

STRATEGI PEMENANGAN POLITIK PDI PERJUANGAN DALAM PILKADA KLATEN 2020: ANALISIS MARKETING POLITIK

Dimas Septian Adi Perdana

Email: dmsseptian21@gmail.com

Drs. Turtiantoro, M.Si.

Email: turtiantoro@yahoo.com

Dra. Puji Astuti, M.Si.

Email: astutipuji4@yahoo.co.id

Departemen Politik dan Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

ABSTRACT

This research explains the political winning strategy of PDI Perjuangan Klaten, to make Sri Mulyani, their candidate wins the 2020's Klaten Regional Election. This research aim is to explain, to describe and to analyze the political winning strategy of PDI Perjuangan Klaten. To analyze their strategy, the researcher uses the perspective of political marketing in general, not as rigid as it means, because of the differences between political and economical process. So that the political winning strategy could be identified using marketing perspective without eliminating its political process.

This research uses the qualitative method with descriptive type of research. This research site located in DPC (Regional Party Administrators) PDI Perjuangan Klaten in which using the purposive sampling technique to determine the informants. This research also uses two sources of data, primary data source and secondary data source obtained by using two forms of data collection technique, which is in-depth interviews and documents review.

This research finds that the political winning strategy of PDI Perjuangan Klaten in the 2020's Klaten Regional Election, divided into two phases, planning phase and implementation phase. The planning phase, divide into three phases such as candidate appointment, establishment of winning political posts and team and candidate SWOT analysis. The implementation phase, the program strategy, figure highlights and political campaign strategy were used as their political winning strategies. Through political marketing perspective, the analysis shows that their political winning strategy were effective but not efficient to be used in the 2020's Klaten Regional Election.

Keywords: *Winning Strategy, PDI Perjuangan, Regional Election.*

PENDAHULUAN

Pilkada merupakan sebuah proses politik yang diatur oleh Undang-Undang dalam rangka menciptakan kehidupan politik yang demokratis, transparan dan bertanggung jawab. Dalam pelaksanaannya, kandidat calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dapat dicalonkan baik melalui partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilu yang sebelumnya telah mempunyai sejumlah kursi DPRD dan/atau telah memperoleh dukungan suara dengan jumlah tertentu dalam pemilu legislatif.¹

Pada Pilkada Klaten 2020, bersamaan dengan kondisi Pandemi Covid-19, PDI Perjuangan Klaten kembali berhasil memenangkan kontestasi yang diselenggarakan dengan perolehan suara sebesar 50,18%. Kemenangan ini tidak bisa diperoleh tanpa adanya peranan mesin partai itu sendiri dalam

merumuskan strategi pemenangan politik untuk memenangkan kandidat.

Sehubungan dengan hal ini, Sri Mulyani sebagai kandidat calon bupati yang diusung oleh PDI Perjuangan mendapat sorotan tajam dari publik setelah beberapa foto wajahnya terpampang di *hand sanitizer* bantuan dari Kementerian Sosial (Kemensos RI) pada April 2020 silam. Hal ini secara tidak langsung berimplikasi terhadap turunnya citra positif yang dimiliki oleh kandidat calon bupati yang diusung oleh PDI Perjuangan Klaten.

Dengan kemenangan yang raih oleh Sri Mulyani, dapat disimpulkan bahwa, PDI Perjuangan Klaten sebagai kendaraan politik mempunyai andil yang cukup besar didalam menyusun taktik atau strategi pemenangan untuk menjual kandidat kepada masyarakat untuk dapat merebut hati serta meyakinkan pemilih untuk dapat memilih kandidat calon yang diusung guna

¹ Natalia, A. (2015). Peran Partai Politik Dalam Mensukseskan Pilkada Serentak Di

Indonesia Tahun 2015. *Jurnal TAPIS*, 11(1), 47-68.

memenangkan Pilkada Klaten tahun 2020.

Secara garis besar penelitian ini bermaksud untuk menganalisis strategi pemenangan yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten dengan meminjam perspektif marketing politik. Strategi pemenangan politik ini dilakukan PDI Perjuangan Kabupaten Klaten dengan tujuan untuk memperoleh suatu dukungan dari masyarakat agar semata-mata mendapatkan legitimasi dari masyarakat tersebut, sehingga partai politik dan kandidat dapat memenangkan kontestasi politik dan dengan tujuan akhir untuk memperoleh kekuasaan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk menganalisis strategi pemenangan tersebut dengan menggunakan perspektif *marketing* politik. Namun, penggunaan perspektif *marketing* politik pada penelitian ini hanya menggunakan garis besarnya saja, tidak mengacu teori marketing yang *rigit*, mengingat karakteristik proses politik dan ekonomi tetap berbeda. Dengan demikian hanya beberapa aspek dari

gagasan *marketing* yang digunakan untuk menjelaskan strategi pemenangan PDI Perjuangan Kabupaten Klaten, sehingga strategi pemenangan politik ini diharapkan dapat dipandang dari sisi *marketing* tanpa menghilangkan proses politik yang terjadi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian ini bertempat di DPC PDI Perjuangan Klaten dengan penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder yang diperoleh dari teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, studi kepustakaan dan telaah dokumen.

Dengan demikian penelitian ini bermaksud untuk menganalisis strategi pemenangan politik yang digunakan PDI Perjuangan Klaten dalam Pilkada Klaten 2020 dengan

menggunakan perspektif *marketing* politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Strategi Pemenangan Politik

Pada Pilkada Klaten Tahun 2020, PDI Perjuangan Klaten mengusung Sri Mulyani sebagai kandidat. Dalam rangka untuk memenangkan kandidat, PDI Perjuangan merencanakan strategi politik terlebih dahulu untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Proses perencanaan strategi politik ini dibagi menjadi 3 (tiga) tahapan, yaitu meliputi :

1. Penetapan Kandidat

Pada Pilkada Klaten Tahun 2020, PDI Perjuangan Klaten mempunyai posisi yang unggul dibandingkan kedua kontestan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah perolehan kursi yang dikantongi oleh PDI Perjuangan Klaten dengan jumlah 19 kursi DPRD. Dengan demikian, kekuatan politik yang dimiliki oleh PDI Perjuangan Klaten secara tidak

langsung memang lebih unggul dibandingkan kontestan lain.

PDI Perjuangan secara prosedural menjaring kader partai dari berbagai latar belakang. Namun, pada akhirnya yang mendapat rekomendasi untuk maju mencalonkan diri adalah Sri Mulyani. Sri Mulyani kemudian mendapat rekomendasi untuk dipasangkan dengan Aris Prabowo. Namun, tidak lama setelah rekomendasi turun, surat rekomendasi lanjutan dari DPP PDI Perjuangan kembali turun melalui DPD PDI Perjuangan yang menginstruksikan untuk berkoalisi dengan Partai Golkar. Pada akhirnya, Sri Mulyani dipasangkan dengan kader dari Partai Golkar yaitu Yoga Hardaya pada Pilkada Klaten Tahun 2020.

Meskipun koalisi memiliki keuntungan dan kekurangan, namun dalam hal ini PDI Perjuangan menilai bahwasanya dengan dibentuknya koalisi ini maka harapannya masyarakat Klaten akan semakin harmonis. Namun, satu hal yang sudah pasti adalah dengan adanya koalisi serta elektabilitas Sri Mulyani

yang tinggi, maka secara tidak langsung Sri Mulyani telah semakin dekat untuk memperoleh kekuasaan pada Pilkada Klaten Tahun 2020.

2. Pembentukan Tim Pemenangan dan Posko Pemenangan

PDI Perjuangan Klaten membentuk tim pemenangannya sesuai dengan kisi-kisi dan apa yang telah ada di AD/ART. Tim pemenangan tersebut terbagi menjadi beberapa tingkatan, mulai dari satu tingkat diatas kabupaten yakni di tingkat provinsi yang ditunjuk sebagai Ketua Tim Pemenangan adalah anggota DPRD Provinsi Jawa Tengah Fraksi PDI Perjuangan, Hartanto. Kemudian, di tingkat kabupaten tentunya dari PDI Perjuangan itu sendiri yang beberapa anggota intinya diambil dari beberapa PAC yang berada dicakupan wilayah Kabupaten Klaten. Tim pemenangan ini kemudian membawahi PAC yang berada di 26 kecamatan beserta ranting dan juga anak ranting.

Hal tersebut ditambah dengan adanya posko pemenangan yang ada pada setiap tingkatan. Pengadaan

posko pemenangan di tempat yang strategis pada setiap tingkatan yang ada merupakan salah satu cara efektif dalam memobilisasi massa. Sehingga, dengan diadakannya posko pemenangan kandidat, PDI Perjuangan Klaten optimis dapat memenangkan Sri Mulyani dengan hasil yang maksimal meskipun Pilkada Klaten Tahun 2020 diadakan bersamaan dengan Pandemi Covid-19.

3. Analisis SWOT Kandidat

Tahapan lain dalam perencanaan strategi politik PDI Perjuangan Klaten adalah memetakan posisi (positioning) atau kekuatan dari lawan dengan menggunakan analisis SWOT diantaranya kekuatan (strength), kelemahan (weakness), kesempatan (opportunity) dan ancaman (threat) yang dimiliki oleh kandidat yang diusung.

Melalui analisis SWOT yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Sri Mulyani, sebagai kandidat PDI Perjuangan Klaten memiliki keuntungan sebagai seorang petahana yang memiliki elektabilitas tinggi, memiliki identitas perempuan yang

berkorelasi terhadap nilai tawar produk politik yang berkaitan dengan pengarusutamaan gender dibanding kontestan lain, prestasi dan penghargaan yang dimiliki selama memimpin Kabupaten Klaten. Kekurangan yang dimiliki adalah dampak negatif dari kasus yang menimpa Sri Mulyani seperti penempelan stiker wajah pada bantuan *handsanitizer* Kemensos RI, isu politik identitas/kekerabatan dan kasus pembagian motor Yamaha NMAX berwarna merah kepada lurah/kepala desa sehingga citra positif Sri Mulyani menurun.

Pelaksanaan Strategi Pemenangan Politik

1. Strategi Program

Strategi program yang digunakan oleh PDI Perjuangan Klaten dalam rangka pemenangan kandidatnya berisi tentang konsep identitas partai, nilai-nilai ideologi. Nilai-nilai ideologis yang dibawa PDI Perjuangan tersebut merupakan ideologi yang dibawa oleh Bung Karno yang sarat akan semangat perjuangan untuk mensejahterakan bangsa Indonesia. Sesuai dengan

yang ada pada AD/ART, PDI Perjuangan secara jelas menjadikan Pancasila 1 Juni 1945 dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 sebagai ideologi partai. Kemudian secara nilai, PDI Perjuangan memiliki keinginan untuk mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia yang tertuang dalam Pembukaan UUD NRI 1945 dan Pancasila 1 Juni 1945 sebagai dasar nilai untuk diperjuangkan. Dasar nilai yang dibawa oleh PDI Perjuangan ini selanjutnya akan dijabarkan dalam visi dan misi yang kemudian diformulasikan kedalam program kerja partai.

Visi dan misi yang dibawa untuk Kabupaten Klaten dari Sri Mulyani yang berupa Maju, Mandiri, dan Sejahtera. Hal ini kemudian dirumuskan program-program prioritas atau unggulan, program kerja yang dibawa oleh Sri Mulyani antara lain :

1. Penguatan Ekonomi Lokal dan Iklim Investasi
2. Pengurangan Tingkat Kemiskinan dan Pengangguran

3. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia
4. Peningkatan Kelestarian Lingkungan Hidup, SDA & Pengurangan Resiko Bencana
5. Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik
6. Pemerataan Kualitas & Kuantitas Infrastruktur

Berdasarkan perencanaan-perencanaan strategi politik yang dirumuskan oleh tim pemenangan, program yang ditawarkan oleh Sri Mulyani ini dinilai telah menyangkut seluruh aspek-aspek penting yang dibutuhkan masyarakat serta Kabupaten Klaten. Peningkatan kualitas SDM seperti pengarusutamaan gender juga ada didalamnya sesuai dengan visi dan misi yang dibawa dan penggunaan identitas Sri Mulyani sebagai seorang perempuan seharusnya dapat menjadikan program ini bernilai lebih dibandingkan program yang dibawa oleh kontestan lain. Dengan demikian, melalui program kerja yang ditawarkan yang dirumuskan dengan

memerhatikan situasi, kondisi pada saat Pandemi Covid-19 dan kebutuhan masyarakat lima tahun, PDI Perjuangan berharap untuk mendapatkan hasil yang maksimal untuk memenangkan kandidatnya pada Pilkada Klaten Tahun 2020.

2. Strategi Penonjolan Figur

PDI Perjuangan Klaten melakukan strategi pergerakan untuk mengkampanyekan kandidatnya sehingga image yang dimiliki Sri Mulyani tersebut naik kembali. Strategi politik ini dengan kata lain digunakan untuk menjadikan kabar buruk (bad news) menjadi kabar baik (good news) yang digunakan diantara kampanye pengenalan figur dan juga kampanye track record, prestasi dan penghargaan yang diterima Kabupaten Klaten selama Sri Mulyani menjabat sebagai Bupati.

Kampanye figur yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten yaitu menonjolkan sosok Sri Mulyani disetiap kegiatan baik dengan simbol-simbol, identitas yang identik dengan PDI Perjuangan Klaten dan identik dengan nilai yang

berbasis gender perempuan. Sehingga, disetiap kegiatan apa saja yang dilakukan, dihadiri oleh Sri Mulyani, mampu menyiratkan pesan-pesan politik ataupun pesan-pesan kampanye politik.

Kampanye figur tersebut selain dilakukan secara langsung ataupun lewat media sosial, juga dilakukan melalui kegiatan Debat Publik yang diadakan KPU Kabupaten Klaten. PDI Perjuangan Klaten memanfaatkan Debat Publik selain untuk menawarkan visi, misi dan program kerja yaitu untuk menyiratkan pesan dan kesan kepada masyarakat bahwa seorang perempuan memiliki keberanian, power, kapabilitas untuk memimpin Kabupaten Klaten. Dengan kata lain, PDI Perjuangan menggunakan kegiatan Debat Publik untuk menonjolkan kefiguran seorang Sri Mulyani. Pencitraan seorang Sri Mulyani tersebut sangat ditonjolkan dalam Debat Publik melalui kemasan seorang Sri Mulyani sebagai satu-satunya perempuan yang berdiri sejajar dalam Debat Publik di hadapan calon laki-laki lain. Pencitraan ini juga dikemas dengan

sosok dirinya sebagai seorang pemimpin perempuan yang mempunyai banyak prestasi dan penghargaan sebagai Bupati Klaten pada periode sebelumnya.

3. Strategi Kampanye Politik

Dalam mengkampanyekan kandidat mereka, PDI Perjuangan Klaten menyepakati untuk menargetkan keseluruhan elemen, lapisan masyarakat yang ada, sebab Pilkada Klaten 2020 berbarengan dengan Pandemi Covid-19 dimana dampak yang diakibatkan tersebut menyangkut seluruh lapisan, untuk selanjutnya dilakukan strategi kampanye langsung. PDI Perjuangan Klaten memobilisasi tim pemenangan partai untuk mengkampanyekan strategi politiknya secara langsung. Kampanye politik langsung yang digunakan adalah secara *'getok tular'* (*door to door*). Secara garis besar, tim pemenangan PDI Perjuangan Klaten berisikan oleh struktural partai dari tingkat kabupaten (DPC) sampai ke tingkat RT/RW. Selain itu, organisasi-organisasi sayap yang dimobilisasi oleh PDI Perjuangan Klaten diantaranya Komunitas Juang

(KJ), Barisan Shirathal Mustaqim (BSM), dan organisasi sayap partai lainnya.

Kampanye politik juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan-pendekatan ke tokoh masyarakat dan juga komunitas-komunitas. Dengan begitu, relawan PDI Perjuangan Klaten dapat mendekati masyarakat dengan lebih mudah dengan tujuan untuk mencari dukungan politik. Selain itu, strategi kampanye politik lain yang dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten adalah strategi kampanye tidak langsung. Strategi kampanye tidak langsung yang digunakan oleh PDI Perjuangan Klaten lain menggunakan media massa seperti media cetak dan juga media elektronik. Kampanye melalui media cetak yang digunakan seperti brosur ini dilakukan untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi, sebab media cetak ini mudah dan fleksibel untuk disebar ditempat-tempat strategi seperti posko pemenangan dan juga dibagikan kepada masyarakat secara langsung.

Selain itu, Sri Mulyani, kandidat PDI Perjuangan Klaten juga menggunakan media elektronik untuk kampanye. Media elektronik dapat digunakan untuk ajang pencitraan dari kandidat yang diusung. Media elektronik yang digunakan PDI Perjuangan Klaten diantaranya siaran Debat Publik, website pemenangan klatenmulyo dan medial sosial seperti twitter, instagram, facebook dan youtube. Dengan situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan untuk mengumpulkan sebuah kerumunan basis massa, media elektronik ini dapat menjadi alternatif kandidat pada masa kampanye. Terlepas dari situasi dan kondisi yang terjadi pada Pilkada Klaten 2020, kampanye melalui media elektronik ini secara tidak langsung dilakukan untuk menggalang massa yang basisnya merupakan pengguna media online terutama kalangan anak muda atau kaum *millenial*.

Analisis Strategi Marketing Politik PDI Perjuangan Klaten

1. Produk (*Product*)

Produk yang disoroti adalah penggunaan figur atau identitas

kandidat, yang mempunyai implikasi terhadap visi dan misi serta program kerja yang diusung. Hal ini dapat berarti bahwa, selama kandidatnya seorang perempuan maka, kredibilitas produk yang berupa program kerja yang berhubungan erat kaitannya dengan pengarusutamaan gender/pro gender akan memiliki nilai tawar yang lebih. PDI Perjuangan Klaten merumuskan hal ini dengan cermat, dapat dilihat pada visi kandidat poin huruf a ayat (1) dan (4), serta dapat dilihat pada misi huruf e. Kemudian setelah visi dan misi ini terbentuk, dibuatlah program kerja yang berhubungan dengan pengarusutamaan gender yaitu program kerja yang ada pada poin 3 (tiga) yaitu peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dengan adanya poin pengarusutamaan gender, maka Sri Mulyani mempunyai bargaining *power* pada Pilkada Klaten Tahun 2020.

Namun, kekurangan yang ada disini adalah, meskipun nilai tawar program pro gender yang diusung oleh Sri Mulyani ini punya kredibilitas produknya sendiri, sayangnya program atau visi dan misi

ini masih kalah saing dengan program yang berkaitan dengan ekonomi infrastruktur. Dengan kata lain, fokus utama visi dan misi yang dibawa Sri Mulyani masih berkaitan erat dengan rekonstruksi pasca Pandemi Covid-19. Bukan berarti hal ini buruk, justru kampanye politik yang mengisyaratkan bahwa partai politik harus dekat dengan masyarakat, mengerti apa kebutuhan masyarakat adalah hal yang paling krusial dalam kampanye politik karena hal yang sedang dibutuhkan masyarakat pada saat Pilkada Klaten Tahun 2020 yang berbarengan dengan Pandemi Covid-19 adalah memulihkan ekonomi keluarganya masing-masing. Hanya, yang menjadi poin adalah seharusnya PDI Perjuangan Klaten dapat memanfaatkan program yang berkaitan dengan pro gender sebagai fokus utama, karena potensi yang dimiliki Sri Mulyani sebagai satu-satunya calon perempuan memberikan kredibilitas produk sehingga memberikan dampak yang signifikan dalam memperoleh konsumen/suara dari kalangan pemilih perempuan.

2. Harga (*Price*)

Biaya politik yang dikeluarkan oleh pasangan calon nomor urut 2 (dua) yaitu One Krisnata – Muhammad Fajri relatif sangat kecil dengan nominal Rp. 20.733.000 dengan presentase perolehan suara 32.70% dibandingkan dengan yang dikeluarkan oleh Sri Mulyani – Yoga Hardaya sebesar Rp. 545.615.000 dengan presentase perolehan suara 50.18%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pasangan calon nomor urut 2 (dua) memperoleh efek/ dampak seperti yang dikatakan oleh Firmanzah (2012:205).

Perolehan hasil suara tersebut dapat dikatakan tidak lepas dari sumbangsih mesin partai PDI Perjuangan Klaten dalam memasarkan kandidat calon bupati kepada masyarakat. Apabila citra seorang Sri Mulyani tidak turun di sebagian masyarakat Klaten, maka dapat diasumsikan bahwa PDI Perjuangan Klaten akan memperoleh hasil suara yang bahkan melebihi dari Pilkada Klaten tahun 2010 sebesar 64,23% yang saat itu juga menggunakan identitas seorang calon perempuan untuk menjual produknya. Hal ini didasarkan pada

nilai yang ditawarkan oleh Sri Mulyani sebagai satu-satunya calon pemimpin perempuan yang mempunyai paket lengkap berupa elektabilitas yang tinggi, memiliki segenap prestasi/penghargaan, sehingga Sri Mulyani mempunyai nilai tawar yang tinggi terhadap produk politik yang berorientasi gender bahkan terhadap produk politik yang lain. Namun kembali lagi, dalam rangka memenangkan Pilkada harga sebuah kepercayaan dan keyakinan lah yang merupakan nilai tertinggi yang harus dikorbankan pemilih, sebagaimana yang dikatakan oleh Firmanzah (2012: 207) bahwa harga yang harus dibayar adalah kepercayaan (trust) dan keyakinan (beliefs) akan partai atau kontestan yang akan didukung.

3. Tempat (*Placement*)

Selain dalam hal memetakan target pasar (segmentasi) dimana PDI Perjuangan Klaten telah tepat dalam menentukan seluruh lapisan masyarakat akibat dampak Pandemi Covid-19, banyak yang perlu diperhatikan dalam distribusi produk politik, salah satunya adalah

pemilihan cara distribusi atau pemilihan media distribusi politik. Pun menurut Firmanzah (2012:208), hal lain yang perlu diperhatikan berkaitan dengan apakah produk politik cukup didistribusikan melalui media atau harus datang dan bertatap muka secara langsung dengan masyarakat. Terlebih apabila pendistribusian tersebut terkendala oleh Pandemi Covid-19.

Jika dilihat pada permukaan memang kondisi ini mengharuskan untuk beralih ke promosi yang lebih modern. Seperti halnya media pilihan seperti brosur, pamflet, poster, baliho, banner, media sosial, website, siaran debat publik yang telah dilakukan oleh PDI Perjuangan Klaten. Namun, apabila mengkaji dan memetakan ulang letak geografis, demografis, yang notabene Pilkada ini adalah wilayah lokal atau wilayah tempat institusi itu eksis, maka cara distribusi politik dengan publikasi (*door to door*) atau yang biasa PDI Perjuangan Klaten sebut dengan '*getok tular*' lebih efektif untuk dilakukan. Berdasarkan teori-teori tentang distribusi politik tersebut maka hal ini merupakan strategi yang tepat bagi

PDI Perjuangan Klaten dengan sumber daya manusia, jaringan relawan, struktur internal partai yang solid dan menjangkau sampai lingkup terkecil. Karena kembali lagi, faktor yang terpenting adalah tentang sampai tidaknya produk politik itu kepada masyarakat dan dapat dirasakan oleh masyarakat di berbagai lapisan.

4. Promosi (*Promotion*)

PDI Perjuangan Klaten mengaku bahwa, promosi dengan menggunakan publikasi atau '*getok tular*' (kampanye langsung) adalah cara kampanye yang paling efektif dibandingkan media cetak, media sosial dan website, debat, dan media luar ruang meskipun tidak dapat melakukan *show of force*, acara dangdutan atau sejenis yang menimbulkan kerumunan. Publikasi PDI Perjuangan Klaten terkendala oleh situasi dan kondisi yang ada, hanya menyisakan *door to door* atau '*getok tular*' (dari mulut ke mulut). PDI Perjuangan Klaten menganggap kampanye seperti ini efektif karena jaringan relawan yang mereka miliki

solid, secara struktural dari tingkat kabupaten hingga tingkat RT/RW.

Namun, hal yang disoroti pada bagian promosi marketing politik adalah penggunaan media tidak langsungnya. Sebab, penggunaan media tidak langsung oleh PDI Perjuangan Klaten tidak bisa dimanfaatkan dengan maksimal. Hal ini berkaitan dengan penggunaan media sosial dengan hanya menggunakan media sosial kandidat untuk menjual kandidat. Ditambah konten-konten yang dimiliki oleh kandidat merupakan konten yang memang tidak cocok, kurang menarik untuk kalangan *millenial* atau kalangan anak-anak muda, meskipun penggunaan media sosial untuk pencitraan politik sejak masih menjabat sebagai Bupati adalah hal yang tepat. Sebagaimana menurut Butler & Collins (dalam Firmanzah, 2012:204) mengatakan bahwa aktivitas promosi harus dilakukan terus-menerus dan permanen dan tidak hanya terbatas pada periode kampanye saja. Mengingat bahwa Sri Mulyani merupakan seorang *incumbent*, maka setiap kegiatan yang dilakukan olehnya adalah sebuah

pencitraan dari sebuah produk politik, baik itu identitasnya sebagai kader partai politik, figuritas sebagai calon bupati.

Belum lagi jika konten-konten yang diposting oleh kandidat tersebut digoreng oleh institusi politik lain, sebagaimana menurut Firmanzah (2012: 204) yang mengatakan, banyak kalangan menyebut cara ini sebagai *'nyolong start'*, karena biasanya lebih banyak dimanfaatkan oleh partai atau kandidat yang memiliki banyak dana dan telah mempunyai kuasa untuk melakukannya. Hal ini sebenarnya wajar, karena sebagai incumbent, apabila kandidat melakukan kesalahan sedikit saja maka yang terkena malu ibaratnya adalah masyarakat Klaten secara umum. Seperti saat Sri Mulyani viral ketika kasus *handsanitizer* Kemensos RI yang ditemplei stiker wajahnya.

Oleh sebab itu, penggunaan media sosial ini memang riskan namun lebih banyak positifnya daripada negatifnya. Dalam artian, apabila dikelola dengan benar, apabila diisi dengan konten-konten

yang menarik bagi kalangan muda (*out of the box*), maka dampaknya akan sangat signifikan dalam mendulang perolehan suara karena jangkauan media sosial itu luas sekali tidak hanya kalangan muda, namun juga dapat menyentuh lapisan-lapisan yang mungkin belum dapat terjamah, massa mengambang, atau bisa saja calon pemilih lawan dapat memalingkan pilihannya kepada kandidat yang PDI Perjuangan Klaten. Selain itu, promosi melalui media ini memiliki manfaat yang lebih besar yaitu dapat meminimalisir biaya yang digunakan untuk distribusi produk, sehingga aliran biaya politik seperti kaos kemenangan, pertemuan dengan relawan yang memakan banyak biaya dapat digunakan untuk hal-hal mendesak lain yang dapat membantu memenangkan Pilkada dengan efektif dan efisien.

KESIMPULAN

Strategi kemenangan kandidat yang digunakan oleh PDI Perjuangan Klaten yang dianalisis menggunakan marketing politik merupakan pilihan yang tepat, yang membuat strategi kemenangan tersebut cukup efektif

namun kurang efisien untuk memenangkan kandidat pada Pilkada Klaten Tahun 2020. Mulai dari strategi program dan penonjolan figur seorang Sri Mulyani yang merupakan seorang petahana sekaligus seorang perempuan sehingga program kerja yang memiliki korelasi dengan gender akan memiliki nilai yang tinggi. Kemudian, strategi kampanye politik yang berisi tentang media kampanye politik, penggalangan dana relawan. Strategi kampanye tidak langsung yang berupa penggunaan media cetak dan media elektronik seperti media sosial kandidat, serta strategi kampanye langsung yang berupa mobilisasi massa struktural tim kemenangan PDI Perjuangan Klaten secara '*getok tular*' (*door to door*). Keduanya, sama-sama memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Namun sayangnya, penggunaan media sosial kandidat tidak se-efektif penggunaan media '*getok tular*' sehingga hal ini tidak berimbang. Pun efektifitas media kampanye langsung mengharuskan untuk menggunakan biaya politik yang besar sehingga membuat strategi

pemenangan politik PDI Perjuangan tidak efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adman Nursal. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Alfian, M. Alfian. (2008). *Menjadi Pemimpin Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 302-303
- Almond, Gabriel. (1974). *Comparative Politics Today: A World View*. Boston: Little, Brown, and Co.
- Duverger, Maurice. (1972). *Party Politics and Pressure Groups*. New York: Thomas E. Cromwell.
- Firmanzah. (2007). *Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hlm. 244
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik (Antara Pemahaman dan Realitas)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Hlm. 198
- Haris, Syamsuddin. (1998). *Menggugat Politik Orde Baru*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Karim, M. Rusli. (1991). *Pemilu Demokratis Kompetitif*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; Penerbit PT Remaja Rosdakarya
- Nasution, Noviantika. (2006). *Bobolnya Kandang Banteng: Sebuah Otokritik*. Jakarta: Penerbit Suara Bebas. Hlm. 43.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Hlm. 111
- Schröder, Peter. (2009). *Strategi Politik*. Jakarta: Frederich-

- Naumann-Stiftung fuer die Freiheit.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, Hlm. 219
- Surakhmad, Winarno. (1998). *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Tarsito
- Zetter, Lionel. (2008). *Strategi Memenangkan Pilkada dan Pilpres*. Jakarta: Ina Publikatama.
- Betsiana, M. R. N. (2017). *Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 Di Kabupaten Brebes*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang
- Natalia, A. (2015). Peran Partai Politik Dalam Mensukseskan Pilkada Serentak Di Indonesia Tahun 2015. *Jurnal TAPIS*, 11(1), 47–68.
- Rizqi, M.D., Nurmandi, A., & Rahmawati, D.E. (2020). The Role of Sri Hartini as The Regent of Klaten Related to Corruption of Criminal Acts in Klaten District. *Jurnal Cita Hukum*, 8(2), 279–304. <https://doi.org/10.15408/jch.v8i2.14854>
- Susilo Utomo. (2015). Peran Partai Demokrasi I Indonesia Perjuangan Dalam Memenangkan Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko Pada Pilgub Jateng 2013. *Jurnal Ilmu Sosial, Volume 14 Nomor 2, 2015*, Hal. 3.