



STRATEGI POLITIK PEMENANGAN ME'EN SAPUTRI, S.E. PADA PEMILU PERIODE 2024 SEBAGAI ANGGOTA DPRD KABUPATEN MUSI BANYUASIN

Adelia Febrianti¹, Kun Budianto², Hatta Azzuhri³

Ilmu Politik, FISIP Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang¹, Ilmu Politik, FISIP Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang², Ilmu Politik, FISIP Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang³

Email: adeliafebrianti0497@gmail.com¹, hattaazzuhri_uin@radenfatah.ac.id²

Abstract (English)

This research is motivated by the acquisition of Me'en Saputri's votes from the Nusantara Awakening Party (PKB) who managed to occupy the highest number of votes with a total of 4,497 voters. To win a legislative election, of course, there are many winning strategies that have been carried out by Me'en Saputri in achieving what she wants. Therefore, this study aims to determine the political marketing carried out by Me'en Saputri in achieving her victory so that she makes herself different from other legislative candidates from Electoral District II Musi Banyuasin Regency. The method used is a qualitative approach with a type of field research. While the data collection technique is carried out by observation, interviews, and documentation. The primary data source in this study is a direct interview with Me'en Saputri, the Success Team, and the community of Electoral District II Musi Banyuasin Regency. In analyzing this study, the political marketing theory was used according to Firmanzah (2012). The results of this study indicate that Me'en Saputri's political winning strategy has met 4 indicators of Firmanzah's (2012) political marketing theory, namely: products in the form of work programs, vision and missions in the form of infrastructure development are the main components in supporting the economy. Promotion is carried out by utilizing direct socialization, as well as the use of billboards and banners as campaign props, price is related to psychological perceptions related to the background of the candidate who is relatively young from the candidate and is related to the electability of Me'en Saputri who won the election with a total of 4,497 votes, and the placement of marketing locations is carried out in the electoral district 2 consisting of Jirak Jaya, Sungai Keruh, and Pelakat sub-districts, by involving the campaign team or successful team to absorb the aspirations of the people in the electoral district by forming a successful team.

Article History

Submitted: 27 April 2025

Accepted: 30 April 2025

Published: 1 Mei 2025

Key Words

Legislative Election, Winning Strategy

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perolehan suara Me'en Saputri dari Partai Kebangkitan Nusantara (PKB) berhasil menduduki suara tertinggi dengan jumlah pemilih sebanyak 4.497 suara., untuk memenangkan suatu pemilihan legislatif tentunya banyak sekali strategi pemenangan yang telah dilakukan oleh Me'en Saputri dalam mencapai apa yang diinginkannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran politik yang dilakukan oleh Me'en Saputri dalam mencapai kemenangannya sehingga membuat dirinya berbeda dari calon legislatif lainnya dari Dapil II Kabupaten Musi Banyuasin. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer pada penelitian ini adalah wawancara secara langsung kepada Me'en Saputri, Tim Sukses, dan masyarakat Dapil II Kabupaten Musi Banyuasin.. Dalam menganalisis penelitian ini menggunakan teori pemasaran politik menurut Firmanzah (2012). Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pememnangan

Sejarah Artikel

Submitted: 27 April 2025

Accepted: 30 April 2025

Published: 1 Mei 2025

Kata Kunci

Pemilihan Legislatif, Strategi Pemenangan





politik Me'en Saputri telah memenuhi 4 indikator dari teori pemasaran politik Firmanzah (2012) yaitu: produk (product) berupa program kerja, visi misi berupa pembangunan infrastruktur merupakan komponen utama dalam menunjang perekonomian. Promosi (promotion) dilakukan dengan memanfaatkan sosialisasi secara langsung, serta penggunaan baliho dan spanduk sebagai alat peraga kampanye., harga (*price*) berkenaan dengan persepsi psikologis yang berkenaan dengan latar belakang kandidat yang terbilang muda dari calon yang dan berkaitan dengan elektabilitas Me'en Saputri yang berhasil memenangkan pemilihan dengan jumlah suara sebanyak 4.497 suara, dan penempatan (*place*) lokasi pemasaran dilakukan di wilayah dapil 2 yang terdiri dari kecamatan Jirak Jaya, Sungai Keruh, dan Pelakat, dengan melibatkan tim kampanye atau tim sukses untuk menyerap aspirasi rakyat daerah pemilihan dengan pembentukan tim sukses.

PENDAHULUAN

Salah satu wujud dari pelaksanaan demokrasi adalah adanya Pemilihan Langsung untuk memilih Anggota Legislatif yang juga sesuai dengan asas luber dan jurdil dan dilaksanakan dalam kurun waktu lima tahun sekali dengan tujuan untuk memilih wakil rakyat yang akan duduk di perlemen sebagai representasi dari masyarakat, kemudian untuk mencapai pada tahap kemenangan, tidak bisa juga dipungkiri bahwa partai politik juga memainkan peran yang sangat penting dalam mengantarkan para calon untuk dapat menang dalam kontestasi pemilihan legislatif, tidak terkecuali calon perempuan (Basari, 2019:37) .

Perempuan dalam perpolitikan di Indonesia baik skala nasional maupun lokal haruslah menjadi isu yang penting untuk dijadikan bahan kajian. Dimana kepentingan perempuan hadir melalui pengalaman dan fakta empiris berupa tidak adanya keadilan, kesetaraan, serta diskriminasi yang dialami perempuan dalam kehidupannya. Berbagai permasalahan tersebut kemudian didorong menjadi wacana atau isu yang akan menjadi diskursus publik yang bisa disuarakan oleh politisi perempuan. Perlu merumuskan kepentingan dalam menghadapi momen pemilu untuk bisa diakomodasi oleh partai politik menjadi agenda politik ketika berada di parlemen. Perempuan perlu menghadirkan kembali tuntutan kepentingan yang telah dirumuskan tersebut (pada momen pemilu) pada ruang-ruang politik pasca pemilu agar partai politik tidak mangkir dari agenda politik yang telah dituntut kepadanya (Firmansyah, 2022:22).

Keterwakilan perempuan di lembaga-lembaga Negara seperti halnya parlemen merupakan tuntutan yang harus dilakukan jika ingin membangun Indonesia dengan sistem yang benar benar demokratis. Dalam islam kaum perempuan sangat diperhatikan dalam berbagai gelombang kehidupan, dalam islam pun telah diatur hak perempuan dan laki-laki secara jelas, yang sebelumnya kedudukan wanita sangat hina dan tidak memiliki hak (Budiyanto, 2019).

Ruang gerak perempuan untuk terlibat dalam proses politik terbuka lebar dan tentu saja hal ini juga bisa menjadi kekuatan bagi kaum perempuan untuk mendapatkan peran yang lebih baik dalam ruang publik. Maka dari itu, dengan adanya ketetapan kuota tersebut ada jaminan bahwa penyertaan 30% perempuan di dalam keanggotaan parlemen akan secara otomatis mengubah paradigma parlemen untuk berpihak kepada perempuan.

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu. Pemilihan umum secara oleh rakyat merupakan sarana perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasilkan pemerintah negara yang demokratis berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republic Indonesia Tahun 1945. Penyelenggaraan pemilihan umum secara langsung, umum, bebas,



rahasia, jujur, dan adil hanya dapat terwujud apabila dilaksanakan oleh penyelenggaraan pemilihan umum yang mempunyai integritas, profesionalitas, dan akuntabilitas (Basari, 2019:37).

Menurut Huntington (1991) pemilihan umum yang bebas merupakan definisi minimal demokrasi, yang mengharapkan lahirnya tindakan politik atau perilaku politik pemilih sebagai bagian dari partisipasi politik warga negara. Keikutsertaan warga negara memberikan suaranya dalam pemilu merupakan salah satu bentuk partisipasi minimal. Namun selalu saja ada orang-orang yang tidak menggunakan hak politiknya dengan tidak memberikan suaranya dalam pemilu. Menurut Betham (1994), Pemilihan umum merupakan persyaratan minimum negara demokrasi. Suatu sistem demokrasi dapat dikatakan sudah berjalan ketika sudah terpenuhi beberapa karakteristik, seperti pemilihan umum yang fair dan priodik, adanya akuntabilitas publik (pertanggungjawaban) negara di depan rakyat, dan adanya jaminan (Mustopo, 2023:13). Maka, dapat disimpulkan bahwa pemilu sebagai bentuk partisipasi masyarakat dengan cara melibatkan diri secara langsung dalam demokrasi dengan menggunakan hak politiknya dalam bentuk suara.

Untuk dapat memenangkan pemilu dibutuhkan strategi sebagai taktik yang dilakukan saat kampanye baik yang dilakukan oleh individu maupun partai. Untuk memenangkan pemilu dibutuhkan rancangan strategi politik yang menarik untuk meraup massa yang banyak dengan strategi yang tepat. Disisi lain peranan publik figur merupakan cara mudah yang digunakan dalam kampanye politik dimana popularitas digunakan untuk menarik dukungan. Strategi politik merupakan taktik untuk memenangkan pemilu dan digunakan tidak hanya ketika menghadapi masa pemilu tetapi juga pasca pemilu (Pansuri, 2022:4).

Dengan uraian di atas dapat terlihat bahwa keberhasilan strategi politik dapat memberikan kontribusi yang besar bagi kandidat. Dalam praktiknya, politik dan strategi harus berjalan beriringan untuk mencapai tujuan politik dan memenangkan pemilu. Setiap kandidat dan tim pemenang memiliki strategi yang berbeda untuk mendapatkan suara rakyat. Taktik yang dirumuskan dalam strategi dapat memberikan manfaat tersendiri dalam membangun dan menciptakan kekuatan melalui kontinuitas serta konsistensi. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Arah strategi harus disepakati bersama dengan tujuan dapat dikontrol lebih mudah dan cepat.

Selain itu strategi yang juga perlu dilakukan oleh caleg perempuan adalah dengan memasifkan wacana persamaan gender di tengah masyarakat, dengan memanfaatkan komunitasnya. Kerja sama politik dengan berbagai pihak menjadi efektif untuk mendapatkan isu strategis di masyarakat, artinya caleg perempuan pasti membutuhkan informasi tambahan atas permasalahan di masyarakat. Lembaga tersebut sangat berguna untuk mendapatkan informasi akurat, dengan demikian caleg perempuan akan dengan mudah mematakan isu secara tepat untuk digunakan saat berkampanye. Salah satu strategi politik yang dapat dilakukan adalah dengan metode kampanye inovatif, kreatif dan edukatif. Hal ini akan mampu meraih partisipasi generasi milenial yang lebih tertarik pada kampanye “zaman now”. Contohnya dengan menggunakan dan memanfaatkan media sosial dengan baik.

Caleg perempuan perlu memerhatikan bagaimana pemilih milenial melakukan eksplorasi diri dan konten pada platform digital media massa yang dianggap sebagai dunia nyata bagi mereka. Ketiga, caleg perempuan harus melakukan penataan politik yang tepat. Pemetaan politik dapat diketahui melalui survei ataupun riset lain yang terpercaya untuk mengetahui demografi pemilih dan peta dukungan pemilih di dapil yang bersangkutan. Dengan demikian, dapat dipastikan, hanya caleg perempuan dengan strategi terbaik yang akan mampu bersaing dan



mendapatkan kursi di parlemen yang diperebutkan tersebut. Perempuan-perempuan yang sukses di politik adalah perempuan yang penuh dedikasi. Mereka menjadikan politik sebagai jalan, pilihan hidup dan sarana pembuktian eksistensi diri, bahwa mereka mampu melewati hal-hal sulit dan berat yang terdapat di bidang politik. Mereka telah membuktikan, bahwa mereka memiliki kemampuan dalam berpolitik sebagaimana laki-laki.

Kabupaten yang menyelenggarakan pemilihan umum calon legislatif anggota DPRD adalah Kabupaten Musi Banyuasin sebanyak 45 Caleg terpilih menjadi Anggota DPRD Kabupaten Musi Banyuasin periode 2024-2029 di Pemilu 2024. Di Daerah Pemilihan II secara keseluruhan memiliki jumlah calon anggota legislatif sebanyak 69 dari 15 Partai Politik. Di Daerah Pemilihan II yang mencakup Kecamatan **Sungai Keruh, Jirak Jaya, Plakat Tinggi memperoleh 5 kursi**, memiliki jumlah pemilih sebanyak 53.625 orang, dengan jumlah pemilih laki-laki sebanyak 29.281 dan perempuan sebanyak 26.344. Me'en Saputri dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) berhasil menduduki suara tertinggi dengan jumlah pemilih sebanyak 5.166 suara setara dengan 6,69%.

Tabel 1. Jumlah Suara

No	Nama	Partai	Jumlah suara
1	Me'en Saputri	PKB	5.166
2	Irwanto	Golkar	4.331
3	Amri Andi	Golkar	2.399
4	Nangimul Huda	PKS	1.874
5	Adimas Windu	PKN	3.320

Sumber: goodkind.id

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aklima (2022), yang berjudul Menyoal Kualitas Caleg Perempuan Menjelang Pemilihan Umum Tahun 2024 di Aceh. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa maskulinitas politik masih menjadi tantangan perempuan di dalam pemilu. Dominasi laki-laki merupakan kajian yang terus diulas pada saat perempuan memutuskan untuk terjun di dalam politik. Hal ini sejalan dengan penelitian ini, mengingat dari seluruh kursi yang ada di DPRD Kabupaten Musi Banyuasin yang didominasi oleh keterwakilan laki-laki, namun terdapat geliat kekuatan perempuan di dalamnya yang menduduki suara terbanyak.

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian disini adalah Field research (penelitian lapangan) yakni memaparkan serta menggambarkan suatu fenomena serta keadaan yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi ada di lapangan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berarti penelitian dengan data di kumpulkan berupa gambar dan kata-kata, bukan berupa angka (Danim, 2022:423). Ada dua jenis sumber data penelitian biasanya digunakan dalam penelitian, yaitu data primer, yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, melalui wawancara langsung Me'en Saputri sebagai caleg terpilih, Tim Sukses dan masyarakat Dapil II Kabupaten Musi Banyuasin. Data sekunder adalah data pelengkap yang diperoleh dari dokumentasi, dan keterangan tertulis tentang Strategi politik caleg dalam pememangan pemilu.

Teknik pengumpulan data merupakan serangkaian cara-cara yang akan digunakan oleh peneliti untuk dapat mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Cara tersebut akan menunjukkan sesuatu yang bersifat abstrak atau tidak dapat berwujud secara kasat mata, melainkan dapat diperlihatkan penggunaannya (Arikunto, 2014:136). Teknik pengumpulan data





yang digunakan oleh peneliti adalah observasi merupakan tahapan awal berupa pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap gejala yang tampak di lapangan dan berkaitan dengan objek penelitian. Observasi yang digunakan bersifat partisipasi yang merupakan bahwa peneliti terlibat langsung dalam kegiatan observasi (Sugiyono, 2018:219). Dalam penelitian observasi dilakukan langsung di Dapil II Kabupaten Musi Banyuasin.

Wawancara merupakan tahapan dimana peneliti mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian, yang dilakukan oleh kedua pihak yaitu peneliti dan informan, informan akan memberikan jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti (Moleong, 2017:405). Dalam tahap ini pertanyaan yang dilakukan harus terstruktur sesuai dengan permasalahan agar dapat diolah menjadi hasil penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian. Metode wawancara pada penelitian yang akan dilakukan yang digunakan untuk menggali lebih dalam Strategi Politik Pemenangan Me'en Saputri, S.E. Pada Pemilu 2024-2029 Sebagai Anggota DPRD Kabupaten Musi Banyuasin kepada beberapa informan yaitu Me'en Saputri sebagai caleg terpilih, Tim Sukses dan masyarakat Dapil II Kabupaten Musi Banyuasin. Dokumentasi merupakan dokumentasi yang berarti barang tertulis (Arikunto, 2014:136). Dalam tahap ini peneliti akan mengamati benda tertulis seperti laporan kegiatan Strategi Politik Pemenangan Me'en Saputri, S.E. Pada Pemilu 2024-2029.

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh (Sugiyono, 2018:482). Milles dan Huberman mengatakan bahwa terdapat tiga alur dalam analisis data, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Saldana, 2014:14). Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam pemilihan umum, khususnya dalam pemilu legislatif, setiap kandidat berusaha untuk memberikan gagasan, tawaran, visi dan misi terbaiknya yang bertujuan untuk kemaslahatan rakyat. Untuk mendapatkan suara yang banyak dan memenangkan pemilihan umum, kandidat berlomba untuk menyusun strategi perancangan kampanye yang merupakan bagian dari pemasaran politik. Setiap kandidat yang berkontestasi tentu akan menggunakan strategi yang berbeda. Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan bagaimana cara pemasaran politik yang dilakukan oleh Me'en Saputri dalam mencapai kemenangannya pada pemilihan calon legislatif di Kabupaten Musi Banyuasin Daerah Pemilihan 2. Pada penelitian ini, dengan teori strategi pemasaran politik yang peneliti ambil terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk politik merupakan hal yang ditawarkan oleh caleg sebagai seorang kandidat yang akan diterapkan apabila berhasil memenangkan pemilihan. Pemenangsn akan berkaitan pemasaran politik yang membagi produk politik menjadi tiga kategori, platform partai, masa lalu kandidat, dan karakteristik pribadi kandidat. Produk utama dari caleg tentunya adalah platform atau paradigma partai yang mengandung konsep, identitas ideologis dan program kerja dari Me'en Saputri sebagai calon legislatif Kabupaten Musi Banyuasin pada pemilu 2024 dari partai PKB. Dalam hal ini perlu dilihat bagaimana platform partai pendukung, *track*



record calon dan karakteristiknya. Me'en Saputri memiliki program kerja yang akan memfokuskan pada infrastruktur, ekonomi, agama, budaya serta pendidikan.

Salah satu strategi politik Me'en Saputri sebagai calon anggota legislatif adalah dengan menawarkan beberapa program kerja yang termasuk ke dalam produk politik dalam strategi pemasaran yang dilakukan. Perumusan program kerja yang telah ditentukan berdasarkan pada situasi dan keadaan yang dibutuhkan di wilayah Kabupaten Musi Banyuasin. Strategi yang dilakukan oleh Me'en Saputri termasuk ke dalam Strategi Program (*Program Strategy*), strategi ini adalah tipe strategi yang lebih memberikan perhatian kepada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu. Adapun aspek-aspek yang dapat dilihat dari strategi program ini ialah Apakah strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan akan memberikan dampak positif baik terhadap masyarakat dan lingkungan.

Program kerja yang pertama adalah infrastruktur, pembangunan infrastruktur merupakan komponen utama dalam menunjang perekonomian masyarakat Kabupaten Musi Banyuasin. Di beberapa kecamatan termasuk daerah pemilihan Me'en Saputri seperti Kecamatan Jirak Jaya dan Sungai Keruh masih terdapat banyak infrastruktur yang harus diperhatikan. Meskipun telah dilakukan perbaikan, namun untuk wilayah terdalam masih membutuhkan pembangunan infrastruktur.

Program infrastruktur yang menjadi program utama yang ditawarkan oleh Me'en Saputri memiliki kaitan dengan keluhan-keluhan masyarakat setempat. Sebagai produk politik, program ini akan berkaitan dengan Meningkatkan anggaran APBD dalam bidang infrastruktur dan memaksimalkan penyerapannya, mendukung penambahan armada dan jam operasional [transportasi publik](#), Bekerjasama dengan organisasi lingkungan hidup dalam setiap rencana pembangunan infrastruktur, dan meningkatkan pembangunan infrastruktur yang mendukung perekonomian desa, seperti jalan, jembatan serta infrastruktur strategis lainnya.

Kedua, Permasalahan ekonomi akan selalu menjadi hal yang harus dapat ditangani oleh pejabat baik daerah hingga pusat, karena ekonomi akan berkaitan erat dengan kesejahteraan masyarakat. Sebagian besar calon anggota legislatif akan memasukkan perihal ekonomi baik dalam program kerja atau visi misi. Program kerja Me'en Saputri dalam bidang ekonomi akan memfokuskan pada meningkatkan pembangunan ekonomi dengan mendorong semakin tumbuh dan berkembangnya pembangunan di bidang pertanian dalam arti luas, industri, perdagangan, mempermudah [izin usaha](#) UMKM, mengembangkan program pemberian modal usaha bagi UMKM dan perusahaan rintisan.

Me'en Saputri akan turut memfokuskan pada program ekonomi masyarakat yang berkaitan dengan mata pencaharian masyarakat setempat. Program sebagai suatu jenis rencana yang jelas dan konkret karena di dalamnya sudah tercantum sasaran, kebijaksanaan, prosedur, anggaran, dan waktu pelaksanaan yang telah ditetapkan, program sebagai suatu kata, ekspresi, atau pernyataan yang disusun dan dirangkai menjadi satu kesatuan prosedur, yang berupa urutan langkah, untuk menyelesaikan masalah. Berdasarkan kedua definisi tersebut di atas maka suatu program tidak lain adalah kegiatan yang terorganisir, mencakup urusan langkah, dan bertujuan untuk memecahkan suatu masalah. Pada Produk politik Me'en Saputri dalam program yang ditawarkan kepada masyarakat untuk memecahkan masalah infrastruktur dan ekonomi.

2. Promosi (*Promotion*)

Promosi dalam strategi pemasaran politik meliputi upaya yang dilakukan institusi politik dalam menjual produk politik, platform partai, ideologi politik dan hal lainnya yang



diolah sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Promosi ini dapat berupa *advertising* ataupun kampanye. Bentuk promosi politik tersebut harus dilakukan bagaimana produk yang telah dibentuk tersebut layak jual, bermanfaat, dan laku keras di masyarakat pemilih. Dalam marketing politik harus menggunakan promosi sebagai alat untuk “menjual” produk politik. Promosi yang baik bukanlah keberuntungan, promosi yang baik harus menempatkan dengan tepat di mana penjualan akan berlangsung, bagaimana jalannya promosi dan untuk siapa promosi itu dilakukan. Dalam hal ini, bagaimana kampanye calon legislatif menentukan dalam promosi calon harus berpikir, jargon apa yang baik, media mana yang berhak untuk bekerja sama dengannya, dan siapakah artis yang diundang, artis seperti apakah yang dapat mempengaruhi suara.

Promosi dalam pemasaran politik berupa pemilihan media yang telah disepakati oleh kandidat calon anggota legislatif beserta tim yang digunakan untuk menyalurkan atau menyampaikan produk politik pada masa kampanye. Pesatnya perubahan politik yang terjadi di Indonesia memaksa kandidat untuk kreatif dalam memilih media yang digunakan, atau penyusunan strategi promosi tidak dapat disepelekan perlu adanya rancangan yang tepat, efektif, dan efisien untuk mempengaruhi jumlah jangkauan masyarakat dan perolehan suara. Selain kandidat, tim sukses juga dituntut mampu mengintegrasikan berbagai aktivis yang melibatkan komunikasi pemasaran untuk membangun kepercayaan masyarakat. Me'en Saputri bersama tim suksesnya melakukan pemasaran politik dengan memanfaatkan beberapa media promosi seperti menggunakan media sosial, melakukan sosialisasi langsung ataupun tidak langsung ke masyarakat, penyebaran baliho atau poster lainnya dan dengan relasi seperti dari organisasi. Adapun penjelasan singkat dari hasil survey peneliti tentang bagaimana cara Me'en Saputri mempromosikan produk politik miliknya adalah:

a. Sosialisasi

Kampanye tidak akan dapat dilakukan tanpa ada interaksi dengan masyarakat ketika kandidat memiliki komitmen dalam melakukan kampanye jangka panjang, interaksinyapun harus dilakukan secara permanen (Firmanzah, 2012). Hal ini juga dikarenakan berubahnya kondisi sosial masyarakat membuat informasi yang dibutuhkan kandidat politik ikut berubah, tentu tidak ada pilihan lain selain melakukan interaksi, seperti yang diketahui dalam interaksi terdapat proses pertukaran informasi, hal ini bukan hanya sebagai informasi bagi partai tetapi juga melihat sejauh mana partai dan kandidat bisa diterima di masyarakat.

Pada saat sosialisasi dengan mempromosikan visi misi serta kesiapannya untuk menyerap aspirasi masyarakat, maka masyarakat memberikan harapan besar kepada beliau. Kegiatan kampanye secara langsung adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan secara langsung dan tatap muka dengan pemilih untuk memperkenalkan calon, menyampaikan visi, misi, dan program kerja mereka, dan membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Kegiatan offline sangat penting karena memberikan kesempatan kepada calon untuk berinteraksi secara langsung dengan pemilih, mendengarkan aspirasi mereka, dan menjawab pertanyaan atau kekhawatiran mereka. Kampanye offline lebih efektif daripada kampanye media digital karena melibatkan berbagai kegiatan tradisional.

b. Alat Peraga Kampanye

Alat peraga kampanye merupakan sebagai alat yang digunakan oleh partai ataupun kandidat yang dapat dilihat oleh mata dan diserap panca indera lainnya yang biasanya



berisi nama kandidat, program, nomor urut, dan visi misi untuk menarik perhatian masyarakat. alat peraga ini berfungsi untuk menjadi alat komunikasi kampanye sebagai media promosi untuk menyampaikan pesan atau produk kepada pembaca atau masyarakat luas. Undang-undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan umum telah mengatur khusus mengenai kampanye yaitu Pada Pasal 275 Ayat 2 bahwa KPU Memfasilitasi beberapa jenis metode kampanye, yaitu pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK) di tempat umum, iklan kampanye pada media cetak, media massa elektronik, internet dan debat pasangan calon yang di danai oleh APBN. Tujuan utama dari fasilitasi tersebut sesuai dengan Peraturan KPU No. 23 Tahun 2018 Mengenai Kampanye Pemilihan Umum pasal 4 ayat 5 adalah peserta pemilu mempunyai hak, kesempatan, dan perlakuan yang adil dan setara dalam Kampanye. Fasilitasi alat peraga kampanye yang dilakukan oleh KPU memang bukanlah kebijakan yang baru, kebijakan tersebut sudah dimulai diterapkan KPU pada Pilkada tahun 2015. Pada kesempatan kali ini Me'en memanfaatkan alat peraga berupa Spanduk dan baliho.

Melalui alat peraga kampanye diharapkan memberikan informasi pasangan calon kepada pemilih untuk memberikan suaranya dalam menentukan walikota kedepannya. Dengan informasi yang harus diterangkan pada alat peraga kampanye sebagaimana dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) pasal 13 ayat 1 materi kampanye pasangan calon memuat visi, misi dan program yang disusun berdasarkan rencana pembangunan jangka panjang daerah provinsi, kabupaten/kota. Melihat apa yang sudah dibutuhkan oleh pemilih mampu menjadi dasar pengetahuan dan pendidikan politik secara langsung. Me'en sapatu juga memanfaatkan alat peraga kampanye sebagai media promosi yang dilakukan seperti baliho umbul-umbul, dan spanduk untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat.

3. Harga (*Price*)

Price atau harga di dalam marketing politik mencakup beberapa hal, mulai dari ekonomis, harga ekonomi adalah banyaknya dana kampanye yang dikeluarkan selama periode kampanye, harga psikologis mengacu pada persepsi psikologis yang dialami pemilih, seolah-olah pemilih merasa nyaman dengan pasangan calon tersebut. Serta harga citra nasional yaitu apakah pemilih merasa pasangan calon dapat memberikan citra positif dan menjadi kebanggaan atau tidak. Harga disini juga bukan hanya tentang mencakup apa yang diberikan oleh seorang caleg saja, akan tetapi juga apa yang bisa caleg dapat atau bisa dibalang timbal balik apa yang bisa di dapatkan oleh caleg dari apa yang telah dia lakukan.

Harga dalam strategi pemasaran politik Me'en Saputri berkenaan dengan persepsi psikologis yang berkenaan dengan latar belakang kandidat yang terbilang muda dari calon yang lain. Dengan persepsi tersebut mempengaruhi elektabilitas Me'en di mata masyarakat. Elektabilitas politik sering dikaitkan dengan kandidat dan semakin diperbincangkan menjelang masa-masa pemilihan calon legislatif dan pemilihan umum. Semakin tinggi nilai elektabilitas maka potensi caleg untuk dipilih akan semakin tinggi. Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa, orang, maupun badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan pada masa menjelang pemilihan umum, dan melihat dengan hasil perolehan suara. Elektabilitas penting karena akan memberikan cerminan sejauh mana kandidat memiliki dukungan dari pemilih. Keberhasilan pemasaran politik Me'en Saputri berdampak besar pada perolehan suara hasil pemilihan umum. Perolehan suara yang diraih totalnya sebanyak 5.166 suara yang tersebar di



Kecamatan Musi Banyuasin dan beliau menduduki posisi pertama.

Keberhasilan Me'en Saputri dalam meraih suara sebanyak itu tidak luput dari bagaimana strategi pemasaran politik, bahkan Me'en Saputri sendiri merupakan caleg terpilih dengan suara terbanyak dari 5 caleg terpilih lainnya di Musi Banyuasin dengan daerah pemilihannya. Melihat banyaknya suara yang diraih oleh Me'en Saputri berarti bisa kita nilai bahwa keberhasilan beliau dan tim suksesnya dalam memasarkan diri Me'en Saputri atau mempromosikan dirinya itu sangat sukses. Timbal balik yang diterima oleh Me'en Saputri berhasil membawa dirinya lolos untuk menjadi legislatif di Kabupaten Musi Banyuasin Periode 2024-2029. Melalui pemasaran politiknya lah elektabilitas Me'en Saputri melejit tinggi bahkan meskipun sebagai caleg pendatang baru, Namun dia mampu bersaing dengan senior-senior di atasnya.

Baik itu kepercayaan masyarakat yang memberikan suaranya kepada Me'en Saputri yang menerima suara dari masyarakat harga yang didapat setimpal dengan semua pemasaran yang dilakukan. Pada harga dipasarkan politik ini tidak lepas dari berapa biaya materi yang dikeluarkan oleh calon-calon pelaku politik, namun biaya materi yang dikeluarkan tidak selalu dengan materi akan tetapi juga dengan apa yang didapat oleh konsumen atau kalau dalam istilah pemasaran politik konsumen itu pemilih (suara masyarakat) dan apa yang bisa didapat oleh para calon-calon politik sendiri.

4. Penempatan (*Place*)

Place atau tempat terkait erat dengan bagaimana pasangan calon dapat memaksimalkan semua pemilih secara efektif yang juga akan berkaitan dengan distribusi atau cara hadir kandidat serta kemampuan kandidat untuk dapat berkomunikasi dengan masyarakat yang berada di Daerah Pemilihannya. Hal dilakukan harus terstruktur dengan melalui pemetaan sehingga seluruh masyarakat yang berada di daerah pemilihan dapat dijangkau oleh kandidat selama berkampanye untuk menjual dan memperkenalkan produk politiknya berupa program kerja dan visi misi. Target kampanye ini juga sangat penting dilakukan karena jika kita salah menargetkan pasar kampanye maka akan berpengaruh pada elektabilitas calon tersebut. Sebagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Me'en Saputri untuk menjangkau seluruh masyarakat di daerah pemilihannya, beliau melibatkan tim kampanye atau tim sukses.

Me'en Saputri melibatkan tim kampanye atau tim sukses untuk menjangkau wilayah di dapil 2. Tim Kampanye Mengingat tim kampanye adalah orang kepercayaan kandidat, untuk itu perlu kehati-hatian dalam melakukan rekrutmen untuk bisa masuk menjadi tim kampanye, untuk merealisasikan program kerja serta dapat mensosialisasikan Visi dan Misi calon, agar dapat dipahami secara jelas oleh masyarakat yang memiliki hak suara. Penentuan sebuah tim tidak bisa asal merekrut orang untuk masuk dalam tim, mengingat tim yang akan lebih intens bekerja, selaras dengan temuan peneliti di lapangan, dan pengamatan peneliti setidaknya ada beberapa langkah yang bisa dilakukan harus melakukan observasi awal di masyarakat melihat kebutuhan, dan dalam penentuan tim itupun dimulai melalui hubungan kedekatan, dalam hal ini keluarga, baik keluarga dekat maupun jauh, orang yang satu organisasi dan teman sepermainan, terlebih lagi dengan hubungan sesama partai. Berangkat dari itu semualah sehingga tim kita bisa berkembang.

Dampak Strategi Pemenangan Me'en Saputri

Keberhasilan strategi pemasaran politik yang dilakukan baik oleh kandidat maupun partai politik akan terlihat dengan tingkat elektabilitasnya untuk dapat memenangkan pemilihan umum untuk memilih wakil rakyat yang sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat membutuhkan



teknik pemasaran oleh caleg tersebut. Elektabilitas seorang kandidat akan mengacu pada tingkat popularitas beserta dukungan yang diterima, hal ini akan menggambarkan adanya kemungkinan atau potensi besar yang dimiliki oleh kandidat untuk memenangkan pemilihan berdasarkan pada konsep dan strategi pemasarannya.

Elektabilitas politik sering dikaitkan dengan kandidat dan semakin diperbincangkan menjelang masa-masa pemilihan calon legislatif dan pemilihan umum. Semakin tinggi nilai elektabilitas maka potensi caleg untuk dipilih akan semakin tinggi. Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa, orang, maupun badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan pada masa menjelang pemilihan umum, dan melihat dengan hasil perolehan suara. Elektabilitas penting karena akan memberikan cerminan sejauh mana kandidat memiliki dukungan dari pemilih. Keberhasilan pemasaran politik Me'en Saputri berdampak besar pada perolehan suara hasil pemilihan umum. Perolehan suara yang diraih totalnya sebanyak 5.166 suara yang tersebar di Kecamatan Sungai Keruh, Jirak Jaya, dan Pelakat Tinggi berdasarkan *realcount* dari data C1 yang dikumpulkan tim independen.

Pemasaran politik yang berhasil dilakukan akan memberikan pengaruh pada perolehan suara kandidat atau partai politik, yang akan berkaitan dengan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan hak suaranya yang didasari dengan kejelasan program kerja, visi, misi yang disampaikan pada saat kampanye dan cara promosi yang dilakukan oleh tim sukses. Keberhasilan pemasaran politik mempengaruhi kepercayaan dan keyakinan masyarakat untuk dapat menggunakan hak suaranya pada pemilihan umum. Hal ini dapat menjadi bukti tingginya tingkat elektabilitas Me'en Saputri sehingga memenangkan pemilu dan mengalahkan jumlah suara pesaing. Elektabilitas calon legislatif dapat diukur melalui beberapa faktor yang mencerminkan popularitas dan dukungan yang diterima oleh calon tersebut. Elektabilitas yang tinggi dapat meningkatkan partisipasi pemilih dalam proses demokratis. Pemilih cenderung merasa lebih termotivasi untuk berpartisipasi jika mereka percaya bahwa suara mereka dapat membuat perbedaan dalam hasil pemilihan (Hasibuan, 2024:14).

Dengan demikian, elektabilitas bukan hanya mencerminkan popularitas individu atau partai politik, tetapi juga memiliki implikasi yang mendalam terhadap stabilitas politik, kredibilitas, dan efektivitas pemerintahan. Pemasaran politik yang dilakukan oleh Me'en Saputri memberikan pengaruh pada elektabilitas terutama terlihat dengan kemenangannya pada pemilihan umum sebagai calon anggota legislatif di Dapil 2 Kabupaten Musi Banyuasin. Dari sinilah bisa diambil kesimpulan bahwa dampak dari pemasaran politik Me'en Saputri terhadap tingkat elektabilitasnya dalam pemilihan calon legislatif di Kabupaten Musi Banyuasin sangat berhasil itu menandakan bahwa konsistensi pesan yang disampaikan dalam kampanye memiliki efek positif. Pemilih menanggapi program kerja yang dianggap masuk akal dan memenuhi kebutuhan mereka. Terbukti bahwa promosi politik Me'en Saputri berhasil menyebarkan pesan politik secara luas dan efektif, baik secara *offline* melalui kampanye tatap muka, rapat umum, dan blusukan, maupun secara online melalui media sosial.

Dari wawancara kepada masyarakat Musi Banyuasin banyak yang merespon positif tentang branding diri Me'en Saputri, sehingga kepercayaan tersebutlah yang membuat Tingkat Elektabilitas Me'en Saputri sangat tinggi sekali. Keberhasilan pemasaran politik Me'en, yang ditandai dengan perolehan suara tertinggi dari 5 calon legislatif terpilih dengan 5.166 suara sah, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan telah efektif. Faktor-faktor seperti segmentasi pemilih yang tepat, konsistensi pesan kampanye, efektivitas promosi politik, serta



keterlibatan masyarakat lokal berperan besar dalam keberhasilan tersebut. Kampanye Me'en Saputri mampu membangun kepercayaan dan keterlibatan pemilih, yang akhirnya berujung pada perolehan suara yang signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitiann dari strategi Pemasaran Politik Me'en Saputri Calon Legislatif PKB Daerah Pemilihan 2 Kabupaten Musi Banyuasin Dalam Mencapai Kemenangannya, dapat disimpulkan bahwa: Pemasaran politik Me'en Saputri telah memenuhi 4 indikator dari teori pemasaran politik Firmanzah (2012) yaitu: produk (*product*) berupa program kerja, visi misi berupa pembangunan infrastruktur merupakan komponen utama dalam menunjang perekonomian, dan memfokuskan pada meningkatkan pembangunan ekonomi dengan mendorong semakin tumbuh dan berkembangnya pembangunan di bidang pertanian dalam arti luas, industri, perdagangan, mempermudah [izin usaha](#) UMKM, mengembangkan program pemberian modal usaha bagi UMKM dan perusahaan rintisan.

Promosi (*promotion*) dilakukan dnegan memanfaatkan sosialisasi secara langsung, serta penggunaan baliho dan spanduk sebagai alat peraga kampanye., harga (*price*) berkenaan dengan persepsi psikologis yang berkenaan dengan latar belakang kandidat yang terbilang muda dari calon yang dan berkaiatn dengan elektabilitas Me'en Saputri yang berhasil memenangkan pemilihan dengan jumlah suara sebanyak 5.166 suara, dan penempatan (*place*) lokasi pemasaran dilakukan di wilayah dapil 2 yang terdiri dari kecamatan Jirak Jaya, Sungai Keruh, dan Pelakat, dengan melibatkan tim kampanye atau tim sukses untuk menyerap aspirasi rakyat daerah pemilihan dengan pembentukan tim sukses. Dampak pemasaran yang dilakukan telah memberikan pengaruh pada elektabilitas Me'en Saputri terutama pada kemenangannya pada pemilu 2024 sebagai caleg pendatang baru yang berhasil mengalahkan kandidat lain yang sebelumnya telah memiliki pengalaman di dunia politik.

REKOMENDASI

Dengan kesimpulan tersebut, maka dapat beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Hendaknya para kandidat dalam melakukan strategi pemasaran politik dapat mengembangkan produk politik yang berbeda, dan promosi yang dilakukan lebih merata, atau melibatkan tokoh lain yang memiliki pengaruh pada duni apolitik hal ini akan mempermudah proses dalam prose kampanye. Karena itu mempengaruhi Perilaku pemilih yang nantinya akan berakibat pada pilihan politik. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mencari hal yang lebih menarik mengenai pemasaran politik baik yang dilakukan oleh kandidat ataupun partai politik., baik mengenai produk politik, hingga media promosi yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2014. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basari, Maria Dafrosa. 2019. "Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Manggarai Timur 2019." Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "Apmd" Yogyakarta.
- Danim. 2022. *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, Dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa Dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, Dan Humaniora*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, Joni. 2022. "Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2019." *Jurnal Pemerintahan Dan*



Kebijakan 4(1).

Firmanzah. 2012. *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Hasibuan, Najwa El-Khoir. 2024. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Bakal Calon Presiden Dan Wakil Presiden." *Jurnal Terapung Ilmu* 6(1).

Milles, Matthew. 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

Mustopo, Muhammad. 2023. "Strategi Kemenangan Terhadap Pemilihan Calon Legislatif Melalui Partai Golongan Karya Kota Medan Tahun 2024." Universitas Medan Area.

Sugiono. 2013. *Strategi Political Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Sugiyono. 2018. *Metde Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.