakan haknya. Untuk mengatasi hal tersebut KPU Tulang Bawang Barat melakukan pelaksanaan pemilu secara *door to door* yang dilakukan oleh petugas KPPS atas perintah dari KPU untuk menjalankan tugas dan fungsinya.

KESIMPULAN

KPU Tulang Bawang Barat melakukan empat tingkatan atau tahapan strategi berdasarkan pada teori Schendel dan Charles Hofer, Higgins (1985), yaitu: Pertama *Enterprise Strategy* berkaitan dengan peran KPU sebagai organisasi yang mempunyai hubungan dengan masyarakat terutama pada penyandang disabilitas maka dilakukan strategi pendidikan politik untuk memperkuat hubungan awal dengan penyandang disabilitas. Kedua, *Corporate Strategy* KPU Tulang Bawang Barat melakukan strategi yang berkaitan dengan visi misi dan fungsinya sebagai lembaga penyelenggara pemilu, salah satunya adalah dengan melakukan sosialisasi *door to door*. Ketiga, *Business Strategy* sebagai strategi pada tingkat KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu menarik minat partisipasi pemilih disabilitas di tengah masyarakat dengan *demand and support*. Keempat, *Functional Strategy* KPU Tulang Bawang Barat dengan cara melakukan Pemilu secara *door to door* atau mendatangi kediaman penyandang disabilitas yang tidak dapat hadir ke lokasi TPS karena masalah aksesibilitas.

REKOMENDASI

Dengan adanya kesimpulan di atas, maka saran yang berikan kepada: KPU Tulang Bawang Barat diharapkan mampu melakukan pendidikan politik di seluruh Sekolah Luar Biasa yang terdapat di Kabupaten Tulang Bawang Barat. KPU Tulang Bawang Barat diharapkan mencari solusi untuk dapat meningkatkan partisipasi pemilih disabilitas untuk mencapai 100%. Dalam melakukan sosialisasi KPU Tulang Bawang Barat harus mampu menyesuaikan berbagai akses yang sesuai dengan kebutuhan penyandang disabilitas, karena hal tersebut akan memberikan pengaruh dan mempermudah pemilih disabilitas pada hari pemilu dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Teguh Rizky. (2023). "Strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden Di Kabupaten Dompu Tahun 2019." Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Febrianto, Rifqi. (2018). "Pemberdayaan Penyandang Disabilitas." Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
- Gleko, Petrus. (2017). "Strategi Komisi Pemilihan Umum dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Kepala Daerah." *Jurnal Ilmu Sosial*

Belladina, Taufik Akhyar, Erik Darmawan, Strategi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tulang Bawang Barat Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Disabilitas Pada Pemilu Tahun 2024, JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 3, Januari 31, 2025

dan Ilmu Politik 6(1).

- Haryanto. (2018). *Sosialisasi Politik: Suatu Pemahaman Awal*. Yogyakarta: PolGov.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Pasaribu dan Sadikin. (2015). *Akses Bagi Semua yang Berhak: Pembukaan Akses Memilih dalam Pemilu Bagi Penyandang Disabilitas*. Jakarta: Yayasan Perludem.
- Putri, Masleka Pratama. (2016). "Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Sosialisasi Pemilu Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1).
- Sigalingging, Yusuf Christian. (2024). "Efektifitas Pendidikan Politik Tentang Pemilu 2024 Terhadap Penyandang Disabilitas di Panti Sosial Bina Laras Sentosa II Oleh KPU Jakarta Timur." *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan* 10(4).
- Sugiyono. (2018). *Metde Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, Ramlan. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- Zakaria, Rusmini. (2021). "Strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Disabilitas pada Pemilihan Legislatif (DPRD) dan Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) di Kota Tidore Kepulauan Tahun 2019/2020 (Studi Kasus Kecamatan Tidore)." *Jurnal Akrab Juara* 6(5).

MENELAAH PELUANG POLITIK RATU DEWA SEBAGAI CALON WALIKOTA PALEMBANG DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2024

Nys. Syaharani Namira¹, Taufik Ahyar², Reni Apriani³

¹²³Ilmu Politik, FISIP, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail : Nyimassyaharanin@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine Ratu Dewa's political opportunities as a candidate for mayor of Palembang in the simultaneous regional head elections to be held in 2024. This research uses a qualitative approach. Through the proximate opportunity structure and statre centered opportunity structure approaches. This research collected data through interviews and documentation. The results of this research reveal that Ratu Dewa's communication skills and love of the people provide a significant political advantage, with the media playing a role in shaping opinions and support. Responsiveness and proactivity in responding to important issues strengthen the image as a caring leader. Nonetheless, limitations in information about him and his performance still hamper support. The occurrence of opportunities that can lead to collective action through the steps taken by Ratu Dewa in restricting truck drivers from passing in Palembang City aims to improve safety while expanding his political opportunities. The main challenge is gaining support from major parties, reflecting the complexity in predicting the outcome of the election

Keywords: *Political Opportunities, Simultaneous Local Elections*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah peluang politik Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang dalam pemilihan kepala daerah serentak yang akan diadakan pada tahun 2024. Studi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Melalui pendekatan *proximate opportunity structure* dan *statre centered opportunity structure*. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan sebenarnya kemampuan berkomunikasi dan cinta merakyat Ratu Dewa memberikan keunggulan politik yang signifikan, dengan media yang berperan dalam membentuk opini dan dukungan. Responsivitas dan proaktif dalam menanggapi isu-isu penting memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli. Meskipun demikian, keterbatasan dalam informasi tentang dirinya dan kinerja masih menghambat dukungan. Terjadinya peluang yang bisa memunculkan aksi kolektif melalui langkah yang dilakukan oleh Ratu Dewa dalam membatasi pengendara truk melintas di Kota Palembang bertujuan untuk meningkatkan keselamatan sekaligus memperluas peluang politiknya. Tantangan utamanya adalah mendapatkan dukungan dari partai besar, mencerminkan kompleksitas dalam memprediksi hasil pemilihan nanti.

Kata Kunci: *Peluang Politik, Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun*

PENDAHULUAN

Demokrasi sebagai pilar kehidupan nasional secara keseluruhan berarti bahwa rakyat pada tingkat terakhirnya menyediakan keputusan dalam masalah penting yang berhubungan dengan hidupnya, mencakup dalam mengevaluasi aturan pemerintah negara, karena kebijakan mengatur kehidupan masyarakat (Mahfud MD:1993:3). Kedaulatan yang sepenuhnya berada di tangan rakyat diperlukan untuk menilai kebijaksanaan pemerintah negara itu sendiri, seperti halnya dinyatakan Abraham Lincoln, disebut sebagai “Pemerintahan rakyat untuk rakyat, oleh rakyat”.

Hal ini terkait dengan fakta bahwa pemilihan secara langsung dilakukan oleh masyarakat. Pilkada merupakan alat penting untuk meningkatkan demokratisasi di tingkat lokal, berfungsi sebagai dasar untuk meningkatkan demokratisasi nasional. Pilkada adalah wujud yang berdasarkan prinsip demokratisasi dan kedaulatan rakyat. Agar demokrasi dapat dipertanggungjawabkan dan berkualitas tinggi, dibutuhkannya sebuah mekanisme khusus sebagai aturan tersendiri (Montessori:2021). Menurut Pasal 3 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016, dinyatakan bahwa pemilihan dilakukan secara serentak setiap lima (5) tahun sekali di seluruh Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pemilihan kepala daerah secara serentak biasanya selalu didominasi oleh kandidat dari partai politik. Adapun jika calon kandidat merupakan calon independen maka mereka bisa mengajukan secara perseorangan dengan syarat dapat mendapatkan sebanyak 6,5 persen dari daftar pemilih yang tetap untuk mendukungnya dengan kartu identitas penduduk (KTP).

Menurut keputusan yang dibuat pada tanggal 29 September 2015, Mahkamah Konstitusi, menetapkan bahwa kandidat individu wajib memperoleh KTP sebesar 10% untuk area yang memiliki daftar pemilih dengan daftar pemilih yang tetap hingga 2.000.000 orang, 8,5% untuk daerah dengan DPT antara 2.000.000 dan 6.000.000 orang, 7,5% untuk wilayah dengan DPT antara 6.000.000 dan 12.000.000 orang, dan 6,5% untuk daerah DPT lebih dari 12.000.000 orang. Pilkada diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi dan KPU Kabupaten atau Kota yang diawasi oleh Panwaslu.

Sangat penting bahwa semua daerah di Indonesia mempersiapkan diri sebaik mungkin untuk pilkada dan memastikan proses berlangsung secara demokratis dan berkualitas tinggi. Dengan demikian, daerah dapat memiliki kepala daerah dan wakilnya yang memiliki kemampuan untuk mengusahakan kemajuan dan mengukuhkan masyarakatnya.

Selain itu, salah satu tujuan pemilihan serentak ini ada untuk mengedukasi politik kepada penduduk daerah, sehingga mereka nantinya dapat memperoleh lebih banyak pengalaman dan keterlibatan dalam aktivitas politik.

Menjelang tahun politik 2024, pilkada akan digelar pada 27 November 2024 yang akan datang. Dimana sudah ada beberapa kandidat yang berlomba untuk mendapatkan simpati dari masyarakat termasuk di Kota Palembang. Lembaga Survei Charta Politika Indonesia telah merilis data terbaru untuk pemilihan walikota Palembang nanti. Survei dilakukan melalui dua cara yaitu *Multistage Random Sampling* melalui 600 responden dengan kriteria yang diperlukan untuk pemilih yang berusia 17 tahun atau lebih, sudah memenuhi syarat untuk menjadi pemilih, dan melibatkan wawancara secara tatap muka di seluruh Kecamatan Palembang dengan *margin of error* sebanyak 4%.

Dari survei yang dilakukan pada tanggal 31 Mei-6 Juni 2024, terdapat 6 nama calon pada uji simulasi. Ratu Dewa 41,5%, Fitrianti Agustinda 26,8%, Yudha Pranomo 21,2%, Prima Salam 1%, M Hidayat 0,8%, dan Rasyid Rajasa 0,5%. Dan massa yang belum menentukan pilihan terdapat sebanyak 8,2%. Namun, ketika dikerucutkan terdapat 3 nama calon berdasarkan elektabilitas dan popularitas mereka di Kota Palembang. Pertama ada Ratu Dewa sebesar 42,5%, Kedua diduduki oleh Fitrianti Agustinda sebesar 27,3%, dan Ketiga ada Yudha Pranomo sebesar 21,8% (Detik.com:2024).

Pemilihan kepala daerah serentak adalah bentuk pelaksanaan langsung dari demokrasi yang menggunakan sarana untuk mewujudkan pemimpin yang lahir dari proses pemilu. Pilkada serentak memiliki kaitan dengan peluang politik karena merupakan bagian dari pesta demokrasi di Indonesia. Pemilihan kepala daerah menjadi penting dalam suatu persaingan, dimana seseorang dapat mempertanggungungkan popularitas dan figur untuk bersaing dalam pilkada. Peluang politik juga dipengaruhi oleh peran aktor sosial politik dan dukungan ekonomi dan politik.

Terlebih jika salah satu kandidat tersebut sudah mempunyai jabatan yang cukup penting di pemerintahan. Seperti yang terjadi pada Ratu Dewa. Ratu Dewa adalah seorang birokrat yang pernah menjabat sebagai Sekretaris Daerah (Sekda) dan sebagai Penjabat (Pj) Walikota Kota Palembang. Ratu Dewa berasal dari keluarga sederhana dan tinggal di Desa Muara Kuang, Ogan Ilir yang terpencil.

Sebelum menjabat sebagai Sekda beliau sempat menjabat sebagai kabag humas dan protokol. Beliau juga pernah memimpin sebagai Penanggung Jawab Departemen Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palembang.

Ratu Dewa memiliki citra yang positif dimata masyarakat Palembang. Beliau dikenal sebagai sosok yang berprestasi, sopan, santun, dan ramah. Selain itu, Ratu Dewa dikenal karena kepeduliannya terhadap keluhan dan kebutuhan masyarakat. Ratu Dewa juga memiliki visi misi kreatif untuk mengembangkan destinasi wisata di Palembang sehingga kota ini dapat menjadi *Smart City*.

Ratu dewa juga memprioritaskan pelayanan public, infrastruktur perkotaan, pendidikan, dan kesehatan. Selain itu, beliau juga telah membahas program pembangunan jalan baru dan renovasi rumah, serta berupaya menjadikan rumah dinas sebagai tempat yang ramah bagi anak muda untuk berfoto dan bersantai.

Ratu Dewa juga dikenal karena sinerginya dengan berbagai pihak, termasuk kepolisian dan militer, untuk menjaga keamanan dan ketertiban di kota. Sebagai Penjabat (Pj) Walikota Palembang Ratu Dewa telah mengambil beberapa langkah politik untuk memajukan Kota Palembang. Hal ini dapat dilihat dari berbagai dukungan dan pengakuan yang diterimanya seperti, Gubernur Sumsel, Herman Deru, menyatakan bahwa dipilihnya Ratu Dewa sebagai Pj Walikota Palembang karena dianggap memahami kondisi di kota tersebut.

Selain itu, kehadirannya di Istana Negara untuk menerima arahan langsung dari Presiden Joko Widodo juga mencerminkan pengakuan terhadap peran dan kinerjanya. Melalui langkah-langkah dan prioritasnya, Ratu Dewa telah berhasil memperoleh simpati politik yang kuat selama menjabat sebagai Pj Walikota Palembang. Hal ini menjadi menarik dan dasar awal untuk mengetahui peluang politik Ratu dewa untuk maju sebagai calon walikota Palembang dalam pemilihan kepala daerah tahun 2024.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode pendekatan kualitatif untuk mendapatkan apresiasi yang mendalam tentang makna (subjektif dan penafsiran) dan konteks tingkah laku serta faktor-faktor yang berhubungan dengan tingkah laku. Metodologi penelitian adalah metode untuk menyelesaikan masalah penelitian. Dapat dipahami sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana penelitian dilakukan secara ilmiah. Dalam metodologi ini, kami membahas berbagai metode yang biasa digunakan oleh peneliti untuk mempelajari masalah penelitian, serta logika dibaliknya. Para peneliti harus dapat memahami tidak hanya metode dan Teknik penelitian, tetapi juga harus memahami metodologi (Kothari, 1990:8). Data primer adalah data utama. Dalam penelitian ini data yang didapatkan berupa wawancara yang berkaitan dengan peluang politik yang dimiliki oleh Ratu Dewa. Dan data sekunder diperoleh Data tambahan atau pendukung, seperti dokumen dari surat kabar, media sosial, dan sumber lain yang relevan dengan subjek penelitian, disebut sebagai data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara : Penelitian ini melibatkan wawancara untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang peluang politik Ratu Dewa sebagai calon walikota Palembang dalam persaingan Pemilihan Serentak Kepala Daerah Tahun 2024. Metode wawancara yang dilakukan berupa metode wawancara yang berstruktur, dimana peneliti membuat daftar pertanyaan untuk digunakan sebagai pedoman wawancara dengan subjek informan sebanyak 18 Kecamatan di Kota Palembang.
2. Dokumen : Dokumen berfungsi sebagai sumber untuk menjawab pertanyaan yang tidak mungkin ditanyakan melalui wawancara. Data dapat dikumpulkan dari sumber non-insani, seperti dokumen dan rekaman, dengan menggunakan Teknik dokumentasi. Namun, istilah “dokumen” mengacu pada semua tulisan, termasuk “rekaman”, yaitu dokumen yang tidak dirancang khusus untuk tujuan tertentu.

Analisa data adalah Seleksi dan klarifikasi data dari dokumen dan hasil wawancara akan dilakukan sesuai dengan kebutuhan data. data tersebut akan ditelaah menggunakan metode kualitatif yang

menggunakan interpretasi etik, yang menunjukkan perspektif peneliti, dan data emik yang menunjukkan perspektif informan. Data tersebut akan dianalisis dengan menggunakan pengetahuan yang didasarkan pada teori, paradigma, dan pendapat ilmiah yang mendukung.

HASIL DAN DISKUSI

Sebelum peneliti membahas mengenai menelaah peluang politik Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang dalam pemilihan kepala daerah serentak tahun 2024, maka peneliti akan mencari tahu apakah masyarakat dengan profesi yang berbeda-beda di 18 Kecamatan Kota Palembang mengenal sosok Ratu Dewa melalui wawancara langsung. Berdasarkan Teori Peluang Politik dari Sydney Tarrow, yaitu *Proximate Opportunity Structure* dan *State Centered Opportunity Structure*. Kedua teori tersebut akan menjadi landasan dalam penelitian ini yang akan dijelaskan sebagai berikut:

PROXIMATE OPPORTUNITY STRUCTURE

Peluang politik adalah situasi yang memungkinkan terjadinya perubahan atau politik yang adil, transparan, dan responsi terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Dalam tahap ini, pendekatan ini menekankan bahwa kesempatan atau peluang politik dapat berasal dari situasi-situasi yang terjadi yang memungkinkan untuk berkembang dan beraksi. Pendekatan yang berfokus pada tanda-tanda yang diterima dari kebijakan lingkungan masyarakat dan bagaimana sumber daya dan kapasitas yang berubah dari warga yang memicu peluang politik. Pendekatan ini dibagi menjadi 2 tipe, yaitu *Policy Specific Opportunities*, dan *Group Specific Opportunitites* Adapun berita tentang Ratu Dewa terhadap pendekatan *proximate opportunity structure* yang peneliti pakai, yaitu :

Gambar.1 Ratu Dewa melakukan diskusi Lorong bawah di Posko Aktivist Rakyat Bawah Kecamatan Bukit Kecil



Sumber: Screenshot pribadi, diambil 18 Juli 2024

Pada tanggal 10 Juni 2024, dilansir dari Palembang.go.id, Ratu Dewa melakukan diskusi Lorong bawah di posko Aktivist Rakyat Bawah yang terletak di Kecamatan Bukit Kecil, Ratu Dewa mendengar dan merespon semua keluhan warga. Menurutnya, diskusi kali ini membahas banyak hal penting yang disampaikan langsung oleh masyarakat bawah, bukan hanya sekedar basa-basi. Melainkan banyak isu penting yang diampaikan oleh mereka Berita tersebut memberikan gambaran bagaimana Ratu Dewa memberi apresiasi pada masyarakat yang berani untuk menyampaikan keluhan secara langsung. Beliau juga menekankan bahwa pemerintah harus memenuhi permintaan masyarakat. Ratu Dewa juga berharap akan ada komunitas atau kelompok yang menggalakkan diskusi semacam itu. Selain itu masyarakat juga memanfaatkan kesempatan yang ada untuk menyampaikan aspirasi dan permasalahan mereka.

Dengan adanya diskusi tersebut, masyarakat dapat memanfaatkan kesempatan yang dekat untuk berinteraksi langsung dengan pihak pemerintahan dan menyuarakan kebutuhan serta masalah yang dihadapi. Hal ini jika dikaitkan dengan pendekatan *proximate opportunity structure*, diskusi yang terjadi di Posko Aktivist Rakyat Bawah menunjukkan bagaimana Ratu Dewa memanfaatkan kesempatan politik yang dekat untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan mendengarkan

aspirasi mereka. Ratu Dewa dapat memanfaatkan struktur kesempatan politik yang dekat untuk membangun citra sebagai pemimpin yang peduli dan responsif, dengan cara memahami kebutuhan dan harapan langsung dari masyarakat Kota Palembang. Ratu Dewa juga dapat memperkuat dukungan publik dan meningkatkan peluang untuk menjadi calon walikota yang diharapkan mampu mewakili kepentingan masyarakat Kota Palembang dengan baik.

Adapun hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama KA seorang mahasiswa di Kecamatan Sukaramei tentang pandangannya terhadap sosok Ratu Dewa dimata masyarakat, yaitu :

“Pandangan saya sebagai masyarakat Kota Palembang, Ratu Dewa adalah sosok yang ramah, dan setau saya pada saat beliau menjabat sebagai PJ Walikota, beliau itu termasuk pejabat yang bisa dekat dengan warga dari semua kalangan, ya bisa dibilang beliau ini friendly orangnya”. Ungkap KA (hasil wawancara pada tanggal 28 Juni 2024, pukul 09.26 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, KA memberikan pandangan yang positif terhadap Ratu Dewa dari pernyataannya yang mengatakan Ratu Dewa sebagai sosok yang ramah dan dekat dengan warga dari berbagai kalangan. Melalui sifat yang friendly dan kemampuan untuk merangkul berbagai kalangan masyarakat adalah aspek yang penting dalam dunia politik. Ratu Dewa dapat memanfaatkan hal ini melalui pendekatan *proximate opportunity structure*, yaitu dengan merespons aspirasi langsung dari masyarakat dan membangun basis dukungan yang solid.

Dengan adanya diskusi yang terjadi di Posko Aktivistis Rakyat Bawah menggambarkan bagaimana Ratu Dewa menggunakan pendekatan ini untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat Kota Palembang, mendengarkan aspirasi mereka, dan membangun citra sebagai pemimpin yang reponsif sebagai bentuk dari kebijakan lingkungan masyarakat. Sementara itu dengan memahami kebutuhan dan harapan langsung dari masyarakat seperti pandangan dari KA. Ratu Dewa dapat memperkuat dukungan publik dan meningkatkan peluang politiknya sebagai calon Walikota. Dengan demikian, pemanfaatan *proximate opportunity structure* memungkinkan Ratu Dewa untuk memperoleh keunggulan politik yang signifikan dalam konteks peluang politik Ratu Dewa sebagai bakal calon Walikota Palembang dalam pemilihan kepala daerah serentak tahun 2024.

1. Policy Specific Opportunities

Pendekatan ini lebih menekankan bahwa peluang politik dapat muncul karena dipicu oleh kebijakan pemerintah yang tidak tepat dengan mengidentifikasi ketidaksesuaian kebijakan, merespons kegagalan implementasi, menanggapi penurunan legitimasi pemerintah, memobilisasi melalui struktur organisasi, dan menggunakan ruang politik yang tersedia. Dalam tahap ini, penelitian dapat dilihat dari hasil wawancara bersama WS seorang pengusaha di Kecamatan Seberang Ulu 1 mengenai pandangannya terhadap sosok Ratu Dewa dimata masyarakat, yaitu :

“Ratu Dewa itu sosok pemimpin yang merakyat, dimana kita bisa melihatnya di berbagai media yang ada”. Ungkap WS (hasil wawancara pada tanggal 02 Juli 2024, pukul 12.23 WIB).

Berdasarkan pernyataan WS yang menganggap Ratu Dewa sebagai sosok yang memiliki citra sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat dan aktif tampil di berbagai media. Citra merakyat menunjukkan bahwa Ratu Dewa mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat. Hal ini berkaitan dengan peluang politik yang terbentuk dari citra merakyat. Ratu Dewa dapat memanfaatkan platform media sebagai sarana untuk menyampaikan ide, program, dan pandangan kepada masyarakat yang lebih luas yang dapat mempengaruhi opini dan dukungan masyarakat terhadapnya.

Selain itu, terdapat postingan di media tepatnya di Instagram yang berkaitan dengan pendekatan *policy specific opportunities*, sebagai berikut :

Gambar.2 Situasi trotoar di samping Gor Sriwijaya di Jalan Angkatan 45, Kecamatan Ilir Barat 1



Sumber: Screenshot pribadi, diambil 21 Juli 2024

Pada tanggal 19 Juli 2024, Akun Instagram @palembang.terciduk memposting tentang situasi trotoar yang berada di samping Gor Sriwijaya di Jalan Angkatan 45, Kecamatan Ilir Barat 1, diketahui sebelumnya terdapat keluhan dari masyarakat Kota Palembang mengenai rumput-rumput yang terlalu tinggi sehingga menutupi akses trotoar dan mengganggu aktivitas masyarakat khususnya pejalan kaki. Menanggapi hal tersebut, Ratu Dewa sewaktu menjabat sebagai Sekda Kota Palembang langsung menginstruksikan dinas untuk segera membersihkannya. Alhasil, pembersihan dilakukan sebagai bagian program pemerintah kota yakni JUMAT BERSIH (<https://www.instagram.com/palembang.terciduk>, diakses pada 21 Juli 2024).

Berdasarkan gambar dan postingan di atas, memberikan pandangan terhadap respons Ratu Dewa selaku Sekda Kota Palembang yang sangat proaktif terhadap keluhan yang terjadi. Ratu Dewa menunjukkan keseriusan dan keterlibatan langsung dalam menjawab keluhan masyarakat Kota Palembang. Upaya ini tidak hanya memperbaiki kondisi lingkungan, tetapi juga memperkuat hubungan antara pemerintahan dan masyarakat serta menciptakan lingkungan yang lebih baik untuk Kota Palembang.

Adapun komentar yang muncul pada postingan di akun tersebut, yang telah peneliti analisis berdasarkan pendekatan *policy specific opportunities*, ialah :

@heripoernomo, zaman sekarang nak viral dulu,... baru menyala abangku....

@benny_nazuardi, lah viral baru digaweke, tapi jangan lupu kamera diidupke....

@andisaputra_yuan, pemerintah periode sekarang, apo-apo baru nak digaweke setelah viral... ngapolah idak memang dari inisiatif dan memang kontrol yang *continue*.

Berdasarkan komentar di atas, postingan yang diunggah oleh akun Palembang.terciduk memiliki opini yang berbeda-beda dari pengikutnya, komentar tersebut menunjukkan berbagai sindiran dari masyarakat kepada pemerintah dimana dalam zaman sekarang, banyak yang cenderung lebih memperhatikan viralitas terlebih dahulu sebelum melakukan suatu tindakan. Sehingga menimbulkan pertanyaan mengapa tidak dilakukan dari inisiatif dan kontrol yang berkelanjutan.

Hal ini juga menyoroti kebutuhan akan insiatif dan kontrol yang berkelanjutan dalam menjalankan suatu Tindakan atau kebijakan, tanpa harus hal tersebut menjadi viral terlebih dahulu. Dengan demikian, pertimbangan akan motivasi dan urgensi dalam bertindak menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam konteks zaman yang serba digital ini.

2. Group Specific Opportunities

Metode ini dapat dilihat melalui struktur kesempatan yang fokus pada perubahan yang terjadi pada kelompok tertentu, baik keberadaannya di masyarakat maupun tujuannya. Dalam tahap ini, peneliti mengutip data dari berita mengenai sebuah kelompok atau komunitas yang

berhubungan dengan konsep pendekatan group specific opportunities tentang sosok Ratu Dewa dimata masyarakat, yakni :

Gambar.3 Komunitas Sahabat Ratu Dewa yang siap mengawal Ratu Dewa di Pilkada Palembang



Sumber: Screenshoot pribadi, diambil tanggal 21 Juli 2024

Pada tanggal 16 Juli 2024, dilansir dari detiksumsel.com, dukungan untuk Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang terus mengalir. Dukungan pun datang dari komunitas yang mengatasnamakan diri sebagai sahabat Ratu Dewa. Komunitas ini dibentuk dengan tujuan utama untuk mendukung dan mengawal Ratu Dewa dalam perjalanannya sebagai bakal calon Walikota Palembang (<https://www.detiksumsel.com/politik/97413139571/komunitas-sahabat-rd-siap-kawal-ratu-dewa-di-pilkada-palembang>, diakses pada tanggal 21 Juli 2024).

Berita tersebut memberikan pandangan bahwa dukungan yang terus mengalir untuk Ratu Dewa sebagai calon Walikota Palembang berasal dari komunitas sahabat Ratu Dewa. Tujuan utama dari komunitas ini untuk memberikan dukungan dan pengawalan kepada Ratu Dewa dalam perjalanannya sebagai calon walikota Palembang. Hal ini relevan dengan pendekatan *group specific opportunities* karena melalui komunitas ini memberikan peluang bagi Ratu Dewa untuk memanfaatkan momentum politik yang ada. Ratu Dewa dapat memperoleh popularitas dan dukungan dari masyarakat Kota Palembang melalui responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan proaktif dalam menanggapi isu-isu penting. Dengan demikian, Upaya Ratu Dewa dalam membangun citra sebagai pemimpin yang peduli dan responsif, sehingga dapat memperkuat posisinya kompetisi politik sebagai bakal calon Walikota yang diharapkan oleh masyarakat Kota Palembang.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sehubungan dengan pendekatan *group specific opportunities*, seperti hasil wawancara bersama RN seorang masyarakat di Kecamatan Ilir Timur 3, yaitu :

“Saya tidak begitu tahu tentang Ratu Dewa, mungkin karena saya belum begitu melihat kinerja beliau semasa menjabat PJ Walikota dan Sekda ya... Beda dengan yang dulu-dulu itu, saya lihat kinerja mereka yang lumayan dibanding Ratu Dewa. Tapi kalau dengar dari orang-orang Ratu Dewa itu baik orangnya”. Ungkap RN (hasil wawancara pada tanggal 01 Juli 2024, Pukul 16.29 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat RN masih mencari informasi lebih lanjut tentang sosok Ratu Dewa hal ini karena RN belum melihat langsung kinerja Ratu Dewa sewaktu menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda. Perbandingan dengan pejabat sebelumnya yang kinerjanya terlihat oleh RN menjadi faktor penting dalam penilaian.

Meskipun tidak begitu tahu tentang Ratu Dewa, RN juga mendengar bahwa Ratu Dewa dianggap sebagai sosok yang baik berdasarkan informasi yang RN dengar. Dalam hal ini, penting bagi Ratu Dewa untuk memperhatikan bagaimana pandangan masyarakat terhadap kinerjanya sewaktu menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda karena dapat mempengaruhi popularitasnya.

Responsivitas dan kinerja yang baik terhadap kebutuhan publik dapat membantu Ratu Dewa memanfaatkan peluang politik yang spesifik untuk membangun citra pemimpin yang peduli dan responsif. Memahami kinerja dan respon terhadap isu-isu aktual juga dapat membantu memperkuat peluang politik spesifik dalam memperkuat dukungan dan popularitas di tengah masyarakat Kota Palembang. Selanjutnya adalah hasil wawancara bersama AK seorang pegawai bank di Kecamatan Sako mengenai pandangannya terhadap sosok Ratu Dewa, yaitu:

"Sebagai masyarakat awam, menurut saya Ratu Dewa itu orangnya terlalu low profile jadi sedikit info yang diterima sedikit juga pandangan saya terhadap beliau, paling tahunya beliau itu sosok yang bersahaja". Ungkap AK (hasil wawancara pada tanggal 01 Juli 2024, pukul 12.43 WIB).

Pernyataan AK mencerminkan pandangan yang umum di beberapa kalangan masyarakat terhadap Ratu Dewa sebagai seorang pejabat yang *low profile*, informasi mengenai Ratu Dewa mungkin terbatas sehingga pandangannya juga terbatas. Walaupun begitu, AK memandang Ratu Dewa sebagai sosok yang bersahaja hal ini bisa menjadi nilai positif dalam pandangan masyarakat. Dalam pendekatan *group specific opportunities*, pandangan terbatas masyarakat terhadap Ratu Dewa dapat mempengaruhi bagaimana Ratu Dewa bisa memanfaatkan peluang politik dari berbagai kelompok masyarakat. Keterbatasan informasi menjadi aktor penting bagi Ratu Dewa untuk memahami kebutuhan dan aspirasi kelompok agar dapat membangun dukungan yang dari setiap kelompok tersebut.

Pada hasil di atas mengenai pandangan masyarakat terhadap sosok Ratu Dewa adalah krusial. RN menganggap Ratu Dewa belum menunjukkan kinerjanya sewaktu menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda dan hal tersebut dapat mempengaruhi popularitasnya sebagai seorang pemimpin. Sementara itu, AK lebih menekankan pada pernyataan bahwa keterbatasan informasi Ratu Dewa dapat menjadi aktor penting dalam memahami kebutuhan dan aspirasi kelompok untuk membangun dukungan yang kuat dari setiap kelompok tersebut.

Pendekatan *proximate opportunity structure* memberikan keunggulan atau peluang politik yang signifikan. Kemampuan berkomunikasi dan citra masyarakat Ratu Dewa menjadi peran yang penting dalam interaksinya dengan masyarakat serta penggunaan dari media juga mempengaruhi opini dan dukungan. Responsivitas dan proaktif dalam menanggapi kebutuhan dan isu-isu yang krusial membantu membangun citra pemimpin yang peduli dan responsif. Namun, keterbatasan informasi tentang Ratu Dewa masih menjadi faktor kunci untuk pandangan masyarakat terhadap kinerjanya baik itu semasa menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda untuk memperkuat dukungan yang diperlukan.

STATE CENTERED OPPORTUNITY STRUCTURE

Dalam tahap ini berada dalam tahapan pendekatan yang memfokuskan negara dan setiap sudut didalamnya yang memberikan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam mendorong tindakan kolektif. Pendekatan ini menyoroti bagaimana interaksi dinamis antara negara dan gerakan sosial membentuk dinamika politik yang memengaruhi strategi serta kesuksesan gerakan dalam mencapai tujuan politik mereka. Pendekatan ini dibagi menjadi dua tipe bagian, yakni *Cross Sectional Statism*, dan *Dyanamic Statism*.

Adapun berita yang telah peneliti kaitkan berdasarkan pendekatan *state centered opportunity structure*, yaitu :

Gambar.4 Kecelakaan Truk Berulang , Ratu Dewa diminta Tanggung Jawab



Sumber: Screenshot pribadi, diambil tanggal 23 Juli 2024

Pada tanggal 21 Mei 2024, dilansir dari rri.co.id, PJ Walikota diminta untuk bertanggung jawab pada atas serangkaian peristiwa maut yang mengakibatkan korban meninggal dunia akibat tergilas truk di Jalan MP Mangkunegara, Kecamatan Ilir Timur 2, menurut Kurnia Saleh, Direktur LBH Qisth, kecelakaan di jalur tersebut disebabkan oleh kurang optimalnya penegakan Perwali No 26 Tahun 2019. Kurnia juga menuntut agar PJ Walikota meminta maaf kepada masyarakat Palembang atas kejadian ini.

Kurnia menegaskan tuntutan nya terhadap PJ Walikota Palembang, termasuk pencabutan izin perusahaan truk angkutan terlibat, penggantian kerugian kepada keluarga korban, dan pengusutan terhadap oknum-oknum yang terlibat. Kurnia mengekspresikan kekecewaannya terhadap pernyataan PJ Walikota yang merencanakan koordinasi dengan Kementerian Perhubungan. Menurutnya, hal ini menimbulkan kesan saling lempar tanggung jawab. Kurnia percaya bahwa sebagai PJ Walikota, Ratu Dewa seharusnya mampu mengambil Keputusan dengan cepat dan tegas tanpa menunggu lama, terutama dalam situasi mendesak seperti ini. Kurnia juga menyoroti pentingnya otonomi daerah dan menegaskan bahwa pusat harus memahami peran daerah dalam hal kebijakan. LBH Qitsh juga siap memberikan pendampingan hukum bagi keluarga korban yang terdampak dalam kecelakaan tersebut (<https://www.rri.co.id/daerah/702905/kecelakaan-truk-berulang-ratu-dewa-diminta-tanggung-jawab>, diakses tanggal 23 Juli 2024).

Berita tersebut memberikan pernyataan jika Kurnia sangat menekankan tanggung jawab PJ Walikota Palembang terkait serangkaian peristiwa maut di Jalan MP Mangkunegara. Dia menuntut pencabutan izin Perusahaan truk angkutan terlibat, penggantian kerugian kepada keluarga korban, dan pengusutan terhadap oknum terlibat, penggantian kerugian kepada keluarga korban. Kurnia juga menekankan pentingnya PJ Walikota meminta maaf kepada masyarakat Palembang atas kejadian tersebut. Selain itu, Kurnia juga mengkritik rencana koordinasi PJ Walikota dengan Kementerian Perhubungan, menganggapnya sebagai upaya saling lempar tanggung jawab.

Menurutnya, dalam situasi mendesak PJ Walikota seharusnya mampu mengambil keputusan dengan cepat dan tegas tanpa terlalu menunggu lama. Hal ini dapat dikaitkan dengan pendekatan *state centered opportunity structure*, tuntutan yang dilakukan oleh Kurnia mencerminkan pentingnya pemimpin dalam struktur sosial yang ada dapat mempengaruhi kinerja pemimpin seperti Ratu Dewa yang memiliki kesempatan spesifik untuk merespons dan menanggapi kebutuhan masyarakat secara tepat.

Sementara itu, hasil wawancara yang dilakukan bersama KD seorang pengacara yang juga merupakan seorang aktivis politik di Kecamatan Ilir Timur 1 mengenai kebijakan atau progress yang telah dilakukan Ratu Dewa semasa menjadi PJ Walikota dan Sekda, yaitu :

“Salah satu kebijakan yang dilakukan beliau itu mencegah kecelakaan lalu lintas yang terjadi, beliau membatasi mobil truk untuk melintas di dalam Kota Palembang”. Ungkap KD (hasil wawancara pada tanggal 26 Juni 2024, pukul 19.57 WIB).

KD berpandangan tindakan yang dilakukan oleh Ratu Dewa dalam membatasi pengendara mobil truk untuk melintas dalam kota adalah langkah positif untuk meningkatkan keselamatan masyarakat Kota Palembang. Jika dikaitkan dengan *pendekatan state centered opportunity structure*, kebijakan ini mencerminkan peran negara dalam menciptakan sebuah aturan regulasi untuk mengatur aktivitas masyarakat demi menjaga keamanan dan ketertiban. Hal ini juga menjadi peluang politik yang besar untuk mendapatkan dukungan luas dari masyarakat Kota Palembang bagi Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang.

Tindakan yang dilakukan oleh Ratu Dewa dengan membatasi pengendara mobil truk untuk melintas di Kota Palembang, hal ini merupakan langkah positif dalam meningkatkan keselamatan masyarakat. Tindakan ini menjadi peluang politik bagi Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang dengan mendapatkan dukungan luas dari masyarakat. Dengan demikian, penting bagi pemimpin seperti Ratu Dewa untuk memahami dan memanfaatkan peluang dari struktur sosial untuk merespons kebutuhan masyarakat dengan efektif.

1. Cross Sectional Statism

Pendekatan ini berfokus pada kondisi kekuatan negara dan struktur sosial pada suatu titik waktu tertentu, tanpa mempertimbangkan perubahan atau perkembangan yang mungkin terjadi. Dengan memahami bagaimana kekuatan dan status sosial mempengaruhi kebijakan dan dinamika politik di waktu tertentu. Politisi dapat memanfaatkan peluang untuk memperbaiki posisi politik dan mendapatkan dukungan yang lebih luas.

Dalam hal ini, peneliti telah mengutip dari berita kumpuran.com yang mempunyai indikasi terhadap pendekatan *cross sectional statism* mengenai kebijakan yang dilakukan Ratu Dewa, yaitu :

Gambar.5 Ratu Dewa Percepat Pencairan Insentif Guru di Palembang



Sumber : Screenshoot pribadi, diambil tanggal 25 Juli 2024

Pada tanggal 04 Juli 2024, dilansir dari kumpuran.com, Sekda Kota Palembang Ratu Dewa menanggapi keluhan kesah para honorer tenaga kependidikan (TENDIK) mengenai usulan informasi calon aparatur negara (CASN) di lingkungan Dinas Pendidikan setempat. Ratu Dewa telah mengaujkan formasi untuk 668 bidang dan menugaskan Dinas Pendidikan untuk membayar insentif guru dalam tempo sepekan, memperhatikan kebutuhan mendesak para

honor. Ketua Dewan Pendidikan Kota Palembang, Ahmad Zulinto juga menambahkan bahwa meskipun usulan formasi tendik sebanyak 1000, Palembang berhasil menetapkan 668 formasi, menjadikan formasi di Kota Palembang terbesar diantara daerah lainnya se-Sumatera Selatan. Langkah ini juga menunjukkan keseriusan Dewan Pendidikan dalam mendukung honorer tenaga Pendidikan (<https://kumparan.com/urbanid/ratu-dewa-percepat-pencairan-insentif-guru-di-palembang>, diakses tanggal 25 Juli 2024).

Berita tersebut memberikan pandangan tentang Ratu Dewa yang mengajukan permintaan untuk mempercepat pencairan insentif bagi guru di Palembang. Guru sering kali dianggap sebagai kelompok dengan status sosial yang lebih rendah daripada pengusaha. Kebijakan untuk mempercepat pencairan insentif bisa dilihat dari sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan status sosial ini. Dengan mempercepat prosesnya Ratu Dewa berusaha untuk mengurangi atau menghindari konflik seperti ketidakpuasan dikalangan guru apabila terjadi penundaan dalam pencairan insentif tersebut.

Dengan adanya pencairan insentif ini, Ratu Dewa berusaha memenuhi kepentingan guru dan mendapatkan dukungan dari mereka. Ratu Dewa menunjukkan kepedulian terhadap kelompok dengan status yang lebih rendah, yang bisa meningkatkan citra dan dukungan politiknya dikalangan guru ataupun masyarakat umum. Tindakan ini dapat membantu Ratu Dewa mengelola konflik dengan kelompok guru dan meningkatkan dukungan politiknya. Jika kebijakan ini diterima dengan baik, hal ini akan meningkatkan dukungan yang lebih, serta mempengaruhi dukungan politik Ratu Dewa ditingkat lokal. Adapun hasil wawancara bersama D seorang *driver* maxim di Kecamatan Bukit Kecil mengenai pendapatnya jika Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang, yakni :

“Saya setuju saja jika beliau mencalonkan sebagai bakal calon walikota Palembang, alasannya kinerja beliau semasa beliau menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda saja sudah cukup bagus apalagi jika beliau mencalonkan diri sebagai walikota pasti akan tambah sangat baik”. Ungkap D (hasil wawancara tanggal 01 Juli 2024, pukul 17.50 WIB).

D mengatakan setuju jika Ratu Dewa sebagai bakal calon walikota Palembang. Pernyataan ini melihat dari kinerja positif beliau saat menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda Kota Palembang sudah bagus. Kinerja yang positif dapat meningkatkan peluang Ratu Dewa dalam mendapatkan dukungan sebagai bakal calon walikota. hal ini sesuai dengan bagaimana penilaian berperan penting dalam menentukan dukungan politik. Ratu Dewa bersaing untuk mendapatkan posisi walikota dan memanfaatkan penilaian kerja sebagai aset untuk memperbaiki peluang politiknya.

Ratu Dewa menggunakan penilaian yang positif sebagai strategi untuk mendapatkan dukungan politik lebih banyak. Penilaian yang positif juga dapat meningkatkan status sosial dan reputasinya dimata masyarakat. Status sosial yang baik dapat mempengaruhi peluang politik, karena masyarakat cenderung memberikan dukungan jika kinerjanya baik. Penilaian positif terhadap Ratu Dewa juga mengurangi potensi konflik atau keraguan pemilih nantinya. Citra yang baik dapat meningkatkan dukungan politik dan memperbaiki peluang Ratu dewa dalam pemilihan walikota.

Tindakan yang diambil oleh Ratu Dewa untuk mengelola konflik dengan kelompok guru dan meningkatkan dukungan politiknya dapat berdampak positif pada peluangnya dalam pemilihan walikota. Jika kebijakan tersebut diterima dengan baik, ia berpotensi meningkatkan dukungan politik secara signifikan di tingkat lokal. Dengan memanfaatkan penilaian positif sebagai strategi, Ratu Dewa tidak hanya memperbaiki status sosial dan reputasinya di mata masyarakat, tetapi juga mengurangi potensi konflik atau keraguan di antara pemilih. Citra

yang baik dan kinerja yang dianggap positif berkontribusi pada peningkatan dukungan politik, yang pada gilirannya dapat memperbaiki peluangnya dalam pemilihan.

2. Dynamic Statism

Pendekatan yang berfokus pada perubahan yang terjadi dalam masyarakat secara sosial dan politik, proses ini adalah umpan balik yang kompleks dan berkelanjutan yang menciptakan dinamika perubahan politik didalam masyarakat. Pada tahap ini, peneliti mengutip berita detiksumbagsel.com yang berkaitan dengan pendekatan *dynamic statism*, yaitu :

Gambar.6 Hasil Survei LSI : Ratu Dewa Unggul Dari Bacawako Palembang Lain



Sumber : Screenshot Pribadi, diambil tanggal 25 Juli 2024

Dilansir dari detiksumbagsel.com, pada tanggal 17 Juli 2024, hasil survei yang dilakukan untuk Pilkada Palembang telah dipublikasikan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI). Sebagai hasil dari daftar kandidat untuk jabatan walikota Palembang, Ratu Dewa memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan pesaingnya. Direktur LSI, Djayadi Hanan, mengatakan jika survei dilakukan terhadap 800 responden. Dimana dari simulasi *top of mint* atau tanpa menyebutkan kandidat calon, nama Ratu Dewa paling banyak sebesar 41,2 persen. Kemudian diikuti Fitrianti Agustinda sebesar 12,8 persen dan Yudha Pratomo sebesar 5,3 persen. Hasil simulasi berikutnya juga tetap mengatakan bahwa Ratu Dewa masih mengunggulinya dibanding Fitrianti dan Yudha. Menurutnya, yang menarik justru pada perebutan calon wakil walikota karena siapapun yang dipilih nanti haruslah orang yang tidak menurunkan tingkat elektabilitas calon walikota (<https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7443581/hasil-survei-lsi-ratu-dewa-unggul-dari-bacawako-palembang-lain>, diakses pada tanggal 25 Juli 2024).

Berita tersebut menggambarkan hasil survei pilkada kota Palembang yang menunjukkan dominasi Ratu Dewa dan Fitrianti Agustinda dalam persaingan. Dari data survei, Ratu Dewa unggul yang signifikan dalam berbagai jumlah kandidat dengan kisaran dukungan yang tinggi antara 55-70 persen, jauh lebih tinggi dari Fitrianti Agustinda. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi Ratu Dewa untuk mempertahankan dukungan yang telah diperoleh menjelang pemilihan yang akan datang. Melihat perubahan dalam dukungan politik, seperti yang tercermin dalam survei, dapat mempengaruhi peluang kandidat dan strategi politiknya. dengan hasil survei yang mendukung Ratu Dewa membuat peluang politiknya menjadi lebih terbuka, yang dapat meningkatkan dukungan politik dan media terhadapnya. Hal ini juga memaksa kandidat lain untuk menyesuaikan strategi mereka.

Interaksi ini menggambarkan setiap prinsip *dynamic statism*, dimana perubahan dalam struktur politik dan kebijakan seperti perubahan opini publik dalam survei menciptakan umpan balik yang mempengaruhi strategi dan peluang. Sebagai hasilnya, tidak hanya Ratu Dewa yang mungkin akan memanfaatkan peluang baru, tetapi begitu juga dengan kandidat lain yang

merespons hal tersebut. Hasil dari survei, bukan hanya menggambarkan perubahan dalam dukungan politik, tetapi juga menyoroti perubahan dinamika politik dan menciptakan peluang baru dalam arena politik local di Palembang.

Sementara itu, terdapat postingan di Instagram melalui akun @palembang.eksis yang juga memposting mengenai hasil survei LSI, memiliki komentar-komentar yang telah dianalisis berdasarkan pendekatan *dynamic statism*, yakni :

Gambar.7 Survei LSI, Elektabilitas Ratu Dewa Unggul Signifikan Sebagai Bakal Calon Walikota Palembang



Sumber : Screenshot pribadi, diambil tanggal 25 Juli 2024

@muhammad_sodik_12, Tapi belum ado partai yg ngusung... belum biso maju.. nak independent jg la lewat pendaftaran... kasiaaaaan..., @bimaarsitekacv, Cari yang bisa buat Palembang maju. Spt zamannya pak Edi santana. Siapa pun kandidatnya rakyat perlu bukti bukan janji, bukan cm bersih2 kota, tempel baliho..., @andryperdana 83, Sudahlah banyak pencitraan bae,kalau la jabat diem cak umang2 di hawoi dulu baru begerak..., @hadi.dwipa, SUDAH2LAH APO DIO.. KLU KAGEK SAMO BAE DENGAN YANG GALAK GOTONG ROYONG.. (KATEK KEMAJUAN)..., @apeantuh_12, Survey2 dak pernah tepat min,, pasti beda dg hasil aslinyo pilkada kagek,, tpi mmg bedanyo tipis,itu faktanyo.

Postingan yang diunggah oleh akun Palembang.eksis memiliki beberapa opini yang berbeda-beda dari pengikutnya. Komentar-komentar tersebut mengungkapkan kekhawatiran terkait atas kurangnya dukungan partai politik menunjukkan tantangan yang akan dihadapi Ratu Dewa, yang mungkin belum mendapatkan dukungan dari partai besar atau mengalami kesulitan dalam maju sebagai kandidat independen. Opini terhadap pencitraan dan penekanan pada bukti nyata dari kinerja pemimpin menggarisbawahi kebutuhan untuk Ratu Dewa menunjukkan bukti konkret dalam memajukan Palembang.

Selain itu, penekanan pada kerja sama dan gotong royong mencerminkan harapan masyarakat Kota Palembang kepada Ratu Dewa agar bisa kerja sama untuk mencapai kemajuan Kota Palembang. Keraguan terhadap keakuratan hasil survei menunjukkan Ratu Dewa mungkin unggul dalam survei, tetapi hasil pemilihan yang sebenarnya dapat berbeda, menggambarkan kompleksitas dalam menilai dan memprediksi hasil politik.

Pernyataan di atas, menggambarkan bahwa tindakan Ratu Dewa yang membatasi pengendaraan truk di Kota Palembang, selain meningkatkan keselamatan masyarakat, juga menjadi peluang politik yang signifikan, membuka kemungkinan dukungan luas dari publik. Ini menegaskan pentingnya bagi pemimpin seperti Ratu Dewa untuk memanfaatkan struktur sosial dan merespons kebutuhan masyarakat secara efektif. Upaya Ratu Dewa dalam mengelola konflik dengan kelompok guru dan memperbaiki dukungan politik berpotensi meningkatkan peluangnya dalam pemilihan walikota, terutama jika kebijakan tersebut mendapat penerimaan positif. Penilaian positif terhadap kinerja dan citra Ratu Dewa dapat memperbaiki reputasinya, mengurangi konflik, dan memperbesar dukungan politik.

Selain itu, perubahan dalam opini publik dan hasil survei mempengaruhi strategi politik dan menciptakan peluang baru. Kekhawatiran tentang dukungan partai politik menggarisbawahi tantangan yang dihadapi Ratu Dewa, baik sebagai kandidat independen maupun dalam mendapatkan dukungan partai besar. Opini terhadap pencitraan dan penekanan pada kinerja nyata menyoroti pentingnya hasil konkret untuk memajukan Palembang. Penekanan pada kerja sama dan gotong royong mencerminkan harapan masyarakat, sedangkan keraguan terhadap keakuratan survei menunjukkan kompleksitas dalam memprediksi hasil pemilihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Menelaah Peluang Politik Ratu Dewa Sebagai Bakal Calon Walikota Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2024 dengan menggunakan metode *proximate opportunity structure* memberikan keunggulan atau peluang politik yang signifikan. Kemampuan berkomunikasi dan citra merakyat Ratu Dewa menjadi peran yang penting dalam interaksinya dengan masyarakat serta penggunaan dari media juga mempengaruhi opini dan dukungan. Responsivitas dan proaktif dalam menanggapi kebutuhan dan isu-isu yang krusial membantu membangun citra pemimpin yang peduli dan responsive. Namun, keterbatasan informasi tentang Ratu Dewa masih menjadi faktor kunci untuk pandangan masyarakat terhadap kinerjanya baik itu semasa menjabat sebagai PJ Walikota ataupun Sekda untuk memperkuat dukungan yang diperlukan.

Dalam pendekatan *Statre Centered Opportunity Structure* tindakan Ratu Dewa yang membatasi pengendaraan truk di Kota Palembang tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keselamatan masyarakat tetapi juga membuka peluang politik yang signifikan dengan dukungan politik yang lebih luas. Langkah ini menekankan pentingnya pemimpin dalam memanfaatkan struktur sosial dan responsif terhadap kebutuhan masyarakatnya, serta untuk memperbaiki citra dan dukungan politiknya terutama dalam pemilihan walikota nanti. Namun, Ratu Dewa menghadapi tantangan dalam mendapatkan dukungan partai besar yang menunjukkan kompleksitas dalam memprediksi hasil pemilihan dan pentingnya kerja sama sesuai dengan harapan masyarakat.

Secara keseluruhan melalui dua pendekatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluang politik Ratu Dewa dapat dianggap kuat karena adanya komunikasi dan citra merakyat yang membangun dukungan dari rakyat, serta tindakan yang responsive terhadap kebutuhan public. Namun, keberhasilan Ratu Dewa juga tergantung pada Upaya Ratu Dewa untuk meningkatkan transparansi informasi mengenai kinerjanya dan menempatkan dukungan dari partai besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gafar Karim. 2003. *Kompleksitas Persoalan Otonomi daerah di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Jakarta
- Afan Gaffar, Syaokani, Ryaas Rashid. 2003. *Otonomi Daerah Dalam Negara Kesatuan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Ahmad Nadir. 2005. *Pilkada Langsung dan Masa Depan Demokrasi*, Averroes Press, Jakarta
- Andrias Moh. Ali, Nurohman Taufik. (2013). PARTAI POLITIK DAN PEMILUKADA (Analisis Marketing Politik dan Strategi Positioning Partai Politic Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan, Vol. 1 Nomor 3, Juli 2013, hlm. 352-372*.
- Barokah Fitriah, Maryanah Tabah, Darmasturi Ari, Hertanto. (2022). Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan Vol. 21 No. 01 Tahun 2022 Halaman 1-13*.

Nys. Syaharani Namira, Taufik Ahyar, Reni Apriani, *Menelaah Peluang Politik Ratu Dewa Sebagai Calon Walikota Palembang Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2024, JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 4, Januari 31, 2025*

- C.R, Kothari. 1990. *Research Methodologi, Methods adan Techniques Second Revises Edition*, India: Age International
- Daniel Solosa. 2005. *Pilkada Langsung*. Media Presindo, Jakarta
- Ekowati, Endah Yuli. (2019). Pragmatisme Politik: Antara Koalisi, Pencalonan, dan Calon Tunggal Dalam Pilkada. *Jurnal Transformative, Vol. 5, Nomor 1*.
- Fajri, S. J., & Montessori, M. (2021). Modal Sosial Pasangan Calon Gubernur Mahyeldi-Audy dalam Kompetisi Pemilihan Gubernur Sumatera Barat Tahun 2020. *Journal of Civic Education, 4(3)*, 253–268.
- Junaidi, Ahmad. (2022). Peluang dan Tantangan Pesta Demokrasi 2024 dan Jaminan Perlindungan Sosial Ekonomi Lingkungan Hidup. *ANNAQAID, Vol. 1, No. 1*.
- Kacung Marjian. 2011. *Sistem Politic Indonesia*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Liwang, Muhammad Ayub. (2016). Kekuatan Dan Strategi Politic Dalam Pemilukada Analisis Terhadap Kemenangan Adnan Purichita Dalam Pilkada Kabupaten Gowa. Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Mardalis. 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara, Jakarta
- McAdam, Doug; McCarthy, John D; & Zald, Mayer N. 2004. *Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structure, and Cultural Framings*. Cambridge: Cambridge University Press
- Miriam Budiardjo. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Mohammad Syawaluddin. 2017. *Sosiologi Perlawanan Studi Perlawanan Repetoar Petani Di Rengas Ogan Ilir Sumatera Selatan*. DEEPUBLISH, Yogyakarta
- Nabila, Dinda. (2022). Strategi Politic Perempuan Pada Pemilihan Legislatif Di Kota Sabang Tahun 2019 (Studi Kasus: Kemenangan Ria Indriani, ST). Skripsi Universitas Islam Negeri AR-Ranry Banda Aceh.
- Siswanto, S. (2019). Modal Sosial Dalam Strategi Komunikasi Politik. *Metacommunication: Journal of Communication Studies, 4(2)*, 259.
- Siti Aminah. 2004. *Kuasa Negara Pada Ranah Politik Lokal*. Prenadamedia Group, Jakarta
- Solihah, Ratnia (2018). Peluang dan tantangan pemilu serentak 2019 dalam perspektif politik. *JURNAL ILMIAH ILMU PEMERINTAHAN, Vol.3, No. 1, 2018, 73-88*.
- Suharizal. 2012. *Pemilukada: Regulasi, dinamika, dan konsep mendatang*. Rajawali Pers, Jakarta
- Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Ula, Riskal. (2011). Strategi Pemenangan Haryadi Suyuti- Imam Priyono Dalam Pemilihan Walikota Yogyakarta 2011. Skripsi Univeristas Airlangga
- Yuliani, K., & Ardianto, H. T. (2020). Bagaimana Kandidat Minoritas Memenangkan Pilkada: Analisis Strategi Politik dalam Bingkai Bourdieusian. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 5(1)*, 58–69.

Internet

<https://pijarnusa.com/2020/06/12/popularitas-ratu-dewa-terus-meroket/>

<https://sumeks.disway.id/read/656548/survei-pilkada-palembang-fitrianti-agustinda-tertinggi-ketua-pks-layak-jadi-cawawako>

<https://lib.unnes.ac.id/42135/1/3312416050.pdf>

Nys. Syaharani Namira, Taufik Ahyar, Reni Apriani, Menelaah Peluang Politik Ratu Dewa Sebagai Calon Walikota Palembang Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2024, JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 4, Januari 31, 2025

<http://scholar.unand.ac.idf>

<https://detiknews.tv/dua-sosok-pimpin-kota-palembang-2024-ratu-dewa-ahmad-zulinto/>

<https://kpu.go.id>,

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6303020/sejarah-pemilihan-kepala-daerah-di-indonesia-dari-masa-penjajahan-sampai-reformasi>

<https://dspace.uui.ac.id>

<http://repository.uinbanten.ac.id>

<https://palembang.go.id/profil/pimpinan-daerah>

<https://sumsel.idntimes.com/news/sumsel/feny-agustin/profil-lengkap-ratu-dewa-pj-wali-kota-palembang>

<https://pelitasumatera.com/2019/03/29/ratu-dewa-pribadi-yang-rendah-hati-dan-suka-bantu-ibu-berkebun>

<https://www.lamudi.co.id/journal/peta-palembang/>

<https://sumsel.bps.go.id/indicator/12/262/1/jumlah-penduduk.html>

<https://sumsel.bps.go.id/indicator/40/642/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>

<https://sumsel.bps.go.id/indicator/28/357/1/jumlah-sekolah.html>

<https://sumsel.bps.go.id/indicator/30/779/1/jumlah-fasilitas-kesehatan-.html>

<https://sumsel.bps.go.id/indicator/30/847/1/jumlah-tenaga-kesehatan-menurut-kabupaten-kota.htm>

<https://palembangkota.bps.go.id/pressrelease/2024/02/28/1162/pertumbuhan-ekonomi--kota-palembang-tahun-2023>

<https://pressrelease.kontan.co.id/news/fifgroup-hadir-di-festival-foodies-palembang-2024>

<https://www.detiksumsel.com/politik/97413139571/komunitas-sahabat-rd-siap-kawal-ratu-dewa-di-pilkada-palembang>

https://www.instagram.com/palembang_terciduk

<https://palembang.go.id>

<https://kumparan.com/urbanid/ratu-dewa-percepat-pencairan-insentif-guru-di-palembang>

<https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7443581/hasil-survei-lsi-ratu-dewa-unggul-dari-bacawako-palembang-lain>

<https://www.instagram.com/p>

<https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7398493/hasil-survei-pilkada-palembang-ratu-dewa-tertinggi-yudha-naik-signifikan>

PEMASARAN POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI PADA AKUN @ZUL.HASAN, @AGUSYUDHOYONO10, DAN @AIRLANGGAHARTARTO)

M.Akbar Julio¹, Yulion Zalpa²,Reni Rentika Waty³

¹²³Ilmu Politik, FISIP, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail : **muhammadakbarjulio@gmail.com**

ABSTRACT

This research aims to find out the Dynamics of Political Marketing through Tiktok Social Media and to find out the strategies and methods of political marketing on @zul.hasan, @agusyudhoyonoahy, and @airlanggahartarto accounts. As well as to find out the obstacles in realizing political marketing activities of political figures. Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, Airlangga Hartarto are political figures who are active in conducting political marketing on their personal social media, especially the three of them are active chairmen of their respective political parties, who are preparing to compete in the 2024 election. The theory of this research uses 4 political marketing mixes according to Firmanzah and the theory of segmentation, target, position (STP). The subjects in this study are Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, and Airlangga Hartarto. This research method uses descriptive qualitative research where descriptive qualitative research is research that describes and analyzes the data obtained and will then be described in the form of an explanation that is actually not in the form of numbers but uses a drawer that occurs in the field through documentation. The data sources used are primary data and secondary data. Research data analysis techniques are in the form of interviews, documentation, observations and other data sources so that they are easy to understand and then can be informed to the public. Based on the results of the study, it can be concluded that *the* three figures of Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, and Airlangga Hartarto implemented a good and effective political marketing strategy by using the Firmanzah *Product, Promotion, Price, and Place* political marketing strategy as well as the STP strategy well, precisely, and directionally. The supporting factor for the political marketing strategy process of these three political figures is *segmentation* community, external aspects of the success team, network of friends, and internal aspects that are the mission of the three figures. The factors that hinder the political marketing strategy process of these three figures are blunders and negative campaigns.

Keywords: Social Dynamics, Social Media Political Marketing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dinamika Pemasaran Politik melalui Media Sosial Tiktok dan berguna memperoleh strategi dan metode pemasaran politik pada akun @zul.hasan, @agusyudhoyonoahy, dan @airlanggahartarto. Serta untuk mengetahui kendala-kendala dalam merealisasikan kegiatan pemasaran politik para tokoh politik. Ketiga tokoh merupakan tokoh politik aktif melakukan pemasaran politik di media sosial mereka, mereka bertiga merupakan ketua umum dari masing-masing partai politiknya, yang mempersiapkan diri dalam menggarungi kontestasi pemilu 2024. Teori penelitian ini menggunakan bauran pemasaran politik menurut Firmanzah dan teori segmentasi, target, posisi (STP). Subjek penelitian ini adalah Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, dan Airlangga Hartarto. Metode penelitian ini memakai penelitian kualitatif deskriptif artinya penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan dan mengolah data yang didapat dan selanjutnya diuraikan dalam bentuk penjelasan sebenarnya tidak berupa angka-angka tetapi menggunakan penggambar yang terjadi di lapangan dengan dokumentasi. Sumber data yang dipakai merupakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data penelitian adalah berupa wawancara, dokumentasi, observasi dan sumber data lainnya sehingga dapat dimengerti dan kemudian bisa disampaikan kepada

publik. Menurut temuan penelitian tersebut bisa dimengerti, bahwa , ketiga tokoh Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, dan Airlangga Hartarto menerapkan strategi pemasaran politik yang baik dan mempunyai dengan menggunakan strategi pemasaran politik Firmanzah *Product, Promotion, Price, dan Place* serta strategi STP dengan baik, tepat dan terarah. faktor pendukung proses strategi pemasaran politik ketiga tokoh politik ini adalah *segmentasi* masyarakat, aspek eksternal tim sukses, jaringan pertemanan, dan aspek internal yang menjadi misi ketiga tokoh. Faktor penghambat proses strategi pemasaran politik ketiga tokoh ini adalah blunder dan kampanye negatif.

Kata Kunci: Dinamika Sosial, Pemasaran Politik Media Sosial

PENDAHULUAN

Di era masa kini, media sosial sudah memerankan tugas penting pada kehidupan bermasyarakat hampir setiap orang. Fenomena ini tanpa disadari menjadikan media sosial sebagai tempat bagi kita untuk membangun hubungan, membentuk identitas, mengekspresikan diri, dan memahami dunia sekitar. Selain itu, media sosial juga terbuka bagi siapa pun yang ingin menampilkan diri mereka di hadapan publik. Hal ini dapat membantu seseorang membangun dan menampilkan kepribadiannya di masyarakat luas, termasuk politisi yang memakai media sosial untuk menyampaikan pesan politik kepada publik, khususnya pengguna platform tersebut (Cahyono, 2016:9).

Dahulu, televisi adalah media utama bagi politisi untuk berkampanye karena dianggap memiliki jangkauan luas dan efektif dalam menjangkau masyarakat. Namun, tingginya aktivitas kampanye politik di televisi yang menyerupai iklan komersial membuat masyarakat jenuh. Kini, untuk maju sebagai anggota dewan atau presiden, para kandidat tidak harus mengeluarkan biaya besar jika mereka memiliki branding politik yang kuat (<https://www.sindonews.com>, diakses 25 Desember 2023).

TikTok merupakan salah satu jejaring sosial dengan jumlah pengguna aktif tertinggi di Indonesia dan bahkan dunia. Berdasarkan data We Are Social, pada April 2023, TikTok memiliki 112,97 juta pengguna, menjadikannya salah satu media yang paling banyak digunakan di dunia. Meskipun bukan yang tertinggi, pengguna TikTok rata-rata menghabiskan 23 jam 28 menit atau sekitar 1.408 menit setiap bulan (<https://data.goodstats.id>, diakses 20 Januari 2024).

Sistem politik di Indonesia telah lama bersifat demokratis, di mana masyarakat, baik yang memilih maupun yang dipilih, memiliki kebebasan menentukan strategi politik mereka. Proses rekrutmen politik dilakukan melalui pemilu, baik di tingkat nasional maupun daerah. Untuk itu, strategi pemasaran politik menjadi sangat penting.

Berdasarkan fakta-fakta ini, penulis tertarik untuk meneliti fenomena perkembangan teknologi informasi, terutama dalam penggunaan media sosial seperti TikTok sebagai sarana pemasaran politik, yang sangat populer di kalangan pemilih pemula. Berikut adalah data mengenai jumlah pengikut dan suka di akun TikTok beberapa tokoh politik di Indonesia:

Tabel 1.1 Jumlah Pengikut Dan Suka Akun Tiktok Ketua Umum Partai

Nama Akun	Pengikut	Suka
@Airlangga Hartarto	31rb	364rb
@Zul.hasan	190,9rb	3,2jt
@Agusyudhoyonoahy	441,9rb	9,4jt
@Amuhaiminiskandar	321rb	4jt
@Hary.tanoesoedibjo	28,8rb	397,4rb
@Syaikhu_ahmad_	27,9rb	475,2rb

Sumber: Pengolahan Pribadi 2024 (Tiktok)

Dari tabel di atas, terlihat bahwa Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, dan Airlangga Hartarto memiliki perhatian yang besar dari masyarakat, apalagi mereka tergabung dalam koalisi yang sama. Kaum milenial menjadi sasaran utama dalam pemilu 2024, dan partai-partai politik pun membuat konten yang sesuai dengan algoritma TikTok, seperti jingle viral dari Partai PAN yang meningkatkan popularitas akun mereka dan menambah pengikut serta like.

Pemasaran politik di TikTok adalah strategi yang digunakan oleh politisi, partai politik, atau kandidat untuk mempromosikan diri mereka, pesan, dan agenda politik melalui video-video pendek yang kreatif. Strategi ini bertujuan untuk mencapai audiens muda, membangun dukungan, meningkatkan popularitas, dan menyampaikan pesan politik secara efektif. Misalnya, Zulkifli Hasan sering membagikan konten kesehariannya bersama relawan dan kolega partai, yang tampak menghibur dan tidak terlalu formal di mata netizen, serta menggunakan jargon partai yang viral. Pada 18 September 2023, sebagai Menteri Perdagangan RI, Zulkifli Hasan mengunjungi Yogyakarta untuk memberikan bantuan kepada 1.000 warung Nahdlatul Ulama.

Begitu pula, Agus Harimurti Yudhoyono sering memposting konten bersama simpatisan dan rekan partai, yang diselingi dengan kegiatan bersama keluarganya. Pada 4 September 2023, ia menyampaikan pesan politik kepada kader Partai Demokrat tentang praktik politik yang baik. Sedangkan Airlangga Hartarto sering menampilkan kegiatan sebagai Ketua

Umum Partai Golkar dan Menteri Perekonomian, seperti kampanye partai dan kolaborasi dengan tokoh lain. Pada 10 November 2023, ia memberikan pemahaman tentang kebijakan politik kepada kader dan masyarakat.

Konten kampanye di TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pemilih muda dan mengajak mereka berdialog politik. Namun, keberhasilan kampanye ini bergantung pada kreativitas, pemahaman mendalam terhadap platform, serta kemampuan menyampaikan pesan politik secara menarik dalam video singkat. Inilah yang akan menjadi fokus penulis dalam mengamati aktivitas politik di akun TikTok para tokoh tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif. Meneladan Bogdan dan Taylor (1992:21), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dapat menciptakan data deskriptif yang mencakup lisan, tulisan, dan sifat orang yang diamati. Penelitian kualitatif menggunakan proses berpikir induktif untuk menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang kenyataan. Jenis penelitian ini dikenal sebagai penelitian deskriptif, atau penelitian yang berfokus pada ucapan, tulisan, dan perilaku orang yang diamati. Didalam penelitian ini peneliti memusatkan pandangannya terhadap pola pemasaran politik oleh 3 akun tiktok yang berisi tentang politik yakni @zul.hasan, @agusyudhoyono10, @airlanggahartarto.

HASIL DAN DISKUSI

Peneliti telah melaksanakan proses pengamatan dan dokumentasi terhadap akun media sosial Tiktok terkait dan jugadidapat dari berbagai sumber seperti internet, jurnal, buku serta screenshot. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas dapat penulis temukan serta peneliti mendeskripsikan bahwa proses pemasaran politik melalui media sosial tiktok

Pemilih akan menikmati produk politik yang kompleks setelah partai atau calon terpilih. Produk adalah partai, calon, serta ide-ide yang bakal diutarakan untuk pemilih. Produk politik terdiri dari ide dan identitas ideologi dari masa lalu dan sekarang yang berkontribusi pada pembentukannya. Hasil observasi menunjukkan bahwa berikut peniliti paparkan produk dari masing masing tokoh

Konsep yang membuat partai PAN tetap eksis di kalangan masyarakat dengan tidak mencoreng identitas ideologi partai sesuai AD/ART yang berdasarkan Pancasila dan berlandaskan akhlak politik beragama. Dengan menegaskan bahwa partai PAN melalui Zulkifli Hasan terbuka untuk semua. Sesuai pada pidato beliau yang di upload di platform Tiktok pada

4 Juni 2023, bahwa tujuan politik itu sangat mulia, dengan mengedepankan persatuan sesuai dengan tujuan didirikannya partai PAN, dan untuk membangun bangsa. (Tiktok, 2023)

Dalam kondisi penurunan capaian elektoral, suksesi kepemimpinan SBY di Partai Demokrat dilanjutkan oleh putra sulungnya. Dalam pidato yang disampaikan setelah terpilih menjadi ketua umum, AHY mengajak semua kader membangkitkan kembali kejayaan Partai Demokrat seperti masa ayahnya berkuasa. Hal itu dengan melakukan kerja-kerja merawat basis pemilih loyal. Juga menggarap basis-basis suara baru di berbagai daerah dan berbagai segmen masyarakat. AHY dalam salah satu bukunya yang berjudul *Tetralogi Transformasi AHY: Bersama Kita Kuat, Bersatu Kita Bangkit* (2023) menyampaikan 10 program umum yang akan dijalankan untuk meraih kembali kejayaan.

Semua program tersebut menekankan upaya menyeluruh pada pembenahan internal partai. Secara umum, AHY ingin Partai Demokrat menjadi partai modern yang cerdas (*smart party*). Karena itu, bukan hanya program-program pengabdian masyarakat yang menjadi fokus. Kualitas dan militansi kader pun harus ditingkatkan, termasuk merekrut kader-kader milenial dan menyiapkan sistem prestasi (*merit system*) dalam karier politik kepartaian.

Airlangga bertekad terlebih dahulu memperbaiki internal dan kualitas partai. Dengan melakukan regenerasi melalui Pendidikan politik yang dinamai "*Golkar Institute*". Yang dimana Pendidikan ini dikhususkan kepada yang berumur kurang dari 40 tahun dan bersifat terbuka bagi siapapun. lalu kemudian dengan meningkatnya performa partai, meningkat pula hubungan terhadap rakyat. Yang dimana Partai Golkar dalam tujuan pembentukannya yaitu sebagai organisasi masyarakat yang berfungsi sebagai perwakilan golongan-golongan masyarakat, lalu kemudian bertransformasi menjadi Partai Politik.

Langgeng menjadi bagian dari koalisi, Partai Golkar melalui Ketua Umum Airlangga Hartarto optimis terus berkomitmen mendukung arah dan kebijakan pemerintah yang berfokus pada Pembangunan dengan memperkuat sumber daya manusia, hal ini beliau sampaikan pada pidato ulang tahun Partai Golkar yang di posting pada aplikasi Tiktok tanggal 24 Oktober 2022. Kemudian satu tahun kemudian pada acara yang sama, dan diposting di media sosial Tiktok pada 21 November 2023, Airlangga Hartarto mengatakan Partai Golkar telah teruji sebagai Partai tertua di Indonesia, telah berpengalaman dan berkontribusi kepada negara terutama untuk membangun bangsa.

Periklanan, kehumasan, dan promosi partai disebut promosi, dan dilakukan dengan cara yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Partai politik biasanya menggunakan media masa untuk mempromosikan produk politik mereka. Media massa termasuk TV, billboard, pamflet,

spanduk, atau surat kabar. Dan juga, promosi juga dapat dilaksanakan melalui penggiringan massa guna mendatangi pawai atau temu anggota. Kesempatan seperti ini akan diliput oleh media massa, yang tidak dapat langsung dianggap sebagai media promosi, juga ingin melindungi lembaga politik pada masanya. Namun, dengan perkembangan teknologi media, promosi sekarang juga dilakukan melalui media sosial Tiktok. Akibatnya, peneliti telah memberikan 9 sampel kegiatan promosi.. Menurut hasil pengamatan, berikut peneliti paparkan tabel media sosial Tiktok pemasaran dari masing masing tokoh:

Tabel 4.1 Kegiatan Promosi Tokoh Pada Akun Tiktok

No	Jenis Konten	Nama Akun		
		@Airlangga Hartarto	@Zul.hasan	@Agusyudhoyonoahy
1	Peserta Kampanye dan Relawan	✓	✓	✓
2	Pesan Politik Pendek	✓	✓	✓
3	Q&A dan Interaksi dengan Pengikut	✗	✗	✓
4	Kegiatan Sehari-hari	✓	✓	✓
5	Humor dan Hiburan	✗	✓	✓
6	Pembelajaran dan Edukasi	✓	✓	✓
7	Penggalangan Dana dan Kegiatan Kampanye	✓	✓	✓
8	Sorotan Kegiatan Masyarakat	✓	✓	✓
9	Kolaborasi dengan Tokoh Lain	✓	✓	✓

Dari sampel kegiatan promosi di atas yang telah peneliti amati di masing-masing media sosial Tiktok tokoh menunjukkan bahwa Agus Yudhoyono lebih interaktif dan aktif di media sosial Tiktok, terlihat bahwa dari 9 sampel kegiatan, Agus Yudhoyono memenuhi semua kriteria tersebut, sedangkan Airlangga Hartarto paling sedikit dengan hanya memenuhi 7 sampel. sedangkan zulkifli hasan hanya memenuhi 8 sampel saja.

Strategi politik untuk mengidentifikasi pemetaan berdasarkan berbagai atribut adalah segmentasi. Hal ini membantu tim pemenangan menyampaikan pesan politik yang sesuai

dengan berbagai aspek masyarakat. Tim pemenangan harus membaca orientasi agar tidak menyimpang dari target.. Berbagai kandidat akan menyampaikan pesan politik yang sama agar mereka terpilih dalam kontestasi politik yaitu mengedepankan kepentingan rakyat. Pemetaan pemilih dapat dilakukan berdasarkan jenis kelamin, agama, kelas sosial, umur dan berbagai hal yang sesuai dengan demografis. Segmen utamanya adalah tipologi masyarakat berdasarkan demografi yaitu umur dan jenis kelamin. Pemetaan tersebut dengan melihat kondisi masyarakat Indonesia dengan mayoritas pemilih pemula.

Agus Yudhoyono juga memanfaatkan Media Sosialnya untuk memposting iklan Partai Demokrat yang sangat menarik dan mengedukasi pemilih tentang tujuan Partai kedepannya. Agus Yudhoyono bersama Partai Demokrat mengusung slogan "SI4P" yang bermakna Demokrat siap mengusung dan memperjuangkan perubahan dan perbaikan. Airlangga Hartarto sebagai Ketua Umum Partai Golkar merancang dua skema guna menanggapi segmen pemilih tua serta pemula. Baginya, Partai Golongan karya yang ia naungi tidak akan membuat variasi dan akan tetapi menaungi keduanya.

Lanjut, hal ini ditegaskan oleh politikus Partai Golkar Emilius Melkiades, bahwa Partai Golkar akan menggiatkan penggunaan media sosial guna lebih mencapai pemilih pemula. Ketua Umum Airlangga Hartarto selaku penggagas utama revolusi 4.0 di Indonesia terus mendesak pemanfaatan digital dalam pengelolaan partai, di berbagai urusan juga pemanfaatan media sosial untuk menyapa, menjelaskan kinerja, serta menghimpun dukungan dari konstituen," Terlihat Airlangga Hartarto konsisten dalam penggunaan *Tiktok* untuk melakukan interaksi dan edukasi kepada para simpatisan maupun masyarakat. Dengan konten yang menarik serta *caption* atau penjelasan yang jelas guna mendapatkan dukungan dari konstituen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan dan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan: *Pertama*, ketiga tokoh Zulkifli Hasan, Agus Yudhoyono, dan Airlangga Hartarto menerapkan strategi pemasaran politik yang baik dan mempunyai dengan menggunakan strategi pemasaran politik Firmanzah *Product, Promotion, Price, dan Place* serta strategi STP dengan baik, tepat dan terarah, yaitu *pull marketing* melalui *Tiktok*, dan *artikel*. *Product*, Zulkifli Hasan mempertahankan ideologi partai sesuai AD/ART yang berdasarkan Pancasila dan berlandaskan akhlak politik beragama. Dengan menegaskan bahwa partai PAN terbuka untuk semua. Agus Yudhoyono berupaya mengembalikan kejayaan Partai Demokrat dengan menyampaikan 10

M.Akbar Julio, Yulion Zalpa, Reni Rentika Waty, Pemasaran Politik Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Pada Akun @Zul.Hasan, @Agusyudhoyono10, dan @Airlanggahartarto), JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 5, Januari 31, 2025

program umum demi tercapainya Partai Demokrat yang modern. Airlangga Hartarto, sama halnya dengan Agus Yudhoyono, Airlangga mengemban misi pembaruan yang sebelumnya Partai Golkar mengalami dualisme dan pemunduran. *Segmentasi*, ketiga-nya mengidentifikasi masyarakat berdasarkan usia. *Targeting*, yang dijadikan target utama yaitu masyarakat pemilih pemula di. *Positioning*, dilakukan dengan cara menampilkan citra politik atas keunggulan yang dimiliki kandidat program unggulan, serta sikap profesional.

Kedua, faktor pendukung proses strategi pemasaran politik ketiga tokoh politik ini adalah *segmentasi* masyarakat, aspek eksternal tim sukses, jaringan pertemanan, dan aspek internal yang menjadi misi ketiga tokoh. Faktor penghambat proses strategi pemasaran politik ketiga tokoh ini adalah blunder dan kampanye negatif.

SITASI DAN DAFTAR PUSTAKA

Agnes, (2023). *10 Media Sosial Dengan Waktu Pemakaian Terlama 2023*, diakses dari www.data.goodstats.id pada 20 Agustus 2023.

Alasan Konten Tiktok Lebih Cepat Viral. (2023) diakses pada 20 Agustus 2023 dari <https://voi.id/tulisan-seri/42114/2023>

Ardhana Ulfa Azis, M. S. KEMENANGAN ANIES - SANDI PADA PUTARAN KEDUA PILKADA DKI 2017-2022; TINJAUAN STUDI PEMASARAN POLITIK.

Cindy, (2023). *Pengguna Tiktok Di Indonesia Terbanyak Kedua Di Dunia Per April 2023*, *Nyaris Salip AS?*, diakses dari www.databoks.katadata.co.id pada 20 Agustus 2023.

Demokrat (2024). *Profil & Prestasi AHY*, diakses dari www.demokrat.or.id pada tanggal 4 Februari 2024.

Deswina, (2023). *Alasan Tiktok Menjadi Platform Sosial Media Yang Populer di 2023*, diakses dari www.politekniktempo.ac.id pada 20 Agustus 2023.

Dina, (2023). *Alasan Konten Tiktok Lebih Cepat Viral*, diakses dari www.voi.id pada 20 Agustus 2023.

Efendy (2023). *Blunder Zulhas Bikin Citra PAN Terkoyak*, diakses dari www.rakyatsultra.co.id pada 14 Februari 2024.

Hindarto, I. H. (2022). Tiktok and political communication of youth: a systematic review. *JRP (Jurnal Review Politik)*, 12(2), 146-176.

M.Akbar Julio, Yulion Zalpa, Reni Rentika Waty, *Pemasaran Politik Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Pada Akun @Zul.Hasan, @Agusyudhoyono10, dan @Airlangghartarto)*, JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 5, Januari 31, 2025

Intan Sari (2023). *Sejarah Tiktok Dari Aplikasi Negeri Panda Hingga Mendunia*, diakses dari www.katadata.co.id pada 2 Februari 2024.

Judita, C. (2015), *Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 Melalui Facebook)*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI)*. 19(2) 225-241.

Kemendag, (2024). *Profil Menteri Perdagangan*, diakses dari www.Kemendag.go.id pada tanggal 2 Februari 2024.

Metodelogi Penelitian Sosial. CV Rey Media Grafika. Yulianah, S. E. (2022).

Muhammad Hafil (2023). *PAN Beri Kesempatan Besar Untuk Kader Perempuan*, diakses dari www.news.republika.co.id pada 11 Februari 2024

Muhammad Ridwan (2023). *Berhasil Bangkitkan Ekonomi Indonesia, Ini Segudang Prestasi Airlangga Hartarto*, diakses dari www.jawapos.com pada 12 Februari 2024

Partai Golkar (2024). *Profil Airlangga Hartarto*, diakses dari www.partaigolkar.com pada 5 Februari 2024.

Rainer, Pierre, (2023). *Partai Politik Yang Merepresentasikan Anak Muda*, diakses dari www.Goodstats.id pada tanggal 2 Februari 2024.

Rukmini, N, (2022), *Strategi Marketing Politik Dalam Media Sosial Instagram*. Bandung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati, Bandung.

Sari, M, (2019), *Personal Branding Tokoh Politik Melalui Media Sosial*. Palembang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang.

Septiyanti, Anggi, (2021), *Political Marketing Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Selatan Tahun 2018*. Palembang: Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Sondakh, H. F. (2018). *Strategi Politik Pasangan Bupati Roy Roring Dan Wakil Bupati Robby Dondokambey Pada Pilkada Kabupaten Minahasa 2018*. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 7(4).

Tonyjanto, C., Putu, I. G. P. I. G., Sutajaya, I. M., Kusuma, A. T. A. P., & Amadea, I. B. N. K. (2024). *Pemanfaatan SEO (Search Engine Optimization) dalam meningkatkan Penjualan Produk Speaker X9 Pro Audio dalam Kewirausahaan Bidang*

M.Akbar Julio, Yulion Zalpa, Reni Rentika Waty, Pemasaran Politik Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Pada Akun @Zul.Hasan, @Agusyudhoyono10, dan @Airlanggahartarto), JSIPOL, Vol 4 Issue 1 No. 5, Januari 31, 2025

Pendidikan. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 5(1), 1-8.

Wahyudi, (2020), *Strategi Marketing Politik Media Sosial Pasangan Danny-Fatma Pada Pemilihan Walikota Makassar 2020*. Parepare: Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare.