

### **BAB III**

#### **TEMUAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini diuraikan hasil penelitian yang didapatkan penulis selama melakukan penelitian di Kecamatan Kertapati Kota Palembang. Bab ini menguraikan tentang pembahasan mengenai strategi politik yang dipakai oleh calon legislatif PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) dalam memenangkan pemilu di Kecamatan Kertapati Kota Palembang tahun 2019. Strategi politik tersebut akan dianalisis dengan teori dalam ilmu politik yang nantinya akan menjawab rumusan sebagaimana disebut pada bab sebelumnya.

Menghadapi kompetisi politik yaitu pemilu perlu adanya persiapan atau kiat-kiat dalam menghadapi pertempuran politik. Adanya persiapan yang matang akan mempermudah dalam menghadapi medan apapun atau saingan apapun. Sebab, dalam pertarungan hanya diperlukan strategi bagaimana menaklukkan lawan dan memenangkan pertarungan. Maka dari itu adanya persiapan yang matang akan mendekatkan pada kemenangan.

Strategi merupakan cara atau konsep yang telah disusun secara matang kemudian akan memberi hasil kemenangan bagi kandidat itu sendiri. Sebuah strategi di perlukan karena melihat kuatnya persaingan politik dalam pesta demokrasi saat ini, karena membuat para calon harus merancang strategi dengan sangat baik agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Maka dari itu berbagai strategi dan taktik yang dilakukan oleh setiap calon legislatif, baik

dari yang baru mencalonkan diri maupun yang masih menjadi dan ingin mencalonkan kembali.

### **A. Strategi Politik**

Strategi adalah ilmu tentang teknik atau taktik, cara atau kita muslihat untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam wilayah tertentu.<sup>1</sup> Jadi, strategi politik adalah ilmu tentang teknik, taktik, cara kiat yang dikelola oleh potisi untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber-sumber kekuasaan, merumuskan dan melaksanakan keputusan politik sesuai yang diinginkan.

Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Contohnya adalah pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suatu struktur baru dalam administrasi pemerintah atau dijalankan program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi.<sup>2</sup> Tanpa strategi politik perubahan jangka panjang atau proyek-proyek besar sama sekali tidak dapat di wujudkan. Politisi yang baik berusaha merealisa\isikan rencana yang ambisius tanpa stretegi, seringkali menjadi pihak yang harus bertanggung jawab dalam menciptakan kondisi sosial yang menyebabkan jutaan manusia menderita. Dalam strategi politik sangat penting mengenal strategi komunikasi sangat penting sehingga membawa keuntungan yang bagi seseorang, atau yang selama ini diabaikan oleh lawan. Citra yang

---

<sup>1</sup> Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: PT.Gramedia Widisuasarana, 1992), H.10

<sup>2</sup> Peter Scroder, *Strategi Politik* (Jakarta: FNS, 2009), H.5-6

diinginkan (target image) antara lain: dalam proses implementasi, kelemahan pemerintah dan satuan eksekutif terutama sekali terletak di bidang kehumasan, target image menetapkan landasan bagi pekerjaan kehumasan, dan semua tindakan kehumasan hanya bertujuan untuk menyebarkan citra ini dan menanamkan dalam benak kelompok sasaran-sasaran. Citra yang diinginkan terkait dengan pilihan tema, gaya, cara konferensi dan tawaran sumber daya manusia.<sup>3</sup>

## **B. Perencanaan Konseptual Strategi**

Sistematika 10 langkah strategi politik yaitu:<sup>4</sup>

### a. Merumuskan misi

Perumusan menjabarkan hal apa saja yang perlu direncanakan secara strategi. Dalam sebuah strategi politik, misi dapat diartikan persetujuan atas suatu posisi tertentu, partisipasi dalam suatu tugas tertentu, dipilih sebagai kandidat. Para caleg merumuskan misi dengan mengidentifikasi jangka waktu, hingga kapan keseluruhan sasaran harus dicapai, dan misi tidak boleh dirumuskan secara terlalu optimis sehingga menjadi tidak realitis.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibid.*,

<sup>4</sup> Peter Scrooder, *Strategi Politik* (Jakarta: FNS, 2009), H.24-40

<sup>5</sup> *Ibid.*,

## b. Penilaian Situasional dan Evaluasi

Analisis situasi dan evaluasi membahas fakta-fakta yang dikumpulkan yang dikelompokkan kedalam kekuatan dan kelemahan serta perkiraan kemungkinan keberhasilan yang terealisasi.

### 1. Pengumpulan Fakta

Pengumpulan fakta berarti pengumpulan fakta-fakta internal dan eksternal yang relevan. Fakta internal adalah fakta yang menyangkut organisasi sendiri. Fakta eksternal adalah fakta yang menyangkut para pekerja atau lingkungan di mana akan direalisasikan. Para caleg dan partai telah mempercayai pohon dan ranting di tiap-tiap daerah yang ditentukan dari partai. Fakta langsung adalah fakta yang berasal dari masyarakat yang akan dijalankan. Caleg dan Tim suksesnya melihat fakta yang diinginkan masyarakat.

### 2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan

Fakta-fakta telah terkumpul, secara sistematis digolongkan dan ditimbang berdasarkan kadar relevansi, ukuran, kepentingan dan urgensi. Setiap fakta diteliti untuk menentukan apakah fakta-fakta tersebut mendukung atau justru mengganggu pelaksanaan. Setiap caleg melihat kekuatan dan kelemahan dari lawan dan mereka merumuskan misi agar kekuatan dan kelemahan lawan itu menjadi acuan membuat strategi untuk melawan mereka.

### 3. Umpan-Balik

Setelah menganalisa kekuatan dan kelemahan, langkah berikutnya adalah menentukan apakah dapat dicapai dalam kurun waktu yang telah ditetapkan. Apabila analisa kekuatan dan kelemahan menunjukkan bahwa ada keuntungan strategis yang jelas sehingga kemenangan pasti dapat diperoleh dari partai, dan kelemahan cukup dapat dilindungi.<sup>6</sup>

#### c. Perumusan Sub-Strategi

Sementara langkah penilaian situasional lebih menyibukkan diri dengan keadaan dan situasi masa lalu, fokus kita harus bergerak maju ke depan untuk perumusan sub-strategi. Langkah-langkah sebagai berikut menyusun tugas-tugas, merumuskan strategi dan mengevaluasi strategi. Apabila penilaian situasional sudah selesai, menjadi jelas sesuatu yang telah dirumuskan akan dijalankan atau masih perlu direvisi.

#### 1. Menyusun Tugas-Tugas

Berdasarkan analisa kekuatan dan kelemahan, lahirlah tugas-tugas yang harus diselesaikan. Tugas-tugas tersebut adalah meneliti kelemahan kita yang harus dieliminir, memberikan pertahanan dengan cara menutupi, mengalihkan perhatian yang harus dibangun, setelah itu menelaah kekuatan kita untuk menyerang lawan dan jika lawan menunjukkan

---

<sup>6</sup> *Ibid.*,

kelemahan yang tidak berhubungan dengan kekuatan kita, maka kita harus membangun kekuatan ini.

## 2. Merumuskan Strategi

Pertama-tama harus memilih isu yang diperhadapkan dengan pesaing atau lawan. Isi-isu ini hendaknya berupa isi atau argument yang membawa keuntungan yang jelas. Lingkungan di mana sebuah isu dijadikan memainkan peranan yang penting dalam penentuan isu dan memusatkan kekuatan serta semua penyerangan hanya satu isu dalam waktu tertentu saja.

## 3. Mengevaluasi Strategi

Masing-masing strategi yang dipilih untuk menyelesaikan tugas haruslah saling melengkapi. Mereka harus saling cocok, baik di tingkat sub-sub strategi maupun dalam strategi menyeluruh. Karena itu, perlu diperlakukan evaluasi terhadap strategi-strategi yang dipilih setelah strategi dirumuskan.<sup>7</sup>

### d. Perumusan Sasaran

Strategi telah ditetapkan, maka pendekatan untuk memanfaatkan kekuatan terhadap kelemahan lawan dan untuk memecahkan kelemahan sendiri juga ditetapkan. Tujuan sudah dirumuskan, masing-masing strategi direalisasikan dan dijalankan. Kelemahan konflik internal didalam organisasi, sub strategi yang

---

<sup>7</sup> *Ibid.*,

dilakukan yaitu memperbaiki komunikasi internal di dalam organisasi. Sasarannya pengurus struktural yang ada di PKB menjadi solid sehingga kampanye cita caleg ini menjadi aktif.<sup>8</sup>

e. Target *Image*

Strategi untuk kehumasan setelah mengenai “citra yang diinginkan” (target *image*) di tetapkan. Target *image* melukiskan citra yang diharapkan, yang hendak dicapai setelah dijalankannya rangkaian pekerjaan kehumasan yang panjang dalam kelompok target. Target *image* ditentukan oleh keputusan strategi mengenai perumusan tugas dan pilihan-pilihan yang berkaitan dengan isu, gaya, dan orang-orang yang diperhitungkan.

f. Kelompok-Kelompok Target

Target atau sasaran desa/kelurahan yang digunakan untuk kampanye adalah semua desa/kelurahan yang ada di Palembang terutama di daerah pilihan masing-masing calon legislatif.

g. Pesan Kelompok Target

Kelompok target yang telah dibahas diatas membutuhkan informasi-informasi tertentu berdasarkan keputusan strategi yang telah diambil sebelumnya untuk memungkinkan bereaksi sesuai dengan apa yang telah direncanakan secara strategis. Perlu juga diperhatikan bahwa pesan yang diterima masing-masing kelompok target tidak boleh saling bertentangan. Perluasan pesan kelompok target

---

<sup>8</sup> *Ibid.*,

merupakan instrument yang kerap digunakan pada tahap akhir masa kampanye, untuk memberikan janji tertentu kepada kelompok pemilih tertentu.

#### h. Instrumen-instrumen Strategi

Dalam pemilihan instrument kunci utama berkaitan dengan aksi-aksi dan alamat komunikasi yang akan digunakan. Instrumen dan aksi ini disesuaikan secara khusus bagi kelompok target. Untuk itu ada syarat bahwa kelompok yang dijadikan kelompok target telah dikenali terlebih dahulu, karena setiap kelompok target hanya diraih melalui pendekatan atau komunikasi tertentu. Instrumen yang digunakan caleg ini adalah menjalin hubungan kepada masyarakat.<sup>9</sup>

#### i. Implementasi Strategi

Dalam pengimplementasikan strategi, faktor manusia dengan melakukan kesepakatan yang dilakukan antara tim sukses, masyarakat dan caleg tersebut dengan menggunakan pergerakan NU semacam masa basis non basis, menggunakan bantuan pengurus struktural yang ada di PKB yaitu ketua ranting PKB. Faktor operasional menggunakan prinsip desakan waktu yaitu waktu sebelum dan waktu kampanye yang digunakan adalah menghadiri kegiatan-kegiatan di masyarakat dengan menjelaskan fungsi anggota Dewan sebagai wakil rakyat.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> *Ibid.*,

<sup>10</sup> *Ibid.*,

#### j. Pengendalian Strategi

Pengendalian strategi terdiri dua elemen yang menentukan keberhasilan penerapan suatu strategi. Elemen yang pertama adalah prinsip pengumpulan data intelijen dan perolehan informasi. Elemen yang kedua adalah prinsip perlindungan informasi di pihak sendiri. Rencana waktu dan rencana aksi dalam menerapkan strategi caleg tersebut ketika masa kampanye. Strategi yang digunakan dalam berkampanye dengan cara memberikan umpan terhadap masyarakat melalui menjelaskan visi dan misinya, pencerahan, menggunakan ikatan dan pragmatis total dengan memberikan uang/souvenir yang lebih banyak sehingga dapat menarik warganya.<sup>11</sup>

### C. Strategi Politik Caleg Partai Kebangkitan Bangsa Yang Menang Dalam Pemilihan Anggota Legislatif di Kecamatan Kertapati

#### a. Modalitas

Indonesia sebagai Negara demokrasi telah memberikan kesempatan yang setara bagi rakyatnya dalam bidang hukum, ekonomi, sosial dan politik. Demokrasi juga mengisyaratkan penghormatan yang tinggi pada kedaulatan rakyatnya. Dalam pelaksanaan pemilihan legislatif, nilai demokrasi merupakan landasan utama untuk menyelenggarakan pemilihan legislatif. Adapun metamorfosisnya dapat di gambarkan bahwa pasangan calon legislatif berkemungkinan menang dalam pemilihan legislatif memiliki 3 (tiga) modal dasar. Ketiga modal itu adalah modal politik (*Political Capital*), sosial politik

---

<sup>11</sup> *Ibid.*,

(*Social Capital*), ekonomi politik (*Economical Capital*). Berikut hasil wawancara

Ibu Siti Suhaepah :

*“Saya tidak memiliki strategi khusus dalam kemenangan ini, namun saya lebih banyak bergerak mengandalkan modalitas memenangkan pileg, yakni modal politik dimana sangat berperan penting adanya dukungan dari partai politik dan dukungan eli-elit politik lokal dari organisasi politik, yang kedua modal sosial dimana saya membangun kepercayaan kepada masyarakat seperti tingkat pendidikan, pekerjaan awal, ketokohan di dalam masyarakat (tokoh agama, adat, organisasi kepemudaan, profesi dan lain sebagainya) dan yang terakhir modal ekonomi karena memiliki peran penting sebagai “pergerak” mesin politik yang dipakai saat musim berkampanye”*.<sup>12</sup>

Dari hasil wawancara tersebut penulis melihat strategi yang digunakan saat berkampanye bahwa caleg mengandalkan tiga modal dasar dalam kemenangan legislatif.

Tampilnya para caleg di arena pemilihan pada Pemilu Legislatif tahun 2019 harus berhadapan dengan elit lokal dan nasional yang nota bena memiliki modalitas. Inilah salah satu tantangan tersendiri buat calon anggota legislatif yang bertarung di arena elektronal pada pemilu legislatif secara demokratis. Kemenangan caleg Siti Suhaepah, di daerah pilihannya pada pemilu legislatif tahun 2019, karena caleg Siti ini mampu mengkapitalisasi modalitas sebagai strategi politik di arena pemilihan dan juga memiliki karisma di masyarakat. Dengan latar belakang pendidikan yang cukup mengerti akan tentang ekonomi masyarakat di daerah pilihannya. Dengan status sosial dan citra yang bagus dimata masyarakat, caleg Siti Suhaepah membangun citra dimasyarakat dengan

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Siti Suhaepah pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.40 WIB

mendatangi atau *door to door* dengan mengandalkan tim sukses kerumah masyarakat di daerah pilihnya terutama dikalangan para ibu-ibu pengajian dan ibu-ibu yang kurang pendidikan, hal tersebut tentu saja semakin memperkuat kedudukan baik dalam modal sosial, ekonomi, dan politik.

Pemilihan legislatif pada tanggal 17 April 2019 di Kota Palembang berjalan dengan aman, tertiban demokrasi. Banyaknya masyarakat yang berpartisipasi menyumbangkan suaranya mencoblos calon legislatif pilihannya telah memperhatikan mereka sebagai warga Negara yang demokrasi ini mencerminkan bahwa sistem demokratis di setiap kecamatan di Kota Palembang sangat baik. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah:

*“Caleg Siti Suhaepah : Pemilihan umum di tempat dapil saya Alhamdulillah sudah berjalan baik, tertib dan sesuai dengan apa yang saya harapkan, mengapa saya katakana seperti ini, karena hasil yang ada di lapangan menunjukkan masyarakat sudah menjadi pemilih yang cerdas, mereka tau siapa yang layak dan tidak layak untuk mewakili mereka diparlemen.”<sup>13</sup>*

Penulis melihat dari wawancara dari caleg tersebut bahwa pada Pemilihan Legislatif tahun 2019 ini, telah berjalan dengan baik, aman dan sesuai dengan harapan-harapan yang diinginkan oleh para caleg. Melihat bahwa masyarakat telah cerdas memilih siapa yang layak dan tidak layak untuk menduduki dan mewakili masyarakat di parlemen.

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.40 WIB

Dalam kajian ilmu politik, strategi politik selalu menjadi hal yang menarik. Materi ini terkait adanya keinginan aktor dan elit politik untuk menjadi seorang pemimpin dalam struktur pemerintahan. Keinginan ini mendorong para aktor atau elit politik untuk menggunakan strategi politik dalam mencapai cita-cita politiknya.

Dengan merumuskan strategi politik ini, Sun Tzu dengan menyatakan bahwa dalam memilih strategi harus ada hal-hal tertentu yang di prioritisasikan. Bentuk yang tertarik dan kedua adalah menghancurkan aliansi lawan yang terbaik, berikutnya adalah menyerang tentara lawan yang paling buruk adalah menduduki kota-kota dibenteng lawan.<sup>14</sup>

#### **b. Komunikasi Politik**

Pada hakikatnya, strategi dalam komunikasi politik yaitu keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Maka dari itu, menetapkan tokoh dan memantapkan kelambangan politiknya akan merupakan keputusan strategi yang paling tepat bagi komunikator politik untuk mencapai tujuan politik kedepan, terutama memenangkan pemilihan umum.<sup>15</sup>

Pada persaingan pemilihan legislatif 2019 di Kecamatan Kertapati para calon legislatif selain beradu strategi untuk memperoleh kemenangan dan strategi yang digunakan diharapkan mampu memengaruhi pemilih. Diketahui bahwa

---

<sup>14</sup> Sun Tzu Peter Schroder, *Strategi Politik*, (Jakarta : FNS, 2009), H.113

<sup>15</sup> Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011), H. 235

strategi sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan politik untuk mencapai apa yang telah menjadi harapan bagi kompetitor itu sendiri.

Masyarakat di daerah calon legislatif Siti Suhaepah yang kebanyakan penghuninya para ibu-ibu merupakan yang sangat strategis oleh calon legislatif Siti dalam memperoleh suara. Menjadi peluang yang sangat baik untuk calon legislatif Siti agar lebih mudah mempengaruhi masyarakat pada daerah ini dengan menjanjikan beragam program-program pengajian, hal ini menyebabkan masyarakat mudah untuk dimobilisasi. Hal tersebut dibenarkan oleh calon legislatif Ibu Siti dalam hasil wawancaranya berikut:

*“Program yang kita janjikan pada saat kampanye dan saya melihat bahwa di daerah tempat saya mayoritas ibu-ibu pengajian, maka kami mengupayakan untuk memenuhi apa yang menjadi aspirasi dan kebutuhan masyarakat, jadi kami tinggal menindak lanjutkan untuk menyalurkan Al-Quran untuk mempermudah masyarakat memperoleh kebutuhannya, dan dalam berkampanye saya juga mengatakan apapun yang dibutuhkan oleh mereka insyaAllah saya akan mengabdikan.”<sup>16</sup>*

Dari hasil wawancara caleg di atas maka dapat dilihat bahwa caleg mengkampanyekan program ibu-ibu pengajian, meningkatkan pendidikan, meningkat pelayanan kesehatan di daerah pilihan masing-masing caleg untuk mempengaruhi pemilihan dan meningkatkan jumlah pemilih. Maka caleg menggunakan program ini dengan tujuan mendapatkan simpati dan dukungan suara masyarakat.

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.30 WIB

Seperti yang dikatakan Imam Hidayat bahwa strategi politik bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu, membuat dan menyelesaikan konflik, mengacaukan situasi atau untuk memperkuat posisi kekuatan serta menciptakan stabilitas nasional. Sedangkan dalam dunia politik, strategi politik juga bisa menjadi fungsional bagi masyarakat apabila masyarakat diuntungkan. Suatu strategi politik bisa saja berbentuk penyimpangan terhadap apa yang dianggap masyarakat bukan penyimpangan namun semua dilakukan secara fungsional terhadap masyarakat itu sendiri.<sup>17</sup>

#### **D. Strategi Kampanye**

##### **a. Strategi Ofensif**

Strategi politik ofensif merupakan strategi kampanye politik yang digunakan untuk mempengaruhi pemilih, yang harus dijual atau ditampilkan adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat ini serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan dari padanya sehingga dapat terbentuk kelompok pemilih baru disamping para pemilih yang telah ada. Maka dari itu, ada penawaran baru yang lebih baik untuk para pemilih yang selama ini memilih partai pesaing. Kompetisi politik sekarang ini, seperti pemilihan legislatif tahun 2019 dengan banyaknya pesaing-pesaing baru, para caleg membutuhkan strategi politik agar dapat memenangkan kompetisi politik sehingga terpilih. Fenomena pendatang baru yang lebih memperhatikan strategi yang tentunya lebih banyak menjadi alasan yang kuat dari seorang caleg untuk terus memperhatikan suara.

---

<sup>17</sup> Imam Hidayat, *Teori-Teori Politik*, (Malang, SETERA press 2012), H. 117

Pemasaran politik yang dilakukan oleh pesaing-pesaing, tentunya bertujuan tidak hanya menarik simpatik konstituen sebelumnya, melainkan juga menarik masyarakat yang tidak memilihnya pada periode sebelumnya. Dari konteks aktivitas politik, pemasaran politik maksudnya adalah penyebarluasan informasi tentang kandidat dan program yang dilakukan oleh para elit politik melalui saluran-saluran komunikasi tertentu. Hal ini ditujukan kepada sasaran tertentu dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap, dan perilaku calon pemilih sesuai dengan keinginan pemberi informasi.

Seperti yang dikemukakan oleh Bruce I. Newnan dan Richard M. Perloff dalam tulisannya, mendefinisikan pemasaran politik sebagai aplikasi prinsip-prinsip pemasaran dalam kampanye politik yang beraneka ragam individu, eksekusi, dan strategi manajemen kampanye oleh kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi, kelompok-kelompok tertentu yang bisa digunakan untuk mengarahkan opini public terhadap ideologi mereka.<sup>18</sup> Salah satu cara atau strategi yang digunakan dalam memasarkan program-program politiknya adalah melalui kampanye politik. Kampanye politik merupakan sebuah bentuk komunikasi politik yang terorganisasi dalam waktu tertentu. Istilah kampanye berasal dari bahasa inggris yaitu campaign. Secara umum, kampanye diartikan sebagai komunikasi verbal dan nonverbal secara persuasif. Rogers dan Storey

---

<sup>18</sup> Andri Pratama, *Skripsi Strategi Pemenangan Calon Legislatif Study Tentang Perempuan caleg Parta Demokrat Pada Pemilu 2014 Musi Banyuasin* (Palembang : Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Raden Fatah Palembang, 2013), H.31

(1987) menyatakan bahwa kampanye merupakan serangkaian kegiatan komunikasi antar organisasi dengan tujuan menciptakan dampak tertentu, terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode tertentu.<sup>19</sup>

Peluang ini dijadikan acuan oleh kandidat caleg untuk menambahkan suara dari masyarakat yang tidak ada pilihan. Korelasi yang dibangun tentunya tidak secara instan, dibutuhkan konsep yang matang dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat. Konsep tersebut apabila\ dijalankan dengan baik dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah suara konstituen kandidat itu sendiri berikut hasil wawancaranya :

*“Caleg Ibu Siti Suhaepah ini bilang bila dia terpilih dia akan mensejahterakan para wanita yang tidak memiliki pendidikan dan memajukan atau membangkitkan majalis taklim ibu-ibu pengajian lalu mendengarkan keluhan-keluhan masyarakat.”<sup>20</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut penulis melihat, bahwa caleg dalam menyakinkan masyarakat dengan memberitahukan bahwa, dengan mendukungnya beliau akan mensejahterakan pendidikan para wanita yang sedikit dianggap bahwa wanita perlu memiliki jenjang pendidikan yang lebih tinggi, kebutuhan ibu-ibu pengajian, baik itu perlengkapan pengajian yang insyaallah akan dipenuhi untuk memajukan pengajian dan mendengarkan keluhan-keluhan masyarakat.

---

<sup>19</sup> *Ibid.*,

<sup>20</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.30 WIB

Strategi politik dengan memanfaatkan program ibu-ibu pengajian di lakukan oleh Hj. Siti Suhaepah, S.E merupakan salah satu strategi berpengaruh dimasyarakat. Namun melihat fenomena tersebut, kemudian memunculkan pertanyaan, apakah masyarakat tau dengan majelis pengajian dan majelis taklim? Peneliti pertanyaan ini pada salah satu masyarakat di Kelurahan Karya Jaya Kecamatan Kertapati.

*“Saya memilih caleg yang memperhatikan nasib agama di tempat kami, ada caleg yang menjanjikan menghidupkan majelis taklim dan memenuhi pasilitas-pasilitasnya. Saya memilih Hj. Siti Suhaepah, S.E karena beliau mengatakan apapun yang kami butuhkan dia akan penuhi.”<sup>21</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut peneliti berasumsi bahwa masyarakat tidak memandang apapun. Masyarakat hanya memandang calon legislatif yang memandang dan memperhatikan nasib agama kami. Masyarakat akan memilih jika di janjikan apapun yang dibutuhkannya dapat dipenuhi oleh calon legislatif jika terpilih. Inilah mengapa masyarakat di Kecamatan Kertapati sangat mudah dimobilisasi oleh para caleg, karena ketertarikan mereka akan penawaran program-program tersebut.

Hal ini diperkuat oleh yang dikatakan oleh Homans bahwa asumsi dasar proposisi sukses dalam teori pertukaran sosial adalah “semakin sering tindakan seseorang itu dihargai maka semakin sering orang itu melakukan tindakan yang sama”. Sebaliknya, semakin sering tindakan seseorang itu gagal atau tidak mendapatkan penghargaan maka tindakan itu tidak akan diulangi lagi olehnya.

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Endiana Warga Kelurahan Karya Jaya Kecamatan Kertapati pada tanggal 15 Juli 2019 pukul 10.30 WIB

Strategi yang dilakukan oleh calon legislatif tersebut serupa dengan konsep strategi politik ofensif yakni strategi yang dilakukan calon legislatif untuk menambah jumlah pemilihnya dari pemilih yang sudah ada. Strategi tersebut dilakukan dengan cara menawarkan program-program yang lebih menarik dibandingkan penawaran-penawaran calon legislatif lainnya.<sup>22</sup>

Penulis melihat bahwa strategi yang digunakan calon legislatif tersebut merupakan cara untuk membangun atau menambah kepercayaan masyarakat kepada calon-calon wakil rakyat, yang mulai cenderung apatis dengan dunia politik. Pada awalnya warga Kecamatan Kertapati utamanya dikalangan masyarakat sangat apatis dengan adanya pemilu. Mereka menilai bahwa berpartisipasi pada pemilu tidak akan berdampak apa-apa bagi mereka. Mereka hanya dibutuhkan pada saat tertentu, ketika para calon mengharapkan untuk dipilih pada pemilu, setelah itu para elit melupakan mereka kalangan menengah kebawah dan hanya akan lebih ingin berkolaborasi pada petinggi-petinggi didaerah saja. Hal ini dibenarkan oleh salah satu warga didaerah pilihan para caleg yang juga memiliki hak pilih :

*“sekarang masyarakat sudah pintar dan jeli dalam dunia politik, mereka tidak mau lagi dibohongi oleh para caleg lagi, mereka hanya akan mencari masyarakat ketika mereka sedang membutuhkan, yah seperti saat waktu pemilihan legislatif seperti ini, mereka semua berjanji akan menjunjung tinggi kepentinga masyarakat, saat sudah terpilih mereka lupa dengan kita dan janji-janji mereka. Jadi, sekarang masyarakat hanya*

---

<sup>22</sup> Andri Pratama, *Skripsi Strategi Pemenangan Calon Legislatif Study Tentang Perempuan caleg Parta Demokrat Pada Pemilu 2014 Musi Banyuasin* (Palembang : Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Raden Fatah Palembang, 2013), H. 33.

*ingin memilih caleg yang bisa memberi kami keuntungan, jadi ada barang ada suara.”<sup>23</sup>*

Berdasarkan pendapat dari informan di atas, peneliti melihat bahwa telah muncul sikap ketidakpercayaan lagi terhadap wakil-wakil rakyat yang menjabat sebagai anggota legislatif. Hal ini disebabkan karena para caleg yang terpilih pada pemilihan sebelumnya tidak memenuhi janji-janji politik yang mereka janjikan pada saat berkampanye. Sehingga masyarakat berfikir acuh tak acuh pada pemilihan selanjutnya dan memilih anggota yang mereka percayai dan menguntungkan bagi masyarakat.

Masyarakat sekarang telah memandang bahwa caleg yang memberi keuntungan kepada masyarakat maka caleg itulah yang akan dipandang dan akan dipilih oleh masyarakat. Maka melihat kurang daya tariknya masyarakat akan pemilu, para calon legislatif beradu strategi untuk menarik simpatik masyarakat agar memberikan hak suaranya tidak terkecuali. Para caleg lebih memanfaatkan kondisi yang ada di masyarakat dan melihat kebutuhan apa saja yang diperlukan masyarakat untuk menarik simpatik masyarakat.

Dalam mengamati karakteristik masyarakat di tiap dapil yang semakin dinamis dan partisipasi pada pemilihan legislatif 2019 ini, penulis berasumsi bahwa pada teori ini pun tidak terlepas dari adanya *take and give* antara individu dan kelompok sosial. Yang dimana individu adalah caleg dan kelompok sosial dan masyarakat.

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Erna Warga Kelurahan Karya Jaya Kecamatan Kertapati pada 07 Juli 2019 pukul 16.00 WIB

## **b. Strategi Defensif**

Strategi defensif pada dasarnya merupakan strategi untuk mempertahankan pasar. Hal inilah yang kemudian menempatkan strategi ini sebagai strategi yang khas untuk mempertahankan mayoritas pemerintah yang kemudian akan membuat partai politik untuk memelihara pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman para pemilih sebelumnya terhadap situasi yang berlangsung.<sup>24</sup>

Dalam pemilu diperlukan adanya timbal balik yang dilakukan, untuk mencapai keinginan atau cita-cita politik, dari caleg maupun dari simpatisannya. Timbal balik tersebut dapat berupa barang yang diberikan oleh sang calon kepada pemilih dan dukungan suara dari pemilih kepada sang calon. Dengan begitu calon dan konstituennya dapat sama-sama diuntungkan.

Menjelang pemilihan legislatif saling adu kekuatan atau yang bisa disebut adu strategi. Tentu dalam kompetisi politik semua para calon anggota ingin menjadi pemenang dalam pertempuran politik ini, namun masyarakat masing-masing punya kriteria untuk menjadi wakil rakyatnya. Dalam pemilihan legislatif diperlukan strategi yang utama dalam menghadapi kompetisi politik. Strategi tersebut bertujuan untuk menarik simpati masyarakat dan memperoleh suara sebanyak-banyaknya pada pemilihan legislatif 2019. Pasalnya, pemilu 2019 ini berlangsung dengan sangat menegangkan bagi para caleg, karena pemilu kali ini

---

<sup>24</sup> Utary Indriani, *Skripsi Strategi Politik Caleg Partai Kebangkitan Bangsa Pada Pemilu Legislatif Tahun 2009 di Kota Palembang* (Palembang : Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Raden Fatah Palembang), H.63

sangat menarik. Banyak calon-calon baru yang cukup memberikan warna baru bagi pesta demokrasi kali ini, banyak calon-calon yang masih muda ikut bertarung pada pemilu kali ini. Hal ini menunjukkan adanya dinamika demokrasi di kota Palembang Khususnya di kecamatan Kertapati ada anggapan pemilu kali ini yang berlangsung dengan sangat baik, aman dan tertib, menunjukkan adanya sikap politik masyarakat yang aktif, kreatif dan responsif.

Berdasarkan pengamatan peneliti anggapan tersebut ada benarnya, dimana masyarakat menganggap pemilu sebagai momen utama untuk berpolitik dalam membangun kapasitas masing-masing. Peneliti mengatakan kapasitas masing-masing, karena politik mempunyai kepentingan dan sikap politik yang berbeda sesuai dengan tujuan politik atau strata sosial dari masyarakat itu, baik secara individu maupun kolektif. Maka perlu bagi para calon untuk mempersiapkan strategi yang matang sehingga dapat terpilih karena melihat dinamisnya masyarakat saat itu.

Strategi tersebut juga beragam, janji-janji politik yang disampaikan oleh para calon semua mengatasnamakan karena kepentingan rakyat. Calon Siti Suhaepah, S.E pun juga tidak mau kalah dengan calon-calon baru lainnya di tiap dapil, mereka terus menyakinkan para warga agar memilih beliau untuk mewakili rakyat di parlemen, hal ini nampak lebih mudah untuk para calon, dimana mereka telah memberikan banyak sekali bantuan pada saat sebelumnya. Jadi, para calon cukup untuk tetap menyakinkan masyarakat bahwa mereka layak mewakili di parlemen. Hal ini serupa dengan yang dikatakan oleh caleg Ibu Siti Suhaepah, S.E, berikut hasil wawancara :

*“Masyarakat sekarang sudah cerdas dalam memilih siapa yang layak dan tidak layak menjadi wakil mereka nanti. Mengapa saya katakan demikian, karena masyarakat saat ini melihat siapa saja yang dapat memberikan program-program yang bermanfaat bagi rakyat dan yang dibutuhkan masyarakat.”<sup>25</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti melihat bahwa para calon masyarakat saat ini semakin cerdas. Masyarakat yang cenderung acuh tak acuh dengan dunia politik sekarang lebih melihat dimana para calon legislatif memberikan program-program yang bermanfaat untuk masyarakat dan para calon legislatif untuk memantapkan strategi mereka untuk dapat dipilih. Maka dari itu para calon harus lebih jeli dalam memilih program apa saja yang begitu diminati oleh masyarakat.

Dalam strategi politik bukan hanya memberikan janji-janji politik dengan beragam program unggul yang mengtasnamakan kepentingan rakyat, juga diperlukan pendekatan secara persuasif, agar terus tercipta kedekatan emosional antara masyarakat dengan wakil rakyatnya. Berikut hasil wawancara dengan caleg Siti Suhaepah, S.E :

*“Saya tidak memiliki strategi khusus dalam memenangkan pemilu ini, namun saya lebih mendekati kepada masyarakat terutama kepada ibu-ibu pengajian dan ibu-ibu yang tidak punya apa-apa terutama kurang dalam pendidikannya. Saya lebih mendekati mereka karena mereka terkadang ingin menjalin silaturahmi dengan wakil rakyatnya dan juga lebih efektif mendekati diri pada masyarakat dengan door to door dan juga mengandalkan time sukses.”<sup>26</sup>*

---

<sup>25</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 23 Agustus 2019 pukul 13.00 WIB

<sup>26</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.40 WIB

Caleg Siti Suhaepah, S.E menjalin komunikasi kepada ibu-ibu pengajian dan ibu-ibu yang memiliki ekonomi kurang mampu beliau menciptakan dan membangun kedekatan emosional dengan konstituennya merasa begitu dekat dengan wakil rakyatnya. Kedekatan persuasif menjadi titik tolak kampanye, seperti pada hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa caleg Siti Suhaepah ingin membangun citranya melalui pendekatan persuasif tersebut. Hal ini memang sangat diperlukan oleh sang calon, terutama caleg kedalam kampanye infomatif dan kampanye komunikatif.

- a. Kampanye informatif dilakukan secara satu arah dimana pesan-pesan kampanye mengalir secara linear dari sumber kepada para penerima kampanye, tidak terjadi dialog antara pelaku dan penerima kampanye. Pelaku kampanye sepenuhnya mengandalkan media massa, iklan, baliho, dan lain sebagainya.
- b. Kampanye komunikatif lebih berorientasi kepada khalayak dan menekankan pada pentingnya interaksi dan dialog khalayak sasaran.

Dalam meraih cita-cita politik, diperlukan strategi yang mampu menarik simpati masyarakat, misalnya saja menghidupkan majelis taklim dan semua yang berbau keagamaan, dan pendidikan karena itu merupakan kebutuhan pokok untuk kebutuhan rohani untuk penopang hidup manusia. Hal tersebut merupakan strategi untuk menarik dukungan masyarakat, karena melihat kondisi masyarakat yang

begitu tertarik dengan program-program tersebut. Jadi program ini menjadi strategi yang dimanfaatkan dengan sangat baik oleh caleg.<sup>27</sup>

Apa yang telah diberikan caleg kepada konstituennya merupakan penghargaan bagi caleg bahwa ada *feed back* dari apa yang telah dia berikan pada masyarakat. *Feed back* yang diharapkan caleg adalah pemberian suara, sehingga dapat terpilih kembali pada pemilu 2019.

Dari hasil analisis diatas, ini sejalan dengan konsep strategi defensif yakni strategi yang digunakan apabila para caleg ingin mempertahankan mayoritasnya atau apabila perolehan suara yang dicapai sebelumnya ingin dipertahankan. Strategi ini yang dibangun oleh caleg sabagai salah satu cara untuk memelihara dukungan suara.

Anggota legislatif dalam fungsinya sebagai wakil rakyat memiliki pesan sebagai penampung aspirasi masyarakat, dalam hal ini anggota legislatif melakukan reses setiap tahunnya sebagai wakil rakyat. Anggota legislatif melakukan turun lapangan kedapilnya kemudian mendengar aspirasi masyarakat, apa saja yang menjadi kebutuhan mereka. Suatu aspirasi masyarakat yang diterima oleh anggota legislatif pada dapilnya itu ditampung sebagai input (masukan) yang kemudian menghasilkan sebuah output (kebijakan). Hal ini kemudian dibawa legislatif untuk disampaikan ke paripurna yang dihadiri kepala daerah dan seluruh SKPD. Kemudian, jika aspirasi tersebut berupa pemberian

---

<sup>27</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.40 WIB

perlengkapan majelis taklim, menyediakan apa yang telah menjadi aspirasi masyarakat selaku penyedia dan pelaksana program tersebut. Hal ini sama yang dikatakan oleh Siti Suhaepah, S.E selaku DPRD Kota Palembang :

*“idealnya sebuah aspirasi disampaikan masyarakat ketika legislatif melakukan reses, dimana legislatif turun kelapangan melihat dan mendengar aspirasi masyarakat, dalam hal ini apa yang dibutuhkan masyarakat di dapilnya. Yang kemudian di tindaklanjuti dan disampaikan ke paripurna yang dihadiri oleh Wali Kota dan seluruh SKPD. Kemudian aspirasinya di sampaikan kepada SKPD yang bersangkutan sesuai dengan yang menjadi aspirasi masyarakat di dapil legislatif tersebut.”<sup>28</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut peneliti berasumsi bahwa ada korelasi yang kuat antara SKPD dengan legislatif mengapa peneliti mengatakan demikian, karena idealnya aspirasi masyarakat yang disampaikan legislatif ke paripurna itu merupakan *input* (masukan) yang diberikan masyarakat yang kemudian di konfersikan dalam sebuah paripurna yang akan menjadi *output* (kebijakan) yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan demi kesejahteraan masyarakat.

Dalam hal ini, segmentasi pemilih yang dipilih oleh Siti Suhaepah, S.E adalah dominan kaum perempuan. Selain dari adanya kepentingan untuk meraih suara sebanyak-banyaknya, ia ingin melakukan pendidikan politik kepada kaum perempuan untuk sadar akan potensi yang dimiliki kaum perempuan yang lebih dominan di Negara Indonesia. Kemudian strategi pemetaan selanjutnya adalah menentukan target atau *targeting*. Dari penentuan segmentasi yang telah dibahas sebelumnya sudah jelas bahwa target pemilih yang dibidik oleh calon tersebut

---

<sup>28</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 26 Agustus 2019 pukul 12.40 WIB

merupakan ibu-ibu pengajian yang memang kebanyakan dari mereka masih buta akan dunia politik. Maka tidaklah heran jika memang sebagian besar agenda kampanye dan sosialisasi yang dilakukan oleh calon atau kandidat tersebut adalah komunitas ibu-ibu pengajian.

Dari beberapa hal yang telah dijelaskan sebelumnya memang sudah jelas, bahwa positioning yang dilakukan oleh caleg Siti Suhepah, S.E dalam proses *marketing politik* disini adalah mencoba untuk membuat isu-isu yang berbau tentang perempuan. Dimana dalam setiap kampanye dan sosialisasi yang dilakukannya memang berbau keperempuanan dalam pendidikan politik di Indonesia.

Pada tahap selanjutnya setelah melakukan strategi pemetaan melalui positioning yang telah digambarkan sebelumnya adalah analisis terhadap bauran produk yang dibuat oleh tim pemenangan. Dalam hal ini, personal branding (peraktik memasarkan orang dan karir) yang dipilih sebagai acuan analisis terhadap seberapa jauh tim pemenangan manajemen calon menjadi orang yang dibutuhkan masyarakat. Maka dalam proses personal *branding* yang dilakukan oleh Siti Suhaepah, S.E adalah sebisa mungkin untuk menemui para calon konstituensinya dilapangan secara langsung. Ini tidak sulit dilakukan, karena melihat sifat asli calon yang memang supel terhadap orang-orang disekitarnya. Pembangunan *image* ini memang sebagai jawaban terhadap kebutuhan masyarakat kita sekarang.

Sedangkan untuk pemanfaatan strategi kampanye *pull political marketing*, calon mengandalkan media cetak, media massa elektronik sebagai alat untuk mengkampanyekan dirinya. Seperti stiker, kalender, banner, pamphlet, televisi, dan lain sebagainya. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa *pull political marketing* yang diterapkan oleh tim dan calon melalui media cetak dan media elektronik berupa banner, baliho, kartu nama, stiker dan lainnya. Maka dari itu, dengan strategi yang diterapkan semacam ini, tim pemenangan memang banyak berharap bisa mendapatkan suara sebanyak-banyaknya untuk lolos menjadi DPRD Kota Palembang periode 2019-2024.

#### **E. Pengaruh Strategi Politik Terhadap Caleg Partai Kebangkitan Bangsa**

Semua peristiwa strategi komunikasi politik yang dilakukan, termasuk kampanye politik mempunyai maksud dan tujuan, yaitu mempengaruhi target sasaran. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh sebagai salah satu elemen dalam proses komunikasi, memiliki peranan yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya tujuan strategi politik yang kita pakai. Hal ini serupa dengan yang dikatakan Caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, S.E dari Partai Kebangkitan Bangsa berikut hasil wawancara :

*“Untuk Menghadapi setiap kompetisi di dunia politik khususnya pada saat pemilihan umum diperlukan adanya persiapan atau kiat-kiat dalam menghadapi pertempuran politik. Adanya persiapan yang matang akan memudahkan dalam menghadapi persaingan. Sebab, dalam*

*pertarungan hanya diperlukan strategi bagaimana menaklukkan lawan dan memenangkan pertarungan.*<sup>29</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti melihat bahwa perlu adanya persiapan yang matang akan mendekati pada kemenangan. Strategi ataupun taktik merupakan cara atau konsep yang telah disusun secara matang kemudian akan memberi hasil kemenangan bagi kandidat itu sendiri.

Dalam strategi politik diperlukan karena melihat kuatnya persaingan politik dalam pesta demokrasi saat ini, karena membuat para calon harus merancang strategi dengan sangat baik agar hasil yang diperoleh sesuai dengan apa yang diinginkan. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi strategi politik pada pemilu ada tiga hal yaitu pemerintah, masyarakat, dan partai itu sendiri. Keberhasilan strategi dalam suatu pemilihan akan sangat ditentukan oleh sejauh mana keberhasilan suatu partai dalam pemilihan strategi. Unsur yang tidak kalah penting dari strategi pemilu itu sendiri adalah unsur perencanaan dan pelaksanaan dari strategi tersebut, dalam hal ini tim pemenangan pemilu sangat bermanfaat dalam mengantarkan sang kandidat ke tujuan yang diharapkan.<sup>30</sup>

Adanya strategi politik yang dilakukan oleh caleg Siti Suhaepah membangun komunikasinya kepada masyarakat dengan cara mendekati kepada ibu-ibu pengajian dan ibu-ibu yang kurang mendapatkan pendidikan yang tinggi. Caleg Siti Suhaepah juga menggunakan strategi *door to door* dan kampanye

---

<sup>29</sup> Hasil wawancara bersama caleg terpilih Ibu Siti Suhaepah, pada tanggal 23 Agustus 2019 pukul 13.00 WIB

<sup>30</sup> *Ibid.*,

terbuka untuk mendekati kepada masyarakat terutama ibu-ibu untuk menarik simpati mereka, dengan cara ini juga beliau mendapatkan nilai kepercayaan yang sangat menguntungkan baginya.

Dari hasil wawancara tersebut peneliti berasumsi bahwa ada pengaruh strategi politik yang di gunakan para caleg Partai Kebangkitan Bangsa dalam berkomunikasi kepada masyarakat bahwasannya program-program yang mereka gunakan dalam berkampanye dapat menarik simpati masyarakat untuk memilih mereka dan mewakili rakyat di departemen. Peneliti juga berasumsi bahwa strategi politik yang digunakan caleg Siti Suhaepah yang mendekati kepada ibu-ibu pengajian di mana bila para ibu-ibu pengajian memilih beliau dan para ibu-ibu mengajak anak dan suaminya untuk memilih caleg Siti Suhaepah untuk dipilih dalam pemilihan kelak, maka dari sana caleg Siti Suhaepah mendapatkan suara lebih sehingga beliau mendapatkan kepercayaan masyarakat dan penambahan suara.

Dalam dunia politik terdapat konsep mengenai popularitas. Popularitas sendiri dapat diartikan sebagai disukai atau dikagumi dan dikenal banyak orang. Maka, sosok atau institusi yang populer adalah yang mendapatkan simpati dan empati dari banyak orang, sehingga orang banyak keinginan untuk memilih atau bahkan memilikinya.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Utary Indriani, *Skripsi Strategi Politik Caleg Partai Kebangkitan Bangsa Pada Pemilu Legislatif Tahun 2009 di Kota Palembang* (Palembang : Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Raden Fatah Palembang), H.65

Popularitas dijadikan tolak ukur utama suatu keberhasilan, orang atau instansi yang berkualitas tetapi tidak berada dalam lingkaran kekuasaan pun menjadi tersisih. Sebaliknya, mereka yang berada di posisi pusat perhatian akan menjadi rebutan. Kondisi ini disebabkan oleh kondisi dan karakteristik masyarakat Indonesia yang sebagian besar belum sadar politik.