



STRATEGI PEMENANGAN PARTAI GOLKAR DALAM MENGUSUNG CALON LEGISLATIF DI KOTA BAUBAU

L.M. Azhar Sa'ban^{1*}, Andy Arya Maulana Wijaya², Edi Rahdin³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Buton

*Email: izharrazi@gmail.com

ABTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Partai Golongan Karya (Golkar) dalam memenangkan Pemilihan legislatif 2019 di daerah Kota Baubau, strategi yang dilakukan dalam pemilihan umum legislatif sehingga partai Golkar mampu meraih perolehan suara yang besar dari semua partai yang ikut melakukan pesta demokrasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis studi pustaka. Hasil penelitian yang diperoleh adalah Strategi Partai Golkar dalam pemilihan calon legislatif yaitu: 1) Iklan Politik, 2) Pemasaran Langsung, 3) Penjualan Personal, 4) Promosi, 5. *Public Relation*.

Kata Kunci: Strategi Politik, Partai Golkar, Pemilu Calon Legislatif

THE WINNING STRATEGY OF THE GOLKAR PARTY IN BRINGING LEGISLATIVE CANDIDATES IN BAUBAU CITY

ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the strategy of the Golongan Karya (Golkar) Party in winning the 2019 legislative elections in the Baubau City area, the strategies carried out in the legislative general elections so that the Golkar party was able to gain large votes from all parties participating in the democratic party. The method used in this research is a qualitative method with the type of literature study. The results obtained are the Golkar Party's strategy in the selection of legislative candidates, namely: 1) Political Advertising, 2) Direct Marketing, 3) Personal Selling, 4) Promotion, 5. *Public Relations*.*

Keywords: *Politic Strategy, Parties Golkar, Legislative Candidate Election*

PENDAHULUAN

Kondisi demokrasi Indonesia saat ini sudah semakin membaik, indikatornya adalah dilaksanakannya pemilihan umum secara kontinyu, bersih dan aman. Tahun 2018 dan 2019 dikatakan sebagai tahun politik di mana pada tahun 2018 dilaksanakan pilkada secara serentak bersamaan (Anggoro & Mulyatin, 2020). Pada tahun 2019 pemilu serentak pertama kalinya di selenggarakan di Negara Republik Indonesia, ini menjadi sejarah baru untuk Negara Indonesia, dikarenakan pemilih harus melakukan pemilihan pada lima surat suara yaitu untuk Pemilihan Presiden, Pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota, dan Dewan Perwakilan Daerah.

Kota Baubau adalah salah satu daerah yang mengikuti pemilu serentak tahun 2019. Pemilihan umum legislatif berdasarkan proses pendaftaran calon yang dilaksanakan sesuai dengan tahapan, Komisi Pemilihan Umum Kota Baubau menetapkan sebanyak 320 calon legislatif yang diikuti oleh 16 partai politik yang mengikuti kompetisi.

Menghadapi kondisi demikian maka diperlukan strategi bagi partai politik dalam memenangkan pemilihan tersebut. Partai politik berlomba-lomba dengan caranya masing-masing untuk memenangkan kursi anggota legislatif. Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik (Halimur Rosyid, 2019). Strategi berawal dari suatu perencanaan yang tidak dapat terjadi dengan sendirinya (Pura, 2018). Strategi politik yang dilakukan oleh partai politik terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan umum (Utara, 2015). Begitu pentingnya penerapan strategi sehingga setiap partai politik mau tidak mau harus mampu bersaing menyusun sebuah strategi politik yang mampu memberikan kemenangan.

Keberhasilan suatu strategi politik oleh partai politik dalam merencanakan dan melaksanakan, akan ikut berperan pada hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu (Halimur Rosyid, 2019). Kesuksesan dalam memenangkan pemilihan umum legislatif tidak bisa lepas dari strategi, pendekatan-pendekatan yang dilakukan partai politik melalui calon legislatif kepada masyarakat pemilihnya, untuk melakukan upaya persuasi atau ajakan terhadap masyarakat pemilih harus terus dilakukan. Strategi tidak hanya menentukan kemenangan politik, tetapi juga akan berpengaruh terhadap perolehan suara partai.

Berdasarkan keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) menetapkan kota Baubau terbagi atas tiga dapil dengan alokasi kursi berjumlah 25 kursi, dapil satu meliputi tiga kecamatan masing-masing Kecamatan Batupuaru dengan jumlah penduduk 20.079 sedangkan Kecamatan Betoambari 13.248, Kecamatan Murhum 13.805 kemudian dapil dua meliputi Kecamatan Wolio dengan jumlah penduduk 30.397 jiwa dengan alokasi 7 kursi dan dapil tiga meliputi Kecamatan Bungi dengan jumlah

sebanyak 5.345 jiwa, Kecamatan Kokalukuna 13.660 jiwa Kecamatan Lea-lea 5.522, Kecamatan Sora Wolio 5.309 jiwa dengan alokasi 7 kursi.

Jumlah partai politik peserta pemilihan umum 2019 di kota Baubau diikuti 16 partai politik Nasional yakni Partai Golongan Karya (Partai Golkar), Partai Demokrat, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Berkarya, Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Keadilan Dan Persatuan Indonesia (PKPI), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Partai Garuda), Partai Nasdem.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Baubau Penetapan calon anggota DPRD setempat setelah pembacaan hasil rekapitulasi yang dilakukan KPU Kota Baubau, pada hasil pleno juga menunjukkan dari 16 Partai Politik (Parpol) kontestan pemilu, empat diantaranya tidak mendapatkan kursi DPRD Baubau selama lima tahun ke depan. Parpol tersebut yaitu Demokrat, Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda) dan partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI).

Strategi terpenting dalam pemilihan umum legislatif secara langsung adalah memilih wakil yang berkualitas (Halimur Rosyid, 2019). Hampir semua elemen partai politik perlu dilibatkan dalam penyusunan perencanaan strategi partai politik yang bersangkutan. Untuk dapat menyusun perencanaan yang komprehensif, partai tersebut harus memiliki perencanaan yang struktur dan jelas tentang apa yang akan dilakukan kemudian hari yaitu menjadi partai pemenang dalam pemilu (Pura, 2018). Hasil pleno Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Baubau, Partai Golkar merajai perolehan suara dan sukses mendapatkan empat kursi. Disusul PAN, Gerindra dan PDIP masing-masing tiga kursi. Hanura, NasDem dan PKB masing-masing dua kursi. Kemudian PBB, PKS, PPP serta dua Parpol baru yaitu Perindo dan Berkarya masing-masing satu kursi.

Dalam upaya memenangkan pemilu sebagai arena perebutan kekuasaan yang legal, maka partai politik harus memiliki strategi politik (S. & Rafni, 2005). Setiap strategi terfokus pada cara-cara dimana suatu partai politik dapat membedakan dirinya dengan partai politik lainnya. Daftar calon anggota dewan terpilih berdasarkan hasil pleno KPU Kota Baubau dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Suara Terpilih Daftar Calon Dewan Perwakilan Rakyat Pemilihan Umum Serentak Kota Baubau Tahun 2019

Dapil I	: H. Zahari (Golkar), Kamil Adi Karim (PAN), Nasiru (Gerindra), Asaad Kamil (PDIP), Siti Suhura (PPP), Noor G Siradja (Hanura), La Madi (Berkarya), Ahadyat Z (NasDem), Ld Abdul Tamin (PKS), Ardin Jufri (Golkar), dan Feto Daud (PKB).
Dapil II	: La Ode Sahrun (PAN), Roslina Rahim (Perindo), Rusdin (Golkar), Nur Aksa (PDIP), Acep Sulfan (Gerindra), Haryono Hafied (PKB), dan Rosni (PBB).
Dapil III	: Farida Gamaruddin (Golkar), Baniu (Nasdem), La Ode Hadia (Gerindra), M Yumardin H (PDIP), Masri (PAN), Alianti (PKB), La Ode Yasin (Hanura).

Sumber: KPU Kota Baubau

Strategi pemenangan partai politik adalah upaya yang dilakukan partai politik untuk mendapatkan simpati dan dukungan dari masyarakat dengan cara mengerahkan sumber daya yang dimiliki dengan tujuan memenangkan suara dalam pemilihan umum (Pemilu)(Larasati & Suryanef, 2019). Strategi politik yang dilakukan oleh partai politik terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan umum. Begitupula dengan Partai Golkar, pada pemilu yang dilaksanakan 22 April 2019 di kota Baubau, partai Golkar berhasil mendapatkan perolehan suara di setiap dapil, perolehan suara dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Perolehan Suara Daftar Calon Dewan Perwakilan Rakyat Partai Golkar Pada Pemilihan Umum Serentak Tanggal 22 April 2019 Di Kota Baubau

No	Dapil	Kecamatan	Nama Caleg	Jumlah Suara
1.	Satu	Murhum, Betoambari, dan Batupuario	Nomor urut satu, H. Zahari SE	1344 Suara Sah
			Nomor urut tujuh, Ardin Jufri ST	1248 Suara Sah.
2.	Dua	Wolio	Nomor urut dua H. Rusdin S.I.P	820 Suara Sah.
3.	Tiga	Soarawolio, Kokalukuna, Bungi, dan Laelea partai	Nomor urut tiga, Firda Gimaruddin SP	842 Suara Sah

Sumber: KPU Kota Baubau

Semua ini tidak terlepas dari strategi politik yang digunakan oleh partai golkar untuk menarik perhatian masyarakat dalam pemilhan legislatif. Keberhasilan suatu strategi politik oleh partai politik dalam merencanakan dan melaksanakan, akan ikut berperan pada hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu. Begitu pentingnya penerapan strategi sehingga setiap partai politik mau tidak mau harus mampu bersaing menyusun sebuah strategi politik yang mampu memberikan kemenangan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini digunakan oleh peneliti karena dengan metode ini permasalahan dapat digambarkan dengan jelas dan terperinci mengenai strategi pemasaran politik Partai Golongan Karya (Golkar). Pendekatan dalam penelitian ini merujuk pada tujuan penelitian yaitu memberikan gambaran yang komprehensif tentang strategi pemasaran politik yang digunakan oleh Partai Golkar pada Pemilu Legislatif 2019.

Kajian ini merupakan penelitian kepustakaan (library research), dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan metode kualitatif (Creswell, 2010). Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara memanfaatkan kepustakaan dan penelusuran data online, serta wawancara.

Data penelitian kemudian dianalisis dengan teknik analisis data kualitatif, yang tahapannya terdiri dari reduksi data atau *data reduction*; penyajian data atau *data display*; dan penarikan kesimpulan atau *conclusion drawing* (Bloor, 1997).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada prinsipnya setiap partai politik dalam menjalankan aktifitasnya, melaksanakan fungsi-fungsi tertentu, yang dengan sendirinya tentu berbeda aksentuasinya antara satu partai dengan partai lainnya (S. & Rafni, 2005). Dalam konteks ini, di dalam menjalankan fungsinya suatu partai politik akan sangat bergantung pada kegiatan yang dilaksanakan oleh partai politik itu sendiri.

Komposisi dan personalia dewan pimpinan daerah Partai Golkar Kota Baubau Masa Bakti 2015-2020 (hasil resposisi) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Komposisi dan personalia dewan pimpinan daerah partai Golkar Kota Baubau Masa Bakti 2015-2020

NO	NAMA	JABATAN
1	H. Zahari	Ketua
2	H. La Ode Mujidin	Wakil Ketua Bidang Organisasi Keanggotaan Dan Kaderisasi
3	Joni Munadi Awal	Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu
4	Ardin Jufri	Wakil Ketua Bidang Pengabdian Masyarakat
5	H. Asmin	Wakil Ketua Bidang Hukum Dan Ham
6	La Ode Buhayu	Wakil Ketua Bidang Pendidikan Dan Cendekiawan
7	H. Said	Wakil Ketua Bidang Kerohanian
8	La Ode Kasri	Wakil Ketua Bidang Tani Dan Nelayan
9	Wa Ode Karniawanti HB	Wakil Ketua Bidang Pemberdayaan Perempuan
10	Hasan Basri	Wakil Ketua Bidang Pemuda, Olahraga, Seni Budaya Dan Pariwisata
11	Farida Gimaruddin	Wakil Ketua Bidang Tenaga Kerja, Koperasi Dan UMKM
12	Wa ode Salwa Zaidin	Wakil Ketua Bidang Pedesaan Dan Daerah Tertinggal
13	La Ode Kurnia Bolu	Wakil Ketua Bidang Komunikasi, Media, Pencitraan Dan Penggalangan Opini
14	Sarman Karim	Skretaris
15	Lm. Izat Yumna Zaidin	Wakil Skretaris Bidang Organisasi, Keanggotaan Dan Kaderisasi
16	Hasrul. S	Wakil Skretaris Bidang Pemenangan Pemilu
17	H. Rusdin	Wakil Skretaris Bidang Pengabdian Masyarakat
18	Harlan	Wakil Skretaris Bidang Hukum Dan Ham
19	Haryono Lahiri	Wakil Skretaris Bidang Pendidikan Dan Cendekiawan
20	Mukmin	Wakil Skretaris Bidang Kerohanian
21	Almun	Wakil Skretaris Bidang Tani Dan Nelayan
22	Kiki Maryana Marzuki	Wakil Skretaris Bidang Pemberdayaan Perempuan
23	Evan Farlon S	Wakil Skretaris Bidang Pemuda, Olahraga, Seni Budaya Dan Pariwisata
24	Azhar	Wakil Skretaris Bidang Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM
25	Safaruddin Said	Wakil Skretaris Bidang Pedesaan Dan Daerah Tertinggal
26	Nur Anista	Wakil Skretaris Bidang Komunikasi, Media, Pencitraan Dan Penggalangan Opini

27	Muhlis	Bendahara
28	Murni	Wakil Bendahara Bidang Organisasi, Keanggotaan Dan Kaderisasi
29	Wa Ode Sazia	Wakil Bendahara Bidang Pemenangan Pemilu
30	Neneng Asningsi	Wakil Bendahara Bidang Pengabdian Masyarakat
31	Dewita Abibu	Wakil Bendahara Hukum Dan Ham
32	Wa Ode Ervina Yusrianita	Wakil Bendahara Bidang Pendidikan Dan Cendekiawan
33	Muliyadi	Wakil Bendahara Bidang Kerohanian
34	Mansur Talangko	Wakil Bendahara Bidang Tani Dan Nelayan
35	Lilis Mulyani Hatma	Wakil Bendahara Bidang Pemberdayaan
36	La Ubo	Wakil Bendahara Bidang Pemuda, Olahraga, Seni Budaya Dan Pariwisata
37	Siti Nurwahida	Wakil Bendahara Bidang Tenaga Kerja, Koperasi Dan Umum
38	Rina Rahman	Wakil Bendahara Bidang Pedesaan Dan Daerah Tertinggal
39	Wd. Siti Maharani	Wakil Bendahara Bidang Komunikasi, Media, Pencitraan Dan Penggalangan Opini
40	Muhammad Salwi	Bagian Organisasi Keanggotaan Dan Kaderisasi
41	Yasin Slamet	Bagian Penanganan Pemilu
42	Ari Ardiyanto	Bagian Pengabdian Masyarakat
43	Ahmad Sabar	Bagian Hukum Dan Ham
44	Kasman	Bagian Pendidikan Dan Cendekiawan
45	Sadikin	Bagian Tani Dan Nelayan
46	Tri Widiyastuti	Bagian Pemberdayaan Perempuan
47	Erna Alimudin	Bagian Pemuda, Olahraga, Seni Budaya, Dan Pariwisata
48	Ahmad Nasif	Bagian Tenaga Kerja Koprasi, dan UMKM
49	Surani	Bagian Pedesaan Dan Daerah Tertinggal
50	Evi Hasni	Bagian Komunikasi, Media, Pencitraan dan Penanggulangan Opini
51	Firda	Bagian Kerohanian

Sumber : Partai Golkar

Dalam Pemilu tahun 2019, Partai Golkar menggunakan metode baru dalam kampanye, yaitu Model Target Mikro, Target Mikro adalah salah satu strategi pemasaran yang menggunakan data demografis untuk mengidentifikasi minat pada setiap individu atau kelompok dengan maksud mempengaruhi pemikiran orang dalam membuat keputusan dan tindakan pemilih dalam menentukan hak suara mereka. (beritasatu.com, 2019)

Strategi Target Mikro ini menggunakan data besar untuk memotret secara lebih rinci setiap orang dan siapa tokoh-tokoh berpengaruh dan apa harapan dan keinginan mereka. Seperti yang Anda ketahui, target mikro berfungsi lebih dekat seperti beriklan di Iklan Facebook, Iklan Twiter, atau Google AdWords. Pengiklan dapat memilih apakah informasi pesan yang ingin mereka sampaikan bersifat global atau hanya akan fokus pada kategori tertentu. Semakin kecil target slice yang ditargetkan, semakin spesifik informasi yang dikirim pesan. (beritasatu.com, 2019). Dari strategi target micro tersebut, masyarakat percaya kepada Partai Golkar sehingga partai golkar mendapatkan kursi terbanyak di Kota Baubau.

Pada bagian ini akan dikhususkan untuk menjelaskan bagaimana pemasaran politik Partai Golkar di kota Baubau pada Pemilihan Umum tahun 2019 di kota Baubau melalui media-media apakah promosi-

promosi yang di lakukan oleh Partai Golkar. Strategi pemasaran politik menjadi strategi yang banyak digunakan oleh banyak partai didalam negeri termaksud partai Golkar pada pemilu Legislatif di tahun 2019 strategi ini di fokuskan pada konsumen partai politik yaitu pemilih. Organisasi partai politik, ideologi dan program-program yang ditawarkan melalui kampanye terbuka di rasa tidak lagi cukup kuat untuk menopong kemenangan. Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik pada hakekatnya merupakan suatu organisasi yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai cita-cita, tujuan-tujuan dan orientasi-orientasi yang sama dimana organisasi ini berusaha untuk memperoleh kekuasaan dan kemudian mengendalikan/mengontrol jalannya roda pemerintahan (S. & Rafni, 2005).

Berubahnya tatanan politik berdampak luas pada iklim politik yang berkembang, hingga para team sukses Partai Golkar di kota Baubau berpikir untuk mencari alternatif lain cara kampanye yang lebih efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan antara partai-partai politik ini. Persaingan dalam kehidupan perpolitikan yang demikian inilah yang kemudian menuntut para pelaku politik untuk piawai dalam memukau dan memikat hati rakyat pemilih. Untuk melaksanakan program-programnya dan menempatkan anggota-anggotanya dalam jabatan-jabatan publik, suatu partai politik harus terlebih dahulu menetapkan strategi partai yang membedakannya dengan partai lainnya (S. & Rafni, 2005).

Strategi Partai Golkar dalam Pemilihan Legislatif

1. Iklan Politik

Salah satu cara Partai Golkar dalam melakukan kampanye di kota Baubau melalui iklan, dengan cara melalui iklan dirasa sangat efektif karena peran media dalam melakukan kampanye sangatlah penting, dengan cara memakai iklan media masa baik media elektronik maupun cetak para caleg Partai Golkar bisa menginformasikan dan memperkenalkan. Visi misi dan tentu sosok personal calon yang nanti akan maju di pemilihan Legislatif kota Baubau 2019.

Disamping itu media masa dalam mempengaruhi khalayak juga tidak di ragukan lagi, pengaruh media masa sangatlah kuat hingga para caleg Partai Golkar tidak ragu dalam berkampaye di media masa, dengan karakter yang dimilikinya media menjadi kekuatan yang bisa menyatukan dan menggiring opini masyarakat kepada para caleg Partai Golkar kota Baubau dengan memberikan arah kemana mereka harus berpihak dan prioritas-prioritas apa yang harus mereka lakukan, dengan menggunakan media, para caleg partai Golkar di kota Baubau dapat memberi semangat kepada para simpatisan-simpatisan partai Golkar.

Selama ini Partai Golkar sudah dikenal dekat dengan masyarakat. Salah satu contohnya, walaupun mungkin tempo dulu masyarakat mendengarnya partai ini partainya Orde Baru, tapi sebenarnya tidak, kita sudah dengan Paradigma Baru. Jadi yang dilakukan oleh Partai Golkar adalah merubah pola pikir masyarakat dengan membuat iklan-iklan yang menarik agar masyarakat ingin melihat iklan tersebut. Untuk mendekatkan Partai Golkar dengan masyarakat, salah satu langkah nyata yang dilakukan adalah dengan memasang iklan visi misi, caleg, dan keunggulan-keunggulan partai melalui pemasangan baleho di jalan yang telah di tentukan, memuat iklan di media masa (Koran) atau media online.

Partai Golkar menggunakan langkah-langkah yang nyata dan strategis untuk mendukung kiprah caleg dalam pemilihan umum serentak 2019 dengan mempromosikan caleg partai melalui iklan di berbagai media.

Kesimpulannya dalam mendapatkan hati masyarakat partai Golkar memakai iklan sebagai alat untuk memikat hati masyarakat dan langkah tersebut di anggap efektif karena mampu meningkatkan elektabilitas partai dan calon legislatif (caleg).

2. Pemasaran Langsung

Dengan menggunakan metode pemasaran langsung (*Direct Marketing*) partai Golkar di kota Baubau tidak terlalu bergantung pada media konvensional seperti Koran, kemajuan teknologi membawa kita pada media komunikasi yang lebih tepat sasaran yaitu media *direct mail*, *telemarketing*, *internet marketing*.

Hal ini tidak di perhitungkan oleh partai-partai politik lain karena dengan menggunakan metode pemasaran langsung (*Direct Marketing*) Partai Golkar bisa mendapatkan suara terbanyak di pemilihan umum tahun 2019 di kota Baubau.

Model pemasaran langsung yang di lakukan oleh Partai Golkar dengan memanfaatkan social media seperti facebook, twiter dan whatsapp yang menyajikan pesan tentang program-program unggulan partai dan program kerja masing-masing caleg sehingga masyarakat dapat menentukan pilihannya pada caleg partai kami. Partai Golkar melakukan upaya untuk mendekati diri kepada masyarakat dengan membuat pesan-pesan singkat yang berisi tentang program kerja, visi misi, promosi caleg melalui pesan singkat melalui instagram, whatsapp dan beberapa social media yang lain.

Upaya yang di lakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa menggunakan media elektronik dalam menyampaikan program di rasa sangat efektif, karena dengan kecanggihan teknologi masyarakat bisa melihat visi misi para calon lewat media social

Maka dapat di ambil kesimpulan dengan menggunakan metode pemasaran langsung para caleg Partai Golkar bisa memaparkan visi misi dan program-program dengan cepat, agar masyarakat dapat melihat dan bisa menentukan mana yang akan mereka pilih.

3. Penjualan Personal

Penjualan personal ini merupakan usaha membangun hubungan tak berjarak dan bersifat interaktif antara dua orang atau lebih yang mampu membangkitkan komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya perkembangan hubungan, dari yang tidak kenal menjadi kenal dan akrab, dengan bertatap muka kandidat juga mampu memaksa *audience* untuk mendengarkannya dan menaruh perhatian terhadapnya.

Penjualan personal biasanya di lakukan oleh banyak partai politik salah satunya adalah Partai Golkar, penjualan personal ini biasanya lewat media televise, koran, stiker-stiker dan pertemuan langsung antara masyarakat dan calon yang akan nanti maju di pemilihan legislatif.

Partai Golkar memberikan keleluasaan kepada seluruh caleg setiap dapil untuk bekerja mencari dukungan masyarakat sebanyak-banyaknya dengan tetap menjaga nama baik partai dan berkompetisi dengan

yang sehat di antara semua caleg partai Golkar setiap dapil. Untuk memenangkan pemilihan umum serentak di kota Buabau calek berkerja maksimal untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dengan mempromosikan partai dan diri sendiri sebagai untuk kesuksesan partai Golkar ke depan. Untuk melakukan promosi partai dan seluruh caleg Golkar agar di kenal oleh masyarakat, di samping itu juga menampung semua aspirasi masyarakat untuk alternatif strategi kedepan.

Dapat di ambil kesimpulan dengan menggunakan metode penjualan personal parah caleg Partai Golkar dapat lebih di kenal dengan masyarakat dan bisa mendengarkan apa-apa saja keluhan-keluhan masyarakat

4. Promosi

Cara yang di lakukan Partai Golkar dengan menggunakan promosi di antaranya adalah kampanye terbuka, surat kabar atau Koran, sedangkan yang di gunakan para calag Partai Golkar meliputi stiker, spanduk, brosur, pamflet dan kalender.

Para caleg Partai Golkar lebih memilih melakukan poromosi lewat surat kabar atau Koran karena memiliki kemampuan menjangkau daerah sesuai dengan cakupan pasarnya atau pengiklan dapat memilih Koran yang cocok dengan sarasanya dan di bagikan secara gratis di tiap-tiap rumah. Partai Golkar di kota Baubau menggunakan media sosial untuk melakukan promosi agar parah pemilih pemula dapat mengetahui program-program apa yang para caleg akan lakukan ketika mereka duduk di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Promosi yang di lakukan Partai Golkar adalah dengan membentuk tem di tiap-tiap kelurahan, satu kelurahan mempunyai dua puluh empat anggota, dua puluh empat anggota juga itu melakukan promosi-promosi lewat stiker-stiker yang di bagikan kepada masyarakat.

Dapat di ambil kesimpulan dengan menggunakan metode promosi para caleg Partai Golkar dapat lebih gampang memikat hati masyarakat pemilih dalam mengambil keputusan untuk memilih siapa yang wajib menjadi perwakilan rakyat

5. *Public Relation*

Dengan menggunakan metode *Public Relation* para caleg Partai Golkar mencari orang-orang yang menghindari media iklan atau penjualan personal cara ini mempunyai daya tarik sendiri karena berita yang di sampaikan biasanya lebih ontentik dan kredibel di mata pembaca ketimbang iklan dari surat kabar atau Koran, karena mampu menjaring pembeli dalam keadaan lengah.

Cara ini sangat di perlukan oleh caleg Partai Golkar karena dapat mempengaruhi masyarakat hinga masyarakat tidak segan-segan dalam menentukan hak pilihnya.

Partai Golkar bekerja melakukan konsolidasi dengan berbagai pihak baik itu penyelenggara pemilu maupun dengan masyarakat untuk menciptakan pemilihan umum serentak yang aman jujur dan adil, di samping itu partai Golkar juga berperan untuk mengantisipasi berbagai macam opini yang di menerpa partai Golkar. Selain itu partai golkar melalui bagian humas juga ikut berpartisipasi dalam mencari dukungan dan

membantu memberikan bantuan secara nyata baik itu dalam bentuk tenaga, sarana prasarana maupun dana demi kemudahan dan terlaksananya kegiatan yang di lakukan para kader partai Golkar.

Dapat di ambil kesimpulan bahwa metode *public relation* sangat bermanfaat untuk perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan dan untuk melayani minat masyarakat dalam mencari informasi tentang partai Golkar.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Politik Partai Golkar

1. Sumber Daya Manusia Calon

Untuk peningkatan Sumber Daya Manusi (SDM) partai Golkar menyediakan layanan pembelajaran terhadap para caleg Partai Golkar agar di pemilihan umum serentak tahun 2019 para caleg Partai Golkar tidak merasa canggung untuk bertatap muka langsung dengan masyarakat.

Cara Partai Golkar kota Baubau dalam meningkatkan SDM untuk setiap calon yaitu dengan cara *Training Of Treiner* (TOT) atau biasa di sebut dengan Pendidikan Partai Politik program TOT ini di lakukan pada saat angota partai mau maju menjadi anggota legislatif dan pada saat sudah menjadi anggota legislatifpun wajib mengikuti TOT atau bisa juga di sebut Pendidikan Partai Politik

Untuk menambah kepercayaan masyarakat Partai Golkar mengusung para caleg yang mempunyai wawasan agar masyarakat tidak ragu menentukan siapa orang yang wajib untuk mereka pilih menjadi anggota legislatif

Untuk peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk para caleg anggota legislatif Partai Golkar itu sangat perlu, agar tingkat kepercayaan masyarakat kepada para caleg partai Golkar bisa menjadi pegangan bagi para caleg partai yang akan nanti maju di pemilihan umum kota Bubau

2. Anggaran

Anggaran mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Anggaran ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye.

Semua biayaya yang di gunakan oleh partai dalam memasang iklan, publikasi, biaya rapat menggunakan anggaran partai sementara untuk oprasional para caleg menggunakan biyaya partai 50 persen dan selanjutnya di siapkan oleh caleg tersebut.

Bantuan kepada partai dialokasikan sebagai dana penunjang kegiatan partai politik untuk pelaksanaan pendidikan politik dan oprasional skretariat partai politik.

Dapat di ambil kesimpulan bahwa anggaran yang di gunakan oleh Partai Golkar seperti pemasangan baleho, publikasi, rapat, sosialiasai, pelaksanaan pendidikan politik dan oprasional skretariat bersumber dari Partai Golkar itu sendiri

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahsan di atas maka dapat di simpulkan bahwa Partai Golkar dalam memenangkan pemilu serentak tahun 2019 di Kota Baubau melakukan strategi:

1. Marketing Politik Partai Golkar: a) Partai Golkar memakai iklan sebagai alat untuk memikat hati masyarakat karena mampu meningkatkan elektabilitas partai dan caleg; b) Dengan pemasaran langsung para caleg Partai Golkar bisa memaparkan visi misi dan program-program dengan cepat, agar masyarakat dapat melihat dan bisa menentukan mana yang akan mereka pilih; c) Dengan penjualan personal para caleg Partai Golkar dapat lebih kenal dengan masyarakat dan bisa mendengarkan apa-apa saja keluhan-keluhan masyarakat; d) Dengan menggunakan promosi para caleg Partai Golkar dapat lebih gampang memikat hati masyarakat pemilih dalam mengambil keputusan untuk memilih siapa yang wajib menjadi perwakilan rakyat; e) Dengan menggunakan *public relation* sangat bermanfaat untuk perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan dan untuk melayani minat masyarakat dalam mencari informasi tentang Partai Golkar
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi marketing politik Partai Golkar: a) Meningkatkan sumber daya manusia (SDM), hingga masyarakat bisa menentukan hak pilih dengan baik, hal ini juga mampu mendidik masyarakat untuk memilih calon tidak berdasarkan berapa banyak uang yang di berikan tetapi berdasarkan kualitas personal itu sendiri. Bila masyarakat sudah mampu berpikir dan berperilaku demikian maka tidak ada pula kandidat yang membayar pemilih konstituen untuk memilih mereka. b) Anggaran yang di kelolah oleh Partai Golkar dapat di manfaatkan dengan sebaik-baiknya. Sebagai dana penunjang kegiatan partai politik untuk pelaksanaan pendidikan politik dan oprasional skretariat partai politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, T., & Mulyatin, T. C. (2020). *KIPRAH POLITIK PURNAWIRAWAN (Studi Tentang Strategi Politik Pemenangan Calon Legislatif Purnawirawan TNI Pada Pemilu Legislatif di Kota Banjar Tahun 2019)*. 15(02), 240–252.
- Bloor, M. (1997). *Techniques of Validation in Qualitative Research: A Critical Commentary*. London: Sage.
- Creswell, John W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Terjemahan.
- Halimur Rosyid. (2019). Strategi Pemenangan Caleg Partai Gerindra pada Pemilihan Umum Legislatif 2014. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Larasati, & Suryanef. (2019). *Strategi Partai Amanat Nasional dalam Memenangkan*. 1(4), 317–324.
- Pura, A. K. (2018). Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Umum Calon Legislatif Partai Gerindra Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat Tahun 2019. *Jurnal Politico*, 7(1).
- S., N., & Rafni, A. (2005). Strategi Partai Keadilan Sejahtera Kota Padang dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2004. *Demokrasi*, IV(2), 61–76.
- Utara, H. (2015). Strategi Partai Demokrat Pada Pemilu Legislatif Di Kabupaten Halmahera Utara Tahun 2014. *Jurnal Politico*, 1(7).
<https://www.beritasatu.com/yudo-dahono/politik/517620/ini-strategi-golkar-guna-menangkan-pemilu-2019>