

Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial
(Strategi Pemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman pada Pemilu
Legislatif DPR RI Dapil II Sul-Sel tahun 2024)



FERIAWANG
E041201030
ILMU POLITIK
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2025

**Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial
(Strategi Pemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman pada Pemilu
Legislatif DPR RI Dapil II Sul-Sel tahun 2024)**

FERIAWANG

E041201030



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

2025

**Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial
(Strategi Pemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman pada Pemilu
Legislatif DPR RI Dapil II Sul-Sel tahun 2024)**

FERIAWANG

E041201030

Skripsi,

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana
Program Studi Ilmu Politik

Pada

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2025**

**Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial
(Strategi Pemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman
Pada Pemilu Legislatif DPR RI Dapil II Sul-Sel tahun 2024)**

Feriawang

E041201030

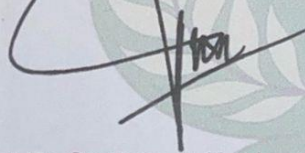
Skripsi,

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Pada 19 Juni 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Pada

Program Studi Ilmu Politik
Departemen Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Pembimbing Tugas Akhir,



Prof. Dr. Gustiana, A. Kambo, S.IP, M.Si
NIP. 197308131998022001

Mengetahui:
Ketua Program Studi,



Dr. Sakinah Nadir, SIP, MSI
NIP. 197912182008122002

SKRIPSI

Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial

(Strategi Pemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman
Pada Pemilu Legislatif DPR RI Dapil II Sul-Sel tahun 2024)

Disusun dan

Diajukan oleh:

FERIAWANG

E041201030

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Oleh Panitia
Ujian Skripsi Pada Departemen Ilmu Politik Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Menyetujui,

Panitia Ujian

Ketua : Prof. Dr. Gustiana, A. Kambo, S. IP, M. Si

Anggota : Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si.

Anggota : Andi Naharuddin, S.IP., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Gustiana. A. Kambo, S.IP., M.Si. sebagai pembimbing utama) Karya ilmiah ini belum di ajukan dan tidak sedang sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak di terbitkan dari penulis lain telah di sebutkan dalam teks dan di cantumkan dalam daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat di buktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.



Makassar, 24 Mei 2025

FERIAWANG E041201030

UCAPAN TERIMAKASIH

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, Segala puji bagi Allah yang memilih kami sebagai makhluk-Nya yang terpilih, memperkaya kami dengan karunia-Nya, mencukupkan kami dengan perhatian-Nya, serta menganugerahkan kepada kami Muhammad dan keluarganya yang suci. Terima kasih dan penghormatan penulis persembahkan kepada kedua orang tua karena atas kebaikan dan dedikasinya untuk menyekolahkan anaknya setinggi-tingginya, penulis mendapatkan pengetahuan dan pendidikan. Penulis juga menghaturkan rasa terima kasih kepada Keluarga Besar yang telah mendukung.

Terimakasih kepada dosen pembimbing Prof. Dr. Gustiana. A. Kambo, S.IP., M.Si atas bimbingan dan arahnya selama ini saya ucapkan terimakasih sebesar besarnya atas bimbingan dan dedikasinya saya mampu menyelesaikan tulisan ini.

Terimakasih kepada dosen Universitas Hasanuddin atas segala kesempatan, dukungan, ilmu, arahan dan bimbingan dalam proses pembelajaran, kepada Rektor Universitas Hasanuddin, Bapak Prof. Dr. Ir Jamaluddin Jompa, M.Sc. beserta para Wakil Rektor dan jajarannya, kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Bapak Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si. sekaligus Penguji penulis, beserta para Wakil Dekan dan jajarannya, kepada Ketua Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Ibu Dr. Sakinah Nadir, S.IP., M.Si., Dosen sekaligus Ketua Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Bapak Prof. Muhammad S.IP., M.Si., Dosen sekaligus Pembimbing dan Penasehat Akademik penulis.

Terimakasih kepada teman-teman IKMB UNHAS yang telah menjadi keluarga kedua selama masa kuliah, terima kasih sudah menjadi bukti bahwa keluarga tak sedarah betul-betul ada dan nyata, terimakasih telah menjadi bentuk cinta yang paling abadi bagi saya, terimakasih telah memberikan ruang bagi saya untuk berproses tidak sedikit Pelajaran yang saya petik dari rumah Biru Hitam ini yakin saja bahwa masa masa ini akan menjadi abadi dalam ingatan dan akan mustahil untuk di lupakan. Salam biru hitam yang sering di gaungkan sebagai tanda semangat akan menjadi patokan semangat bagi saya dalam kehidupan saya berikutnya, terimakasih IKMB-UNHAS telah menjadi teman, keluarga bahkan cinta

Terimakasih kepada teman teman Dinamis yang Namanya tidak bisa disebutkan satu persatu disini, karena telah menjadi teman seperjuangan di perkul sehingga waktu yang dihabiskan begitu berarti dan indah untuk dikenang, Terima kasih kepada Himapol Fisi p Unhas telah menjadi ruang berkembang bagi diri Terimakasih Kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu di sini, terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses dalam menempuh pendidikan ini. Kepada semua yang telah disebutkan diatas, semoga Allah tetap menjaga kalian agar tetap adil, mengatur segala urusan kalian, mencukupkan segala keperluan kalian, dan meneguhkan kalian dengan pertolongan Nya. Penulis telah berusaha memberi yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih kepada Eiichiro Oda karna telah menciptakan sebuah karya (One Piece) yang bisa saya jadikan teman dalam penyusunan skripsi pelajaran maupun motivasi yang penulis (Eiichiro Oda) selipkan pada karya tersebut saya jadikan motivasi

kuat bagi saya seperti yang dikatakan Roronoa Zoro “ Jika kau tidak mencoba, maka kau tidak akan tahu hasilnya, lagi pula kita akan mati nanti, kenapa tidak kita coba dengan serius dan bersungguh-sungguh? -Roronoa Zoro”

Namun, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan keterbukaan penulis menerima segala saran dan kritik demi lebih baiknya skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana strategi kampanye politik dijalankan dalam pemilihan anggota DPR RI tahun 2024 di Daerah Pemilihan (Dapil) II Sulawesi Selatan, dengan fokus pada dua tokoh penting, yaitu Andi Amar dan Andi Ma'ruf Sulaiman. Tujuan dari studi ini adalah untuk melihat seberapa efektif konsep pemasaran politik diterapkan, terutama dalam hal produk politik, cara promosi, pengeluaran biaya, dan penyebaran informasi ke masyarakat. Penelitian ini juga mempertimbangkan bahwa generasi milenial menjadi kelompok pemilih terbesar, sehingga pendekatan kampanye lama dianggap sudah tidak lagi cocok. Diperlukan strategi yang bisa menyentuh sisi emosional serta sesuai dengan minat dan kebiasaan generasi muda agar mereka tertarik dan mau mendukung.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan bentuk deskriptif, yang bertujuan menggambarkan dan menganalisis secara mendalam perilaku sosial dan politik masyarakat. Data dikumpulkan dari wawancara langsung sebagai sumber utama, serta dari dokumen dan publikasi yang mendukung sebagai pelengkap. Data yang diperoleh dianalisis untuk melihat pola-pola tertentu serta hal-hal yang menjadi kunci keberhasilan dalam kampanye tersebut. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan referensi dari kajian sebelumnya yang membahas tentang partisipasi generasi muda dalam politik, faktor-faktor yang memengaruhi pilihan dalam pemilu, dan perkembangan cara kampanye di era digital.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kampanye yang berhasil biasanya dilakukan oleh calon yang benar-benar memahami siapa mereka, apa visi dan misi yang dibawa, dan bagaimana hal itu bisa sesuai dengan harapan pemilih di Dapil II. Membangun citra diri yang baik, modern, dan menjanjikan perubahan sangat penting dalam menarik simpati masyarakat. Dalam hal promosi, tidak cukup hanya berbicara langsung, tetapi juga harus aktif di media sosial seperti Instagram dan TikTok agar bisa menjalin hubungan emosional dengan pemilih serta membangun rasa percaya. Studi ini juga menunjukkan bahwa kampanye harus mampu menjawab hambatan emosional yang mungkin membuat pemilih ragu. Selain itu, pengelolaan biaya kampanye yang hemat dan perencanaan distribusi yang baik—yang mempertimbangkan letak wilayah dan siapa saja target pemilihnya—juga sangat berpengaruh terhadap penyebaran pesan kampanye secara merata. Pemahaman akan kondisi politik serta kemampuan dalam menjalankan strategi dengan tepat sangat berpengaruh terhadap jumlah dukungan yang diperoleh dan bisa memperbesar peluang untuk menang dalam pemilihan.

ABSTRACT

This study explores how political campaign strategies were implemented in the 2024 legislative election for the Indonesian House of Representatives (DPR RI) in the Electoral District (Dapil) II of South Sulawesi, with a particular focus on two prominent figures: Andi Amar and Andi Ma'ruf Sulaiman. The main goal of the study is to evaluate how effectively political marketing concepts were applied, especially in terms of political products, promotional methods, campaign expenditures, and the dissemination of information to the public. The research also considers that millennials represent the largest group of voters, suggesting that traditional campaign approaches are no longer adequate. Therefore, strategies that appeal emotionally and align with the interests and behaviors of the younger generation are essential to gain their support.

The study employs a qualitative descriptive approach, aiming to thoroughly describe and analyze relevant social and political behaviors. Data were collected primarily through in-depth interviews, supported by document analysis and related publications. The data were then analyzed to identify recurring patterns and key factors that contributed to successful campaign efforts. Additionally, the research draws on previous literature discussing youth political participation, determinants of voter decisions, and the evolution of political marketing strategies in the digital age.

The findings indicate that successful campaigns are generally led by candidates who have a strong understanding of their identity, vision, and mission, and how these resonate with the expectations of voters in Dapil II. Building a positive, modern, and change-oriented public image is crucial in attracting public sympathy. In terms of promotion, it is no longer sufficient to rely solely on face-to-face communication; active engagement on social media platforms such as Instagram and TikTok is also necessary to establish emotional connections and build voter trust. The study further emphasizes that campaigns must address voters' emotional barriers to achieve effective outreach. Moreover, efficient budget management and well-planned distribution strategies—taking into account geographical and demographic factors—are essential for evenly spreading campaign messages. A deep understanding of the political landscape and the ability to execute strategies effectively have a significant impact on gaining voter support and ultimately increasing the likelihood of electoral success.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PENERIMAAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN	
HAK CIPTA.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
1.3.2.1 Manfaat Akademik.....	4
1.3.2.2 Manfaat Praktis.....	4
1.4 Tinjauan Pustaka.....	4
1.4.1 Penelitian Terdahulu.....	4
1.4.2 Kerangka Konsep.....	6
1.4.2.1 Konsep Marketing Politik.....	6
1.4.2.2 Pemilu dan Kontestasi Politik.....	8
1.4.2.3 Strategi Pemenangan dalam Kontestasi Politik Lokal.....	11
1.4.3 Kerangka Pemikiran.....	13
1.4.4 Skema Berpikir.....	14
BAB II METODE PENELITIAN.....	15
2.1 Sumber Data.....	15
2.2 Jenis dan Tipe penelitian.....	15
2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	16
2.4 Informan Penelitian.....	17
2.5 Teknik Analisis Data.....	17
2.5.1 Reduksi Data.....	17
2.5.2 Penyajian Data.....	18
2.5.3 Penarikan Kesimpulan.....	18
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
3.1 Hasil.....	19
3.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	20
3.2 Profil Informan / Karakteristik Informan.....	20
3.2.1 Profil Andi Amar Ma'ruf Sulaiman.....	20
3.2.2 Profil Tim Pemenangan.....	21
3.2.3 Profil Pemilihan Pemula.....	22
3.3 Temuan Wawancara.....	22
3.3.1 Produk Politik.....	23
3.3.2 Promosi Politik.....	27

3.3.3 Harga / Cost (Nilai, Value) Politik	32
3.3.4 Citra (Nilai Simbolik) Nasional	36
3.3.5 Penempatan (Place).....	37
3.3.6 Strategi Push Marketing	41
3.3.7 Strategi Pass Marketing	47
3.3.8 Strategi Pull Marketing	53
BAB IV KESIMPULAN	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan sistem Demokrasi, demokrasi sendiri dimaknai sebagai suatu sistem yang menekankan keterlibatan masyarakatnya dalam berbagai hal. Secara garis besar demokrasi merupakan bentuk pemerintahan dimana formulasi kebijakan secara langsung atau tidak langsung ditentukan oleh suara terbanyak dari warga masyarakat yang memiliki hak memilih dan dipilih, melalui wadah pembentukan suaranya dalam keadaan bebas dan tanpa paksaan. Di Indonesia pemilihan umum yang diterapkan bersifat langsung, pelaksanaan pemilu legislatif secara langsung di Indonesia merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mendorong peningkatan kualitas demokrasi. Demokrasi merupakan sistem dimana para pengambil keputusan kolektifnya dipilih melalui pemilu, didalam pemilu para calon atau partai bebas bersaing untuk merebut suara masyarakat, sehingga dalam pengertian ini demokrasi sendiri mengandung dua aspek yaitu kompetisi dan partisipasi.

Setiap warga negara mempunyai hak untuk memilih calon pemimpin. Di Indonesia pemilihan wakil rakyat dilaksanakan dalam rentang waktu 5 tahun sekali. Partai politik menjadi jembatan penting bagi warga negara untuk berperan dan berpartisipasi aktif dalam pemilu. Partai politik digunakan sebagai lembaga politik formal yang berfungsi untuk mengagregasi dan mengartikulasikan berbagai kepentingan rakyat. Dalam konsep idealis, partai politik merupakan perwakilan rakyat di parlemen guna memberi control efektif terhadap jalannya pemerintahan. Penerapan demokrasi atas perkembangan partai politik perlu mengedepankan norma-norma *egalitarianism* (persamaan) dan *Liberty* (kebebasan), bagi setiap warga negara untuk yang berpartisipasi di ranah politik.

Di Indonesia sendiri pemilihan umum sangat beraneka ragam mulai dari pemilihan umum untuk memilih presiden dan wakil presiden, memilih kepala daerah seperti gubernur, walikota atau bupati serta wakilnya, atau memilih wakil-wakil rakyat yang duduk baik ditingkat pusat maupun daerah atau yang biasa disebut sebagai lembaga legislatif. Lembaga legislatif merupakan lembaga atau dewan yang mempunyai tugas serta wewenang membuat atau merumuskan UUD yang ada disebuah negara. Selain itu lembaga legislatif juga diartikan sebagai lembaga legislator, yang mana jika di negara Indonesia lembaga ini dijalankan oleh DPD (dewan perwakilan daerah), DPR (dewan perwakilan rakyat), dan MPR (Majelis Permusyawaratan Rakyat).

Strategi politik menjadi hak yang penting tidak hanya bagi partai politik dan pemerintahan, namun juga bagi organisasi non partai politik, dalam kajian lain strategi politik diartikan sebagai seperangkat metode agar dapat memenangkan pertarungan antara sebagai kekuatan politik yang menghendaki kekuasaan, baik dalam kontestasi pemilu maupun pemilukada. Strategi tersenut digunakan untuk merebut hati dan meraih simpati pemilih. Dalam memperebutkan kekuasaan partai politik membutuhkan strategi-strategi politik untuk mengalahkan lawannya. Biasanya strategi politik dipakai ketika

menjelang pemilu. Konsep strategi didalam pemilihan umum sendiri umumnya selalu berorientasi pada kemenangan. Kemenangan yang dimaksud yakni dalam hal memproduksi kursi kekuasaan dalam pemerintahan. Berbagai strategi muncul untuk memenangkan kemenangan.

Pemilih Milenial adalah pemilih yang lahir pada sekitaran tahun 1995-2004 yang kehidupan generasinya tidak dapat dilepaskan dari eknologi informasi terutama internet. Generasi milenial juga lebih menghargai perbedaan, memiliki rasa optimis yang tinggi dan sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, pemilih milenial berbeda dengan pemilih pemula, pemilih pemula adalah pemilih yang baru pertama kali ikut dalam pemilihan umum. Para pemilih pemula kebanyakan dari pelajar yang baru pertama kali ikut dalam pemilihan umum.

Pemilih milenial di indonesia mampu memberikan kontribusi besar dalam politik indonesia. Hal ini menjadikan banyak partai politik mencari tahu mengenai kriteria yang akan menjadi tolak ukur dalam memutuskan siapa yang akan di pilih terutama pada saat pemilihan umum. Maka dari itu keputusan generasi milenial dalam menentukan pilihannya pada saat proses pemilihan umum berlangsung pengaruh penting pada pemilu mendatang, dan dalam pengambilan keputusan tersebut terdapat faktor-factoryang melatar belakangi keputusan generasi milenial dalam memilih, antara lain *voting behavior*, *political branding* dan *political disaffection* (azis, 2018).

Umumnya pemilih milenial masih di pengaruhi oleh kepentingan–kepentingan tertentu terutama oleh orang terdekat seperti anggota keluarga, mulai dari orang tua hingga kerabat sehingga pemilih milenial merupakan sasaran yang tepat dari partai poitik dalam memperoleh suara. Kurangnya pendidikan politik yang mereka dapatkan serta terpengaruh dengan adanya teknologi yang memuat berbagai macam informasi mengenai pemilu. Pemilih milenial umumnya memilih calon berdasarkan tingkat kepopuleran calon di masyarakat.

Pemilu Legislatif DPR RI Dapil Nasional Sulawesi Selatan II pada tahun 2024 banyak menghadirkan calon legislatif (caleg) dari generasi millenial, salah satunya Andi Amar Ma'ruf Sulaiman. Andi Amar Ma'ruf Sulaiman merupakan caleg dari partai Gerindra dan salah satu caleg generasi millenial yang berhasil memenangkan Pemilu legislatif DPR RI Dapil Sulawesi Selatan II di usia yang masih muda yakni 24 tahun. Dengan adanya caleg generasi milenial seperti Andi Amar Ma'ruf sulaiman yang dapat memenangkan pemilu legislatif, menunjukkan bahwa masyarakat juga mulai percaya kepada generasi muda untuk dijadikan sebagai wakil rakyat. Dengan demikian dapat mengubah sistem politik dinegara ini, sebelumnya lembaga legislatif hanya dikuasai politisi-politisi senior. Namun sekarang ada politisi-politisi muda yang juga akan memberikan sumbangsih pemikiran atau ide baru terhadap kebijakan yang akan dibuat diparlemen nantinya. Hal ini dapat mendorong generasi milenial lainnya untuk terlibat juga dalam kontes politik pemilu legislatif selanjutnya, baik sebagai caleg maupun sebagai pemilih. Kemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman di pengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, faktor sosial, faktor logistik, dan faktor penetapan tim sukses Milenial.

Pendekatan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman terhadap pemilih milenial menjadi strategi penting dalam kemenangannya dalam pemilihan legislatif 2024, Andi Amar Ma'ruf Sulaiman mampu menarik perhatian pemilih milenial melalui berbagai program-program kampanyenya yang merujuk pada kegiatan milenial seperti turnamen sepak bola, lomba layang-layang, seminar kepemudaan dan berbagai hal yang merujuk pada kegiatan-kegiatan milenial. Selain itu Andi Amar Ma'ruf Sulaiman juga banyak merekrut team pemenangan yang berasal dari kalangan milenial seperti teman-teman kuliahnya, Andi Amar Ma'ruf Sulaiman juga banyak memakai tagline-tagline pemuda milenial dalam brandingnya di media sosial.

Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Andi Amar Ma'ruf Sulaiman Pada Pemilu Legislatif DPR RI Dapil II Sul-Sel tahun 2024)”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti:

1. Bagaimana push marketing politik Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024?
2. Bagaimana pass marketing politik Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024?
3. Bagaimana pull marketing politik Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi **push marketing politik** yang digunakan oleh Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam upaya memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024.
2. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan penerapan strategi **pass marketing politik** oleh Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam proses kampanye dan konsolidasi dukungan politik di Dapil II Sulawesi Selatan.
3. Untuk memahami dan mengevaluasi bentuk serta efektivitas **pull marketing politik** yang dijalankan oleh Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam menarik simpati dan dukungan pemilih pada Pemilu 2024.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Akademik

1. Menjadi rujukan literatur bagi penelitian yang akan datang mengenai marketing politik Manuver Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan.
2. Memperkaya kajian ilmu politik dalam rangka pendidikan politik bagi masyarakat khususnya bagi generasi milenial selanjutnya.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi khalayak publik dan memperkaya pengetahuan mengenai marketing politik Manuver.
2. Bagi penulis sendiri, hasil penelitian ini menjadi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik (S.IP).

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Guma Rasti Wijaya dalam skripsi berjudul "Analisis Partisipasi Milenial (Pemilih Pemula) dalam pemilu legislatif tahun 2019 di desa Rimba Beringin Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kempar". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi politik pemilih pemula dan pelaksanaan pemilihan Umum legislatif tahun 2019, adapun masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana partisipasimilenial dalam pemilu

legislatif tahun 2019 di Desa Rimba Beringin, Kecamatan Tapung Hulu, Kabupaten Kampar, Apa Faktor-faktor pendorong dan penghambat yang mempengaruhi partisipasi milenial dalam pemilu legislatif tahun 2019 di Desa Rimba Beringin, Kecamatan Tapung Hulu, Kabupaten Kampar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui partisipasi politik dan yang mempengaruhi pemilih pemula dalam menentukan pilihan politiknya pada Pemilihan Umum legislatif tahun 2019 seperti faktor pendukung, faktor penghambat dalam pilihan politik pemilih pemula. Adapun metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah, observasi, dokumentasi, wawancara dan kusioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi politik pemilih pemula adalah tinggi. D dari kedua model prilaku politik yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat. Model prilaku yang menjadi kecenderungan utama responden atau pemilih pemula adalah faktor pendukung. Pemilih pemula di Desa Rimba Beringin Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar dilihat dari indikator faktor pendukung dan faktor penghambat, kecenderungan jawaban responden sebagian besar pada kategori yang positif kabaikan karena kaum milenial yang berada di Desa Rimba Beringin tingkat kesadaran akan berpartisipasi baik diangka 70 persen pada pemilihan Legislatif tahun 2019.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Anggun Paradina yang berjudul “strategi aktor politik milenial pada pemilihan legislatif kabupaten pinrang tahun 2019” hasil dari penelitian ini menjelaskan telah ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi kemenangan A. Aan Nugraha dalam pemilihan legislatif di Kabupaten Pinrang pada tahun 2019. Latar belakang keluarga A. Aan Nugraha telah membuat masyarakat desa Kaliang dibantu oleh pemuda desa mempengaruhi masyarakat untuk menyeragamkan pilihannya pada hari pemilihan dan mempercayai sepenuhnya A. Aan Nugraha untuk duduk di kursi DPRD Kabupaten Pinrang. Ditambah partai yang menndukung penuh dan mendahulukan A. Aan Nugraha untuk memenangkan pemilihan.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Damara Haryo Bagaskoro tentang “Perilaku Pemilih Pemula generasi Milenial Muda di Pilkada Surabaya 2020” Hasil penelitian ini menunjukkan perilaku pemilih generasi milenial muda di Pilkada Surabaya 2020, yaitu: (1) Dari pendekatan sosiologis, mereka cenderung mempertimbangkan faktor latar belakang profesi dari kandidat. (2) Dari pendekatan rasional, isu umum di Surabaya, program kerja dan visi misi, prestasi kandidat, pendidikan kandidat, pengalaman atau karier di pemerintahan menjadi pertimbangan memilih para generasi milenial muda Surabaya (3) Dari pendekatan psikologi, faktor latar belakang partai politik menjadi pertimbangan dalam memilih, penampilan fisik dan citra atau kepribadian kandidat terutama dari gaya berpakaian dan kewibawaan kandidat.

(4) Para generasi milenial muda Surabaya dominan pada tipe pemilih dengan pertimbangan faktor rasional dalam perilaku memilihnya. (5) Sosok preferensi dan harapan dari generasi milenial muda Surabaya adalah sosok yang peduli dengan masyarakat, dekat dengan masyarakat, jujur, tegas, dan konsisten dengan program kerjanya. Kriteria tersebut cenderung dan dipengaruhi oleh sosok wali kota saat ini. (6) Sumber informasi generasi milenial muda Surabaya terkait kandidat dalam Pilkada Surabaya 2020 cenderung berasal dari media daring dan media luar ruangan.

Dari ketiga penelitian diatas yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah melihat strategi dan perilaku pemilih pemula dengan ini kaum milenial dengan partisipasinya dalam pemilihan umum, baik pemilih umum kepala daerah maupun pemilihan calon legislatif (caleg).

1.4.2. Kerangka Konsep

Bab ini menjelaskan dan menggambarkan mengenai konsep marketing politik, Pemilu dan kontestasi politik, dan strategi pemenangan dalam kontestasi politik. Sebagai landasan teoritis dan alat analisis utama dalam penelitian mengenai marketing politik Manuver Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024. Dalam bab ini juga diuraikan kerangka berpikir penelitian ini yang tergambar dalam skema pikir. Untuk menunjukkan kebaruan penelitian ini, disajikan pula beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi terhadap penelitian ini.

1.4.2.1 Konsep Marketing Politik

Marketing Political merupakan suatu konsep yang belum lama dikenal sebuah dalam suatu kegiatan politik. Kajian keilmuan ini merupakan sebuah konsep yang berasal dari penyebaran ide-ide sosial di bidang pembangunan politik yang mengadopsi cara-cara pemasaran komersil" (Hafied, 2014:224). Pemasaran dan politik pada mulanya adalah dua hal yang terpisah, pemasaran adalah sarana yang digunakan untuk menghubungkan produsen dan konsumen, sedangkan politik lebih didefinisikan oleh para ahli sebagai sarana pengorganisasian sebuah kota menjadi kota yang lebih baik, dimana politik dapat digambarkan sebagai seni pengaturan dan manajemen negara.

Menurut Kotler and Kotler (1999) bahwa konsep *political marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran untuk menyukkseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan perekonomian atau kepedulian social.

Tema, isu-isu, gagasan, ideologi, dan pesan-pesan bertujuan agar program politik yang ditawarkan memiliki daya tarik tinggi dan sekaligus mampu mempengaruhi bagi setiap warga negara dan lembaga atau organisasi secara efektif.

Newman dan Perloff (1999) (dalam Hafied, 2014:22) mendefinisikan *marketing political* sebagai “suatu penerapan dari prinsip-prinsip pemasaran dalam sebuah kampanye politik yang memiliki ragam individu, organisasi, prosedur, yang melibakan analisis, pengembangan dan eksekusi serta manajemen kampanye oleh kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi, Maupu kelompok tertentu yang dapat digunakan untuk mengarahkan opini publik terhadap ideologi mereka. Pada hakekatnya, *marketing* politik bukan soal “menjual” calon atau partai politik untuk rakyat. Bahkan *marketing* politik untuk calon politik pemilih sebagai topik untuk pemilih dan mengajarkan calon atau partai politik bagaimana cara menghadirkan “produk politik” dengan jelas melalui pengembangan ikon, gambar, latar belakang, visi, misi dan agenda yang diusulkan dengan mengacu pada ideologi politik masing-masing partai politik.

Melalui *marketing* politik, produk yang akan dipasarkan adalah partai politik itu sendiri, simbol-simbol, ideologi, visi misi, program kerja, dan para calon dari partai politik itu. Ideologi, visi misi serta program kerja dimasukkan kedalam *platform* partai yang menjadi produk politik utama, disisi profil masa lalu partai politik dan kepribadian individu, politisi dan kandidat. Semua hal tersebut memberikan citra, simbolisme, dan kredibilitas sebuah produk politik (Anwar, 2011:147).

Menurut Firmanzah (2008), dalam proses pemasaran politik digunakan penerapan 4P bauran pemasaran, yaitu: *product, promotion, price, dan place*.

1. Produk (*product*) berarti partai, kandidat, dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan kepada *konstituen*. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi, baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.
2. Promosi (*promotion*) adalah upaya periklanan, kehumasan, dan promosi untuk sebuah partai yang dibaurkan sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
3. Harga (*price*), mencakup banyak hal, mulai dari ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah

pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara.

4. Penempatan (*place*), berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis. Sedangkan menurut Nursal (2004) bauran produk politik meliputi 4P (*policy, person, party, presentation*).
 1. Policy adalah tawaran program kerja jika terpilih kelak. Dalam Pemilu maka ia dapat berupa visi, misi, dan program calon bupati yang akan dilaksanakan jika terpilih.
 2. *Person* adalah kandidat yang akan dipilih. Dalam Pemilu *person* merupakan pasangan calon yang diusung oleh partai politik atau calon perseorangan yang telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum sebagai peserta.
 3. *Party* merupakan partai politik. Dalam Pemilu maka *party* adalah partai politik yang mengusulkan pasangan calon kepala daerah.
 4. Sedangkan *presentation* adalah bagaimana ketiga substansi produk politik tersebut disajikan. Presentasi sangat penting karena dapat mempengaruhi makna politik yang terbentuk dalam pikiran para pemilih.

1.4.2.2 Pemilu dan Kontestasi Politik

Pemilihan Umum merupakan populer untuk menjalankan kedaulatan dalam konsep demokrasi perwakilan. Pemilu dapat dipahami sebagai sebuah mekanisme pemilihan dan ratifikasi atau penyerahan kedaulatan kepada seseorang atau suatu pihak percaya diri. Kemudian orang atau pihak yang dipercaya mengambil kendali pemerintah untuk meloloskan pemilu, diharapkan dapat menciptakan pemerintah yang representatif (*representatif government*).

Pemilu menurut UU nomor 7 edisi 2017 adalah “sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.”

Beberapa pengertian pemilu menurut para ahli, sebagai berikut :

1. Menurut Ali Moertopo pengertian Pemilu merupakan : “Pada hakekatnya, pemilu adalah sarana yang tersedia bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatannya sesuai dengan azas yang bermakna dalam Pembukaan UUD 1945. Pemilu itu sendiri pada dasarnya adalah suatu Lembaga Demokrasi yang memilih anggota-anggota perwakilan rakyat dalam MPR, DPR, DPRD, yang pada gilirannya bertugas untuk bersama-sama dengan pemerintah, menetapkan politik dan jalannya pemerintahan negara” (Hestu, 2009:228).
2. Menurut Suryono Untoro “Bahwa Pemilihan Umum (yang selanjutnya disingkat Pemilu) adalah suatu pemilihan yang dilakukan oleh warga Negara Indonesia yang mempunyai hak pilih, untuk memilih wakil-wakilnya yang duduk dalam Badan Perwakilan Rakyat, yakni Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tingkat I dan Tingkat II (DPRD I dan DPRD II)”.
3. Menurut (Surbakti, 1992: 181) Pemilu diartikan sebagai “mekanisme penyeleksian dan pendelegasian atau penyerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercayai.”

Dari berbagai definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pemilihan umum atau pemilu dapat dipahami sebagai sarana berdaulat untuk memperoleh suara dan menentukan perwakilannya dalam suatu pemerintahan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Tujuan pemilihan umum menurut Huntington (2001: 18), ada lima tujuan pemilu yaitu:

1. Pemilu merupakan perwujudan kedaulatan rakyat. Kedaulatan rakyat sebagai prinsip dasar demokrasi harus dilaksanakan melalui pemilihan umum, sebagai sarana bagi rakyat untuk menentukan keputusan bersama melalui pendelegasian kekuasaan atau pemberian kepercayaan kepada sekelompok orang untuk menjalankan pemerintahan
2. Pemilu sebagai sarana representasi politik. Wakil rakyat terpilih dalam pemilihan umum merupakan representasi dari rakyat itu sendiri, dimana perwakilan tersebut dikatakan mampu untuk menyampaikan keinginan dan kepentingannya. Semakin tinggi manfaat dan kualitas pemilu, semakin baik kualitas wakil rakyat terpilih juga akan lebih baik.
3. Pemilu merupakan sarana konstitusional untuk melakukan pergantian kekuasaan. Pemilu bertujuan untuk memperkuat kekuasaan pemerintahan saat ini atau melaksanakan reformasi dalam pemerintahan. Dengan pemilihan umum, rakyat dapat menentukan kepercayaan kepada pemerintah. Jika kepercayaan rakyat

kepada pemerintahan yang sedang berjalan kuat, maka pemerintah akan dipilih kembali.

4. Pemilu adalah cara bagi para tokoh politik untuk mendapatkan legitimasi. Pemungutan suara pemilihan umum pada hakekatnya adalah penugasan seorang pemimpin terpilih yang diberi wewenang oleh rakyat untuk memutar roda pemerintahan. Tokoh politik yang dipilih untuk mencapai legitimasi politik (legitimacy) dengan rakyat.
5. Pemilu sebagai sarana partisipasi publik dalam politik untuk menetapkan kebijakan publik. Melalui pemilihan langsung, warga negara dapat menentukan kebijakan publik dengan mendukung kandidat yang program-programnya dinilai aspiratif dan sejalan dengan kepentingan rakyat. Kandidat yang menang karena dukungan rakyat harus menepati janjinya.

Kontestasi politik Menurut Gustaf Kusno (2013:26), istilah "kontestasi" berasal dari bahasa Inggris *contestation* yang diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi "kontestan" dapat diartikan sebagai orang yang berpartisipasi dalam kontes (pemilihan, perlombaan, dan sebagainya). Sedangkan menurut Oxford Dictionaries, kontestasi diartikan sebagai tindakan perdebatan atau kontroversi. Misalnya perselisihan ideologis, perjuangan politik sosial atau protes dalam suatu pemilihan umum.

Sementara itu, politik secara umum dapat dipahami sebagai strategi atau taktik untuk mendapatkan, mendistribusikan, dan mempertahankan kekuasaan. Pemahaman politik ini dapat dilihat pada pendekatan klasik, pendekatan institusional dan pendekatan fungsionalis serta pendekatan konflik. (Budiarjo, 2008:403). Politik bisa dilihat dari sudut pandang yang berbeda: pertama, politik dilihat sebagai upaya bersama untuk mencapai kepentingan bersama; kedua, politik dipahami sebagai proses penyelenggaraan pemerintahan dan negara; ketiga, politik adalah tindakan memperoleh dan mempertahankan kekuasaan di masyarakat; dan keempat, politik sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan kebijakan publik (Setiadi dan Kolip, 2013:136).

Dari dua pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontestasi politik merupakan proses dimana bentrokan antara tujuan sosial-ekonomi dan politik yang berbeda yang memiliki kaitan dengan organisasi negara dan pelaksanaan otoritas publik dibingkai, dipertimbangkan dan diputuskan. Individu dan kelompok sama-sama memobilisasi kekuatan untuk berpartisipasi dan mengejar kepentingan mereka dalam proses ini. Kontestasi politik melibatkan hubungan dan kepentingan aktor yang sulit diamati secara langsung. Kontestasi politik meliputi apa yang diputuskan dan tidak diputuskan (*undecided*) dalam

proses politik. Karena perjuangan seringkali tersembunyi di balik proses politik, maka dimensi politik dari proses politik juga tersembunyi.

Kontestasi terjadi dalam situasi di mana ketidaksepakatan atau konflik muncul. Setiap isu terdiri dari tiga hal, yaitu potensi, tantangan dan penerimaan. Kemungkinan masalah menyiratkan bahwa ada satu aspek yang menyebabkan semua pertanyaan pentingnya pro dan kontra. Sisi ini menunjukkan ruang lingkup dan kualitas topik yang dibahas. Sedangkan argumen mengandung arti adanya pihak-pihak yang berkonflik, yang berujung pada: argumen konfrontasi.

1.4.2.3 Strategi Pemenangan dalam Kontestasi Politik Lokal

Strategi berasal dari bahasa Yunani “strategi” berarti memerintah pasukan, seni memimpin pasukan atau yang biasa dikenal dengan “the art of the general”. Secara umum, strategi adalah sarana mencapai tujuan dan kemenangan (Sumarsona, 2006: 139). Pada mulanya penggunaan istilah strategi hanya terbatas pada lingkungan militer saja, akan tetapi sedikit demi sedikit, konsep strategis akhirnya meluas hingga ke berbagai aspek kehidupan, termasuk aspek politik (Schroder, 2013: 2).

Strategi pendekatan marketing politik mengategorikan tiga pendekatan yang dapat dilakukan partai politik untuk menemukan dan tumbuh membantu pelaksanaan kampanye politik, khususnya yakni strategi push marketing, pass marketing, dan pull marketing.. (Perawat dalam Firmanzah, 2012: 217)

Pertama, strategi *push marketing*. Dalam strategi ini, partai politik berusaha untuk mendapatkan dukungan dari rakyat melalui insentif untuk pemilih Masyarakat harus didorong, dimotivasi dan diberi energi untuk datang ke tempat pemungutan suara dan memilih seorang calon. Selain itu, partai politik harus memberikan alasan rasional dan emosional bagi pemilih untuk mempromosikannya bergerak dan siap membantu kandidat. Apapun alasannya, pemilih merasa enggan karena tidak ada cukup alasan untuk menyampaikan aspirasinya

Kedua, strategi *pass marketing*. Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi opini pemilih Berhasil atau gagal penggalangan dan massal sangat ditentukan oleh pemilih influencer sendiri dapat dipahami sebagai seseorang yang memiliki banyak pengikut dan memiliki pengaruh yang kuat. Contohnya yaitu seperti kiai yang mempunyai murid yang mengikuti pembelajarannya atau pengajian dan juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi para pengikutnya. Dengan demikian semakin spesifik Influencer yang dipilih, efek yang diperoleh lebih besar dalam

memperoleh opini publik, keyakinan dan pilihan publik.

Ketiga, strategi *pull marketing*. Strategi ini berfokus pada pembangunan citra kebijakan positif. Robiwits dan McDonalds (dalam Firmanzah 2012: 218) berpendapat “simbol dan citra politik dapat memberikan dampak yang signifikan. Keduanya harus bisa membangkitkan perasaan. Pemilih cenderung memilih partai atau pemilih yang berpikiran sama seperti yang mereka rasakan.”

Selanjutnya, Firmanzah (2007:124) menjelaskan bahwa dalam strategi politik, ada tiga cara atau metode yang dapat digunakan oleh partai politik dan calon untuk memenangkan pemilihan umum diantaranya :

1. Strategi konsolidasi. Strategi ini diperlukan dalam hubungan antara partai politik dan daerah pemilihannya. Strategi konsolidasi juga memiliki tujuan untuk membangun ikatan yang kuat anatara partai politik dengan konstituen agar konstituen bisa terhindar dari masuknya pengaruh partai politik pesaing yang bisa saja menarik konstituennya.
2. Strategi untuk menginspirasi kepercayaan diri. Strategi ini berlaku untuk pemilih yang belum menentukan dukungannya. Strategi ini dilakukan dengan membangun komunikasi dan pemberian informasi kepada pemilih untuk meyakinkan para pemilih dalam menentukan pilihannya.
3. Strategi pengenalan dan pengakuan diri. Strategi ini digunakan oleh pemilih mendukung pihak lain. Partai politik atau kandidat perlu memperkenalkan dirinya kepada pendukung partai atau kandidat lain agar pendukung partai atau kandidat lain tersebut tidak memiliki pandangan yang negatif kepada partai politik atau kandidat terkait. Untuk melakukan hal tersebut maka perlu ada kegiatan yang menarik perhatian pendukung partai lain.

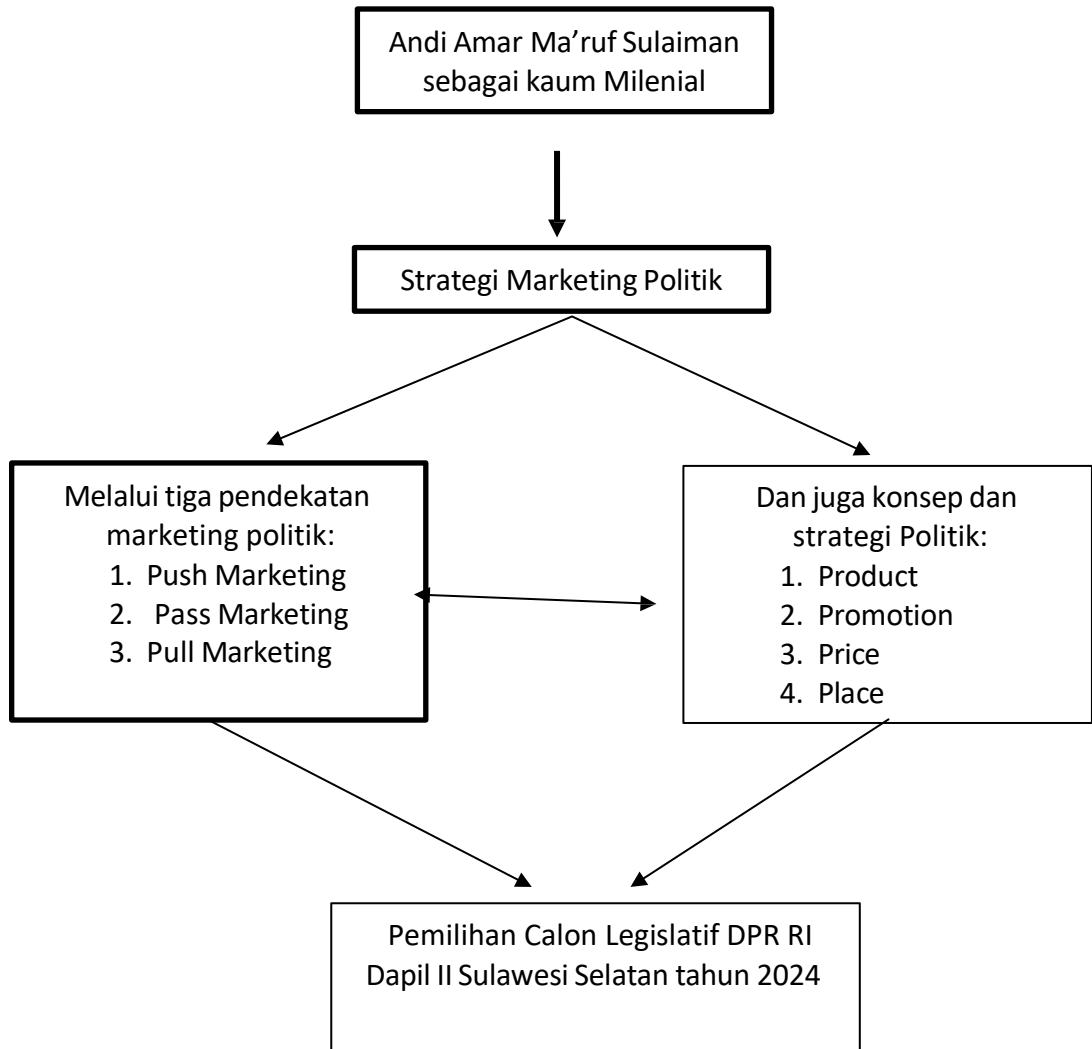
1.4.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mengacu kepada teori dan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dan atau mengkaji suatu permasalahan yang menjadi latar belakang penelitian ini dilakukan. Ini dimaksudkan untuk menjadi dasar dan acuan bagi peneliti untuk memuat hasil penelitian berdasarkan teori dan kerangka pemikiran ini.

Pada Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan konsep marketing politik, Pemilu dan kontestasi politik, dan strategi pemenangan dalam kontestasi politik. Sebagai landasan teoritis dan alat analisis utama dalam penelitian mengenai marketing politik Manuver Andi Amar Ma'ruf Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024. Peneliti ingin melihat strategi pemenangan Andi Amar Ma'ruf sulaiman dengan Manuver *marketing political* kaum Milenial.

Teori dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjadi alat analisis untuk mengkaji topik pembahasan yang akan diteliti. Seperti yang dibahas pada paragraf sebelumnya pendekatan konsep marketing politik, Pemilu dan kontestasi politik, dan strategi pemenangan dalam kontestasi

1.4.4 Skema Berpikir



BAB II

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan aspek-aspek, prosedur, dan tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian ini. Dalam bab ini penulis menguraikan tipe dan jenis penelitian, lokasi dan objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, informan penelitian, dan teknik analisis data.

2.1 Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti dan memahami perilaku individu atau kelompok, dan fenomena sosial dalam kondisi alamiah (natural), sehingga diperoleh data-data deskriptif dalam bentuk lisan dan atau tulisan. Karakteristik penelitian kualitatif dikemukakan berbeda-beda oleh para ahli, namun sebenarnya hal tersebut saling melengkapi antara satu dengan yang lainnya (Sharan B. Merriem ; 2009).

Menurut Creswell ada 5 (lima) pendekatan dalam penelitian kualitatif, yaitu studi naratif, fenomenologi, grounded theory, etnografi, dan studi kasus. Adapun jenis penelitian yang dipilih adalah studi naratif dengan pendekatan analisis naratif, analisis naratif adalah sebuah paradigma dengan mengumpulkan deskripsi peristiwa atau kejadian dan kemudian menyusunnya menjadi cerita dengan menggunakan alur cerita. Dimana penelitian ini akan mengumpulkan berbagai data untuk dapat menjelaskan dan menggambarkan mengenai marketing politik Manuver Andi Amar Ma'rif Sulaiman dalam memenangkan pemilu legislatif DPR RI Dapil II Sulawesi Selatan tahun 2024

2.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang akan digunakan sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan, disertai dengan Wawancara dan dipandu dengan menggunakan pedoman wawancara, mengajukan pertanyaan secara terbuka kepada informan yang tepat atau pihak yang berhubungan dan memiliki relevansi terhadap masalah yang berhubungan dengan topik penelitian. Data primer ini berfungsi sebagai arahan utama dalam penelitian ini yang di mana pada data ini merupakan data yang diambil langsung dari responden dan dianggap memenuhi syarat untuk dijadikan informan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang dapat berasal dari berbagai buku, tulisan, media dan publikasi kegiatan. Data sekunder diperoleh melalui kunjungan peneliti di ruang baca atau perpustakaan, mencari artikel, jurnal, dan e-book di internet. Data sekunder akan menjadi data bagi peneliti untuk memperkuat apa yang diperoleh dari data primer.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data ini merupakan satu kesatuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai topik permasalahan penelitian ini. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan yaitu :

1. Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif secara gamblang dapat difahami sebagai teknik pengumpulan data dengan cara melakukan serangkaian wawancara atau tanya jawab dengan informan atau narasumber yang telah ditentukan. Menurut Estenber dalam Sugiyono (2013), wawancara didefinisikan sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksi makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan dengan beberapa pertanyaan yang sebelumnya telah disiapkan atau dikonsepsikan oleh peneliti sebagai acuan dan sifatnya tidak mengikat, sehingga dapat menimbulkan pertanyaan baru yang muncul saat wawancara berlangsung terkait dengan topik permasalahan yang diteliti dan sumber informan yang diwawancarai.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat, mengkaji, dan menganalisis dokumen-dokumen dan hal-hal yang memiliki keterkaitan dengannya, yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek tersebut. Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari teknik wawancara, artinya hasil penelitian kualitatif lebih akurat, kredibel dan dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen-dokumen yang ada. Dokumen tersebut berfungsi untuk menyelaraskan, meluruskan, dan atau menguatkan hasil wawancara. Dokumentasi dalam penelitian ini akan menggunakan data sekunder untuk memperkuat hasil wawancara terkait topik permasalahan penelitian ini.

2.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah yang terlibat secara langsung dalam penelitian dan yang benar benar mengetahui suatu persoalan dan permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat dan terpercaya. Dalam hal ini peneliti akan memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Adapun informan yang terlibat dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 1. Informan

No	Informan	Jumlah
1	Tim Pemenangan Andi Amar	3
2	Kaum Milenial	3
3		

2.5 Teknik Analisis Data

2.5.1 Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, klasifikasi, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “mentah” yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Jadi reduksi data berfungsi untuk membentuk data-data mentah yang banyak lagi terserak menjadi data yang lebih kecil dan sederhana sambil tetap menjaga struktur tujuan penelitian. Data yang dihasilkan dalam sebuah penelitian tidak terbatas jumlahnya, semakin lama peneliti berada di lapangan semakin kompleks pula data yang dihasilkan.

Untuk melakukan reduksi dengan baik dan benar, Parwito (2007) setidaknya merekomendasikan tiga langkah; *pertama* melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. *Kedua* menyusun kode-kode dan catatan (memo) mengenai beberapa hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti mendapatkan tema, kelompok, dan pola data. *Ketiga* sebagai langkah akhir dari tahapan reduksi, peneliti menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan-penjelasan berkenaan dengan tema, pola, atau kelompok data yang bersangkutan.

2.5.2 Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman (2014), yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data adalah aktivitas terorganisir, yang memungkinkan menggambarkan simpulan dan tindakan. Peneliti juga dapat memahami situasi sosial yang sedang terjadi dalam penelitiannya.

Untuk memperoleh hasil yang valid, Miles dan Huberman (1994) mengingatkan agar proses penyajian data dilakukan dengan sebaik-baiknya. Semakin baik proses penyajian, semakin valid pula analisis kualitatif yang dihasilkan.

2.5.3 Penarikan Kesimpulan

Analisis ketiga yang tidak kalah penting adalah penarikan kesimpulan, yaitu menarik simpulan dan melakukan verifikasi data. Maksimal atau tidak tahapan ini, baik atau tidak simpulan yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh kedua tahapan sebelumnya. Dalam perspektif Miles dan Huberman (1994), penarikan simpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Simpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Oleh karena itu simpulan harus diverifikasi terus menerus hingga diperoleh simpulan yang tidak memberikan peluang terhadap simpulan lain. Hal ini dilakukan mengingat penelitian ilmiah adalah penelitian yang dilakukan secara skeptis dan kritis.