

**STRATEGI KOALISI PARTAI POLITIK PENDUKUNG DALAM
MEMENANGKAN INDAH-DAHLAN DI PILKADA
KABUPATEN BIMA TAHUN 2020**



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
STRATEGI KOALISI PARTAI POLITIK PENDUKUNG
DALAM MEMENANGKAN INDAH-DAHLAN DI PILKADA
KABUPETEN BIMA TAHUN 2020

Oleh :

Miftahur Rizki

Untuk Memenuhi Ujian Skripsi

Pada Tanggal 03 Agustus 2022

Meyetujui

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dedy Iswanto, ST, M.M.
NIDN : 0818087901

Inka Nusamuda Pratama S.IP,M.IP
NIDN : 0824109204

Mengetahui.,

Ketua Program Ilmu Pemerintahan


Ayatullah Hadi S.IP, M.IP
NIDN : 0816057902

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI KOALISI PARTAI POLITIK PENDUKUNG DALAM
MEMENANGKAN INDAH-DAHLAN DI PILKADA
KABUPATEN BIMA TAHUN 2020

OLEH:

Miftahur Rizky
NIM: 218130061

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal : 05 Agustus 2022
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

1. Dedy Iswanto, ST.MM
NIDN. 0818087901

(PU)



2. Inka Nusamuda Pratama, S.Ip, M.Ip.
NIDN. 0824109204

(PP)



3. Iskandar S. Sos., M.A
NIDN. 0802048904

(PN)



Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Dekan



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Saya Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, menyatakan sebagai berikut :

Nama : Miftahur Rizky

Nim : 218130061.

1. Skripsi Yang Berjudul **Strategi Koalisi Partai Politik Pendukung Dalam Memenangkan Indah-Dahlan Di Pilkada Kabupaten Bima Tahun 2020.**, Adalah judul kripsi penulis yang belum pernah diangkat oleh mahasiswa-mahasiswi sebelumnya baik ditingkat Universitas Muhammadiyah Mataram dan perguruan tinggi lainnya.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam menulis skripsi tersebut telah penulis cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Fisipol, Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak aslian dalam poin-poin skripsi tersebut, penulis beredia menerima sangsi akademik berupa pencabutan gelar kepada karya ini, serta sangsi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Mataram, 14 September 2022

Yang Bertanda Tangan.



Miftahur Rizky

218130061



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftahur Rizky
NIM : 218130061
Tempat/Tgl Lahir : Bima, 24-03-1997
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : FISIPOL
No. Hp : 082-341 619 054
Email : BimaMiftah570@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Strategi koalisi partai politik pendukung dalam memenangkan
Indah-Dahlan D.I. Pilkada Kabupaten Bima tahun 2020

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. Agg

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 08/09/2022
Penulis



Miftahur Rizky
NIM. 218130061

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftahur Rizky
NIM : 218130061
Tempat/Tgl Lahir : Bima, 24-03-1997
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 082 341 619 054
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Strategi koalisi partai politik pendukung dalam memenangkan
Indah-Dahlan Di Pilkada kabupaten Bima tahun 2020

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 08 / 092022
Penulis



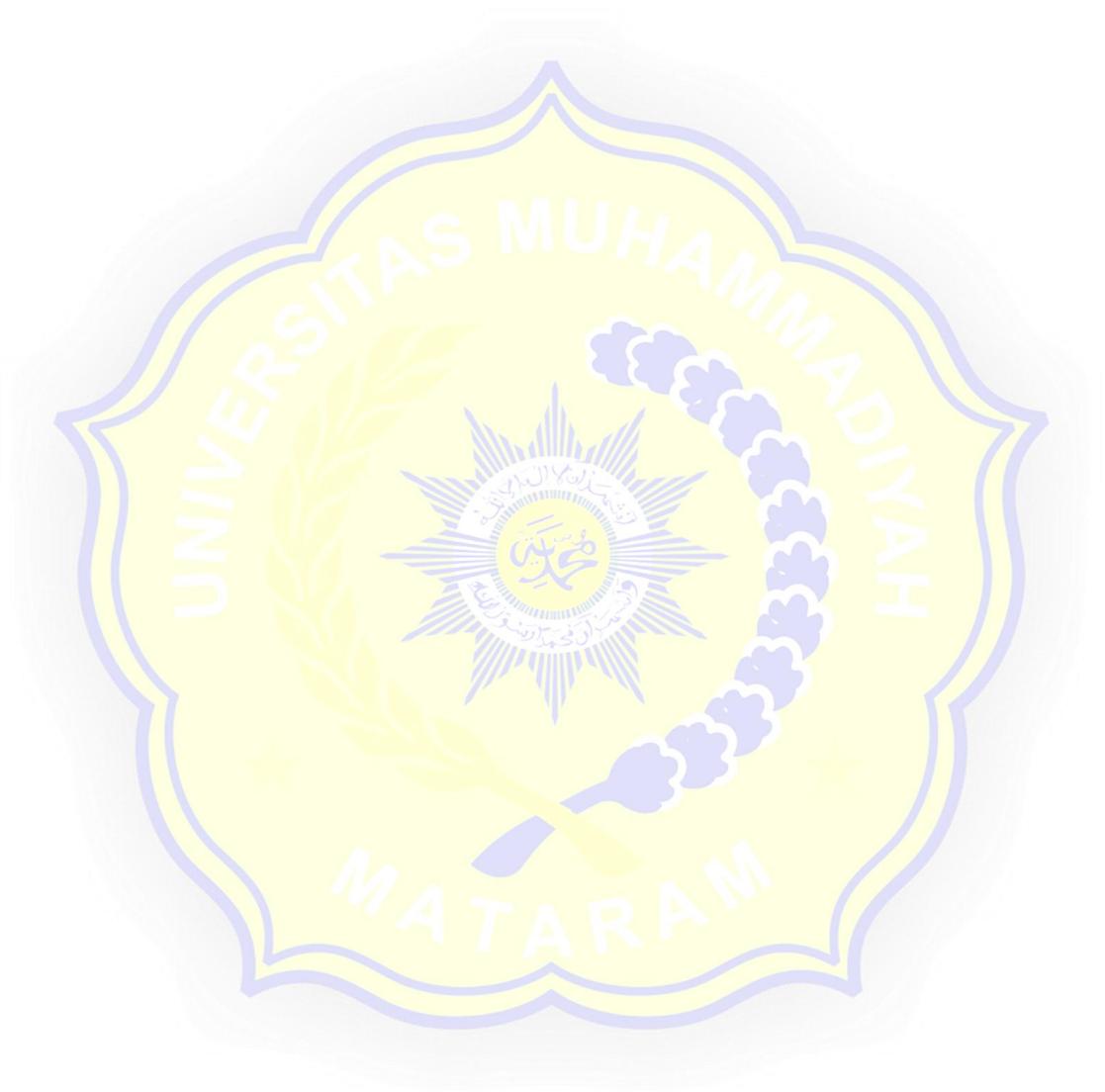
Miftahur Rizky
NIM. 218130061

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

Diri Ini Yang Menentukan Jalan Kedepannya, dengan Menjaga Kebaranian Dan Harapan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.....

Dengan mengucapkan alhamdulillah, puji sukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Hidahnya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) dengan judul “Strategi Koalisi Partai Politik Pendukung Dalam Memenangkan Indah–Dahlan Di Pilkada Kabupaten Bima Tahun 2020”

Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi akhirul zaman yang telah membawa manusia dari zaman zahiliyah, menuju zaman yang beradap hinggaga saat ini, dengan ini penulis bermaksud untuk memenuhi tugas akhir guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan pada kampus Universita Muhammadiyah Mataram.

Selama empat tahun kuliah di Universitas Muhammadiyah Mataram banyak pengalaman dan pengetahuan penulis serta pembelajaran yang bermanfaat bagi penulis hingga sampai pada tugas akhir skripsi ini, selama perjalanan kuliah empat tahun demikian penulis merasa banyak kekurangan dan juga skripsi yang penulis tulis ini tidak terlepas dari kekurangan serta jauh dari kata sempurna, tetapi penulis menyadari banyak dukungan berbagai pihak baik moril maupun materil.

Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses perjalanan akademik serta membantu menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Aryad Abdul Gani. Mpd selaku rektor Universitas Mataram
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali. M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Ayatullah Hadi, S.ip. M.IP. Selaku Ketua Prodi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Mataram
Bapak Lalu Sopan S.Ip M.Ip selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.

4. Bapak Dedy Iswanto ST. M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan dan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi ini
5. Bapak Ingka Nusamuda Pratama S.Ip. M.Ip selaku dosen pembimbing II yang juga telah banyak memberikan bimbingan kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.
6. Kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Moncahayati Dan Ibu Fatimah. yang telah banyak berjasa dalam kehidupan penulis sampai hari ini serta doa dan dorongan dukungan sehingga penulis mampu melaksanakan kewajiban dalam akademis sampai menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini dengan baik.
7. Para dosen-dosen yang tentunya tidak dapat penulis sebut satu persatu yang banyak memberikan ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam proses perkuliahan selama empat tahun juga membantu memberikan dukungan untuk menyelesaikan proposal dengan baik.
8. Serta senior-senior, saudara saudari, teman-teman, saya yang juga memberikan saran dan dorongan dukungan semangat sehingga penulis dalam penulisan proposal ini dapat menyelesaikan dengan baik.

ABSTRAK

STRATEGI KOALISI PARTAI POLITIK PENDUKUNG DALAM MEMENANGKAN INDAH-DAHLAN DI PILKADA KABUPATEN BIMA TAHUN 2020

(Studi Kasus Pada Koalisi Partai Pendukung Pasangan Indah-Dahlan)

Oleh
Miftahur Rizky
218130061

Penelitian ini yang berjudul “Strategi Koalisi Partai Politik Pendukung Dalam Memenangkan Indah-Dahlan di Pilkada Kabupaten Bima Tahun 2020” (Studi Kasus Pada Koalisi Partai Pendukung Pasangan Indah-Dahlan) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana proses strategi partai koalisi pendukung pasangan indah-dahlan, dengan menggunakan strategi marketing politik juga dengan menggunakan empat penarapan yaitu produk, harga, tempat, dan promosi, serta strategi kampanye politik yaitu *pass*, *push*, dan *pull political marketing* yang di terapkan pada pilkada Kabupaten Bima tahun 2020, metode yang digunak oleh peneliti adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknis reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan, penelitian ini menggunkana teori marketing politik dan kampanye. Pada pilkada kabupaten tahun 2020, koalisi partai politik pendukung pasangan Indah-Dahlan memarketingkan produk, harga, dan pemilihan tempat dalam mempromosikan pasangan indah-dahlan pada pelaksanaan kampanye di masyarakat kabupaten bima sehingga mampu memenangkan pilkada kabupaten bima tahun 2020. Kesimpulan adalah koalisi partai politik dalam strategi marketing politik dan kampanye dapat menciptakan produk/pasangan indah-dahlan disukai oleh masyarakat sehingga mampu memenangkan pilkasa kabupaten bima tahun 2020.

**Kata kunci : Strategi Partai Koalisi Pendukung Dalam Memenangkan
Pasangan Indah-Dahlan Di Pilkada Kabupaten Bima Tahun
2020**

ABSTRACT

STRATEGY OF THE COALITION OF SUPPORTING POLITICAL PARTIES IN WINNING INDAH-DAHLAN IN THE 2020 BIMA REGENCY ELECTION (Case Study on the Coalition of the Supporting Party for the Indah-Dahlan Couple)

By
Miftahur Rizky
218130061

This research, entitled "Strategy of Supporting Political Party Coalition in Winning Indah-Dahlan in the 2020 Bima Regency Election" (Case Study on the Coalition of the Indah-Dahlan Couple Supporting Party), This study aims to discover more about the political marketing strategy used by the coalition party that supports the Indah-Dahlan marriage, as well as four applications, including product, price, place, and promotion, and political campaign tactics, including pass, push and pull political marketing. It was used for the 2020 election for the Bima Regency. The researcher's method was a technical data reduction, qualitative descriptive analysis, data presentation, and conclusions. Political marketing strategies and theories are used in this study. To promote the Indah-Dahlan pair in the Bima district community during the implementation of the campaign, the coalition of political parties supporting them in the 2020 district elections advertised their goods, prices, and site selection. It allowed them to succeed in winning the Bima district election in 2020. The conclusion is that a combination of political parties can develop Indah-Dahlan items or pairs that are popular with the general public to win the Bima district election in 2020.

Keywords: Supporting Coalition Party Strategy in Winning the Indah-Dahlan Pair in the 2020 Bima Regency Election



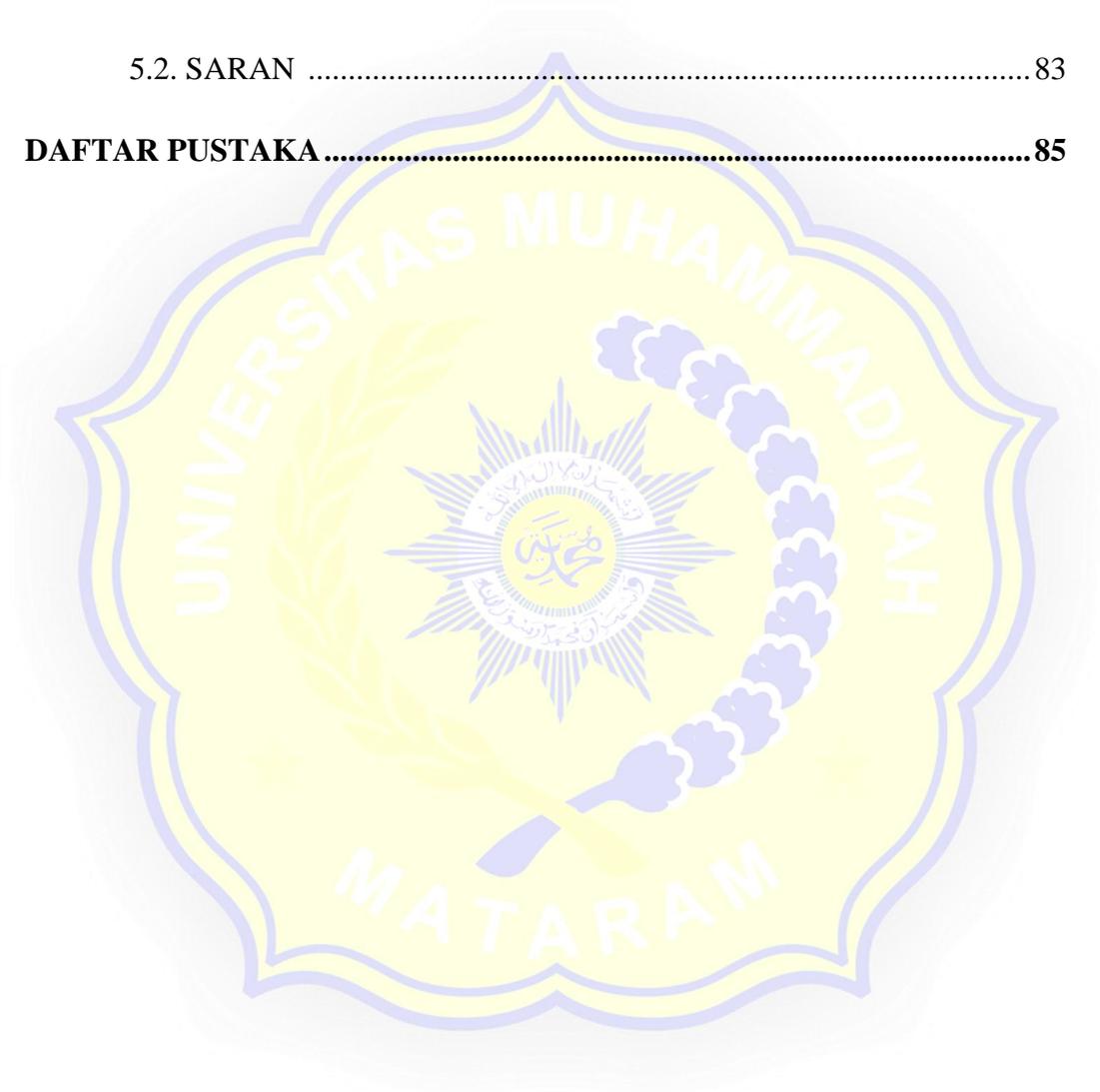
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUUAN PROPOSAL.....	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan maslaah	5
1.3. Tujuan penelitian.....	5
1.4. Manfaat penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat teoritis	6
1.4.2. Manfaat akademis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian dahulu	7
2.2. Kajian teori.....	10
2.1. Partai politik	10
2.1.1. Pengertian partai politik	10

2.1.2. Fungsi partai politik	13
2.2. Strategi politik.....	14
2.3. Marketing politik.....	16
2.3.1. Konsep marketing politik.....	18
2.4. Kampanye politik.....	23
2.4.1. Strategi kampanye Politik	25
2.5. Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA)	28
2.5.1. Pengertian PILKADA	28
2.5.2. Asas-asas Pilkada	31
2.5.3 fungsi dan tujuan pilkada	32
2.3. Kerangka Berfikir.....	32
2.3.1. Definisi Konseptual.....	34
2.3.2. Definisi Operasional	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Lokasi dan waktu penelitian	37
3.3. Teknik Penetapan	38
3.4. Sumber Data.....	38
3.4.1. Data Primer	38
3.4.1. Data Skunder.....	39
3.5. Tekhbik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1. Tekhnik Observasi	39
3.5.2. Tekhnik Wawancara	40

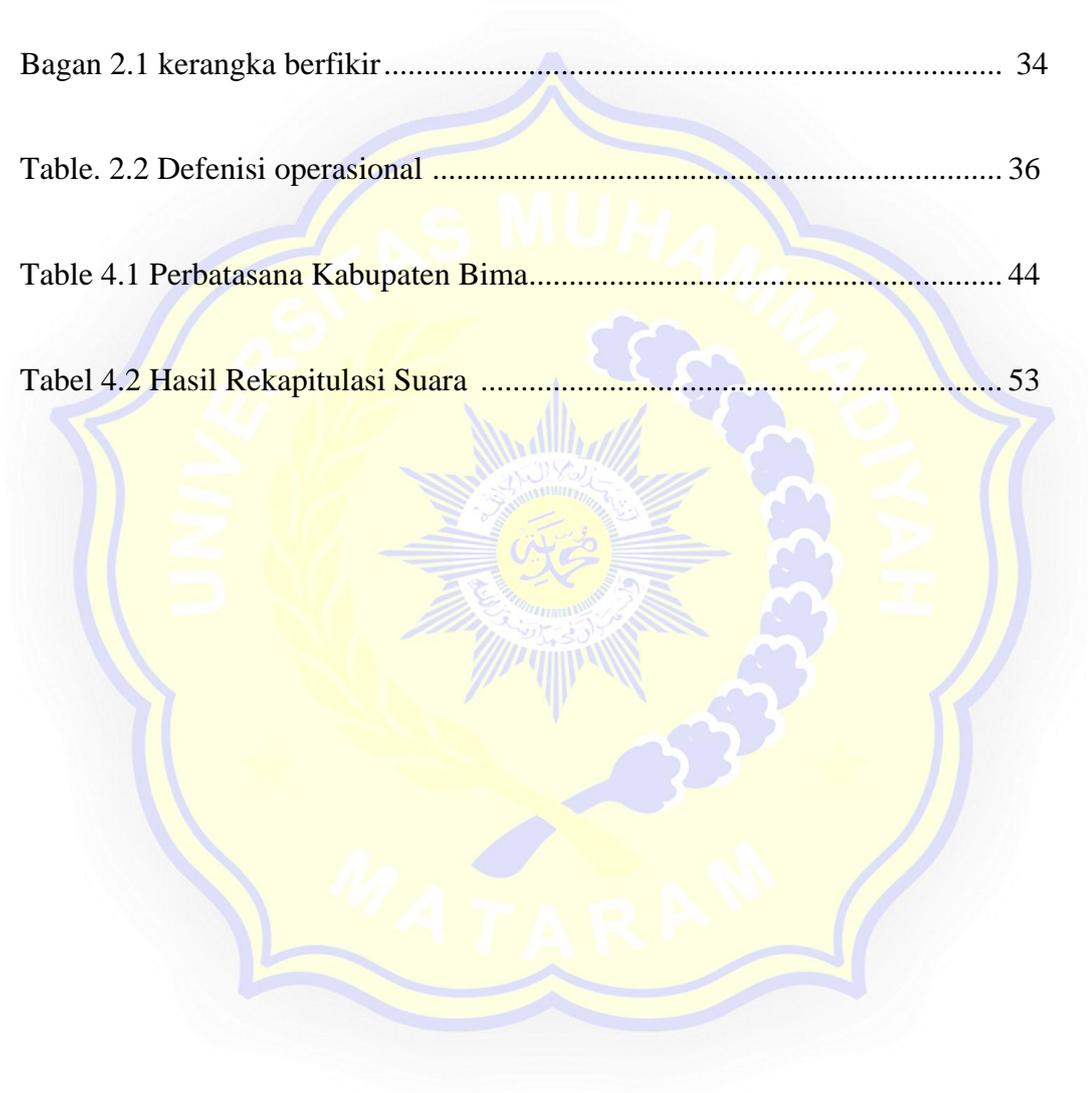
3.6. Teknik Dokumentas	40
3.7. Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1. Reduksi Data	41
3.7.2. Penyajian Data	42
3.7.3. Penarikan Kesimpulan	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. gambaran umum Lokasi Penelitian Kabupaten Bima.....	44
4.1.1. Peta Administrasi Kabupaten Bima	44
4.1.2. Letak Geografis dan batas wilayah Kabupaten Bima	45
4.1.3. Topografi Kabupaten Bima	45
4.1.4. Luas Wilayah Kabupaten Bima	46
4.2. Partai Koalisi Indah-Dahlan	46
4.2.1. Partai Golongan Karya (GOLKAR).....	46
4.2.2. Parati Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA).....	47
4.2.3 Partai Demokrasi (PD)	48
4.2.4. Partai Persatuan Pembangunan (PPP).....	49
4.2.5 Partai Keadilan Bangsa (PKB).....	49
4.2.6. Partai Bulan Bintang (PBB).....	51
4.4. Gambaran Umum Pilkada Kabupaten Bima Tahun 2020.....	52
4.5. Hasil dan Pembahasan.....	54
4.5.1. Strategi Koalisi Partai Politik Pendukung Dalam Memenangkan Indah Dahlan Di Pikada Kabupaten Bima Tahun 2020	54
4.5.2. Konsep Marketing Politik.....	56
5.2.1. produk (<i>produc</i>)	57
5.2.2. harga	63
5.2.3. tempat (<i>plece</i>)	65
4.5.3 Strategi Kampanye Tim Koalisi Pendukung Pasangan Indah Dahlan.....	67
5.3.1. <i>Push Politikal Marketing</i> Tim Koalisi Partai Pasangan Indah-Dahlan	67

5.3.2. Push political marketing partai koalisi indah dahlan	72
5.3.3. Pull Political Marketingpartai Koalisi Pasangan Indah- Dahlan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. KESIMPULAN.....	82
5.2. SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Bagan 2.1 kerangka berfikir	34
Table. 2.2 Defenisi operasional	36
Table 4.1 Perbatasana Kabupaten Bima.....	44
Tabel 4.2 Hasil Rekapitulasi Suara	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Kabupaten Bima	43
Gambar 4.2 Antusias tim relawan dan warga Kabupaten Bima dalam menyambut kedatangan pasangan Indah-Dahlan.....	69
Gambar 4.3. Gambar Indah-Dahlan di sambut oleh masyarakat Kabupaten Bima.....	72
Gambar 4.4. pasangan indah dahlan silaturahmi dengan tokoh agama di kecematan ambalawi	75
Gambar 4.5. Pasangan Indah-Dahlan pada spandul/baliho dengan pendukungnya	78
Gambar 4.6. Foto di media online milik koalisi partai pendukung pasangan Indah-Dahlan.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi yakni sistem pemerintahannya diselenggarakan dari rakyat oleh rakyat, dan untuk rakyat. Demokrasi yang diselenggarakannya melalui pemilihan umum (Pemilu) untuk memilih wakil rakyat yakni eksekutif dan legislatif baik ditingkat pusat ataupun tingkat daerah. Axel hadenis, mengatakan bahwa suatu pemilu termasuk pemilihan kepala daerah langsung, merujuk pada tiga kriteria yaitu: Keterbukaan, ketepatan dan keefektifan pemilu. Ketiga kriteria tersebut harus dipenuhi bukan hanya pada saat pemungutan suara saja, melainkan juga sewaktu dilakukan kampanye dan perhitungan suara. (Axel hadenis 2005).

Pemilihan kepala daerah secara langsung, yang artinya kepala daerah dipilih langsung oleh rakyat secara demokrasi, salah satu wujud keterlibatan masyarakat dalam proses politik di daerah adalah pemilu dan pilkada langsung. Pilkada langsung merupakan sarana bagi masyarakat untuk ikut dalam menentukan figur dan arah kepemimpinan sebuah negara atau kepemimpinan daerah dalam lima tahun kedepannya. Pilkada secara langsung di Indonesia yang merupakan ketentuan dari UU No. 32 Tahun 2004 yang tercantum pada pasal 56 ayat 1 yaitu “Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil” yang

kemudian dirubah menjadi UU No. 10 Tahun 2016 tentang perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang pemilihan gubernur, bupati, dan walikota menjadi Undang-undang. Seperti yang dijelaskan Dede dan Caroline Surahmadi (2016: 92), bahwa mekanisme Pilkada secara langsung dapat diyakini sebagai solusi ke arah penguatan demokrasi ditingkat lokal sekaligus mengembalikan kepercayaan publik terhadap pemerintah yang berkuasa, sehingga adanya perubahan pola pemerintahan yang sentralistik menjadi desentralistik membawa pergeseran lokus/kedudukan kekuasaan dari pusat ke daerah termasuk juga kewenangan politik ditingkat lokal.

Pemilihan kepala daerah yang dimulai pada Juni tahun 2005 menjadi arena politik baru oleh partai politik, bagi partai politik, koalisi dalam pilkada memiliki ke khasannya Bahwa partai adalah pilar dari sistem demokrasi, amat tergantung dengan adanya partai politik. Dalam konteks itu, partai politik berkewajiban melaksanakan sejumlah fungsi di antaranya adalah sebagai mediasi antara rakyat dan pemerintah, pencalonan kandidat, mengorganisasi pemerintah, mendorong akuntabilitas publik, pendidikan politik dan pengaturan konflik.

Partai politik sebagai suatu organisasi sangat berperan dalam melahirkan pemimpin yang berkualitas dan berwawasan luas yang tidak hanya berorientasi untuk kepentingan partai yang mengusung, karena ketika menjadi seorang pemimpin maka ia juga akan menjadi pemimpin rakyat. Oleh karena

itu calon pemimpin yang mampu menarik simpatik dan perhatian masyarakat luas merupakan aset yang sangat berharga bagi partai politik. Orang-orang yang mempunyai potensi dan kemampuan tersebut perlu diberdayakan (Firmanzah dalam Surahmadi, 2016: 92).

Pilkada Kabupaten Bima tahun 2020 ada 3 (tiga) kandidat atau pasangan calon yang bersaing untuk dapat memperoleh suara terbanyak, yaitu pasangan calon nomor urut 01, Drs. H. Irfan Zubaidi dan Herman Elfa Edison, (IMAM) yang diusung oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dan Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA), pasangan nomor urut 02, Drs. H. Syafrudin H.M dan Adi Mahyudi (SAFA'AT) yang diusung oleh Partai Nasional Demokrasi (NASDEM) dan Partai Amanat Nasional (PAN), serta pasangan nomor urut 03, Indah Damayanti Putri dan Dahla M. Nor (Indah-Dahlan) diusung oleh Partai Golongan Karya (GOLKAR), Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINRA), Partai DEMOKRAT (PD), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Persatuan pembangunan (PPP), dan Partai Bulan Bintang (PBB).

Pada Pilkada Kabupaten Bima pasangan Indah Damayanti Putri dan Dahlan M. Nor (Indah-Dahlan) merupakan pasangan petahana (*incumbent*), keduanya merupakan bupati dan Wakil Bupati, selain keduanya memiliki modal dasar popularitas, legalitas dan kapabilitas yang cukup mentereng ditengah masyarakat. Tetapi membutuhkan juga peran strategi partai koalisi yang memiliki posisi strategis dan memegang peranan kunci dikarenakan partai politik memiliki mesin politik yang lebih struktur serta lebih efektif dan

efisien, dalam rangka untuk memenangkan pasangan calon kepala daerah yang diusung.

Pemilihan Bupati Bima dilaksanakan tanggal 09 Desember Tahun 2020 kembali dimenangkan oleh pasangan Indah Damayanti Putri dan Dahlan M. Nor, (Indah-Dahlan) pasangan ini di usung oleh 6 (enam) partai koalisi. yaitu Partai Golongan Karya (GOLKAR), Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINRA), Partai DEMOKRAT (PD), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Persatuan pembangunan (PPP), dan Partai Bulan Bintang (PBB). Partai koalisi pasangan (Indah-Dahlan) terlihat sangat kuat dalam tahap persiapan dan pelaksanaan Pilkada, terbukti dengan terpilihnya pasangan calon yang di usung.

Melalui rapat pleno rekapitulasi hasil perhitungan suara di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bima, adapun hasil perhitungan suara dari tiga pasangan calon mendapatkan perolehan suara sebagai berikut: pasangan nomor urut 01, (IMAM) memperoleh 51.755 suara, sedangkan pasangan nomor urut 02, (SAFA'AT) memperoleh 112.068 suara, sementara itu nomor urut 03, (Indah-Dahlan) memperoleh 130.963 suara, selisih suara dari pasangan *runner up* (SAFA'AT) terpaut 18.895 suara.

Terpilihnya pasangan Indah-Dahlan di Pilkada Kabupaten Bima sebagai Bupati Dan Wakil Bupati, menunjukkan bahwa partai koalisi pemenang pasangan nomor urut 03 tersebut memiliki kekuatan yang sangat besar, dengan komposisi dan kakulasi kursi ditingkat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bima yakni Partai Golongan Karya (GOLKAR)

dengan 9 kursi, Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA) 5 kursi, Partai DEMOKRAT (PD) 4 kursi, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) 5 kursi, dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) 2 kursi, serta Partai Bulan Bintang (PBB) 1 kursi, hal ini menunjukkan partai koalisi pengusung Indah-Dahlan, merupakan partai mayoritas dan memiliki basis yang kuat serta yang Memimpin Anggota Fraksi Legislatif Kabupaten Bima dari Fraksi Partai Golongan Karya (GOLKAR) sebagai Ketua, juga Fraksi Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA) dan Fraksi Partai Persatuan Pembangunan (PPP), masing-masing menjadi Wakil Ketua 2 (dua) dan Wakil Ketua 3 (tiga).

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik meneliti strategi koalisi partai politik dalam memenangkan pasangan Indah-Dahlan di Pilkada Kabupaten Bima tahun 2020.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi koalisi partai politik pendukung dalam memenangkan Indah-Dahlan di pilkada Kabupaten Bima tahun 2020.?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi koalisi partai politik pendukung dalam memenangkan Indah-Dahlan di pilkada Kabupaten Bima tahun 2020

1.4. Manfaat Penelitian

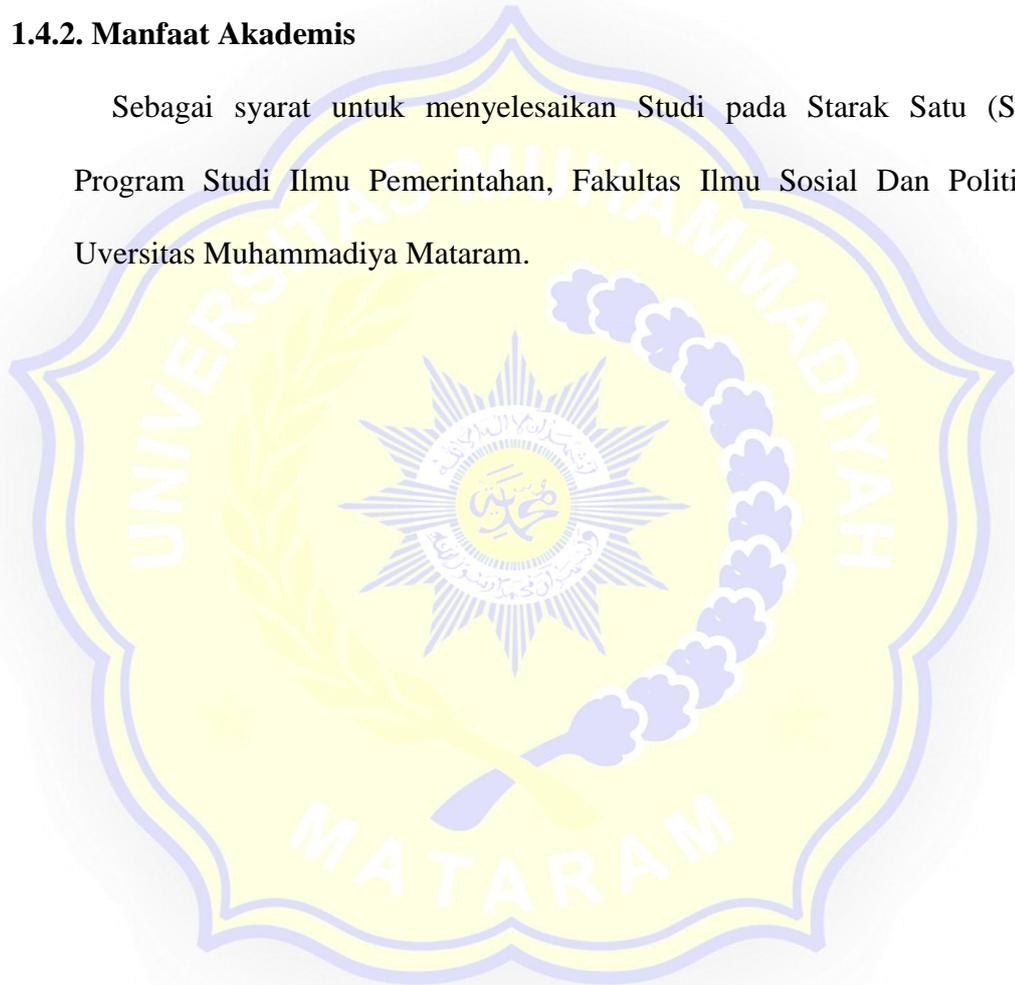
Manfaat dari penelitian ini akan diklasifikasi dalam dua sub bagian antara lain :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam Bidang Ilmu Pemerintahan, mengenai strategi koalisi partai politik pendukung dalam memenangkan pasangan calon kepala daera.

1.4.2. Manfaat Akademis

Sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi pada Starak Satu (S1) Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Uversitas Muhammadiyah Mataram.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Pendahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian untuk mencari perbandingan serta untuk menemukan landasan baru penelitian selanjutnya, disamping itu untuk membantu peneliti dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas penelitian. Pada bagian penelitian mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak di lakukan, kemudian membuat ringkasan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yan hendak dilakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relasi dengan peneliti antara lain.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Tahun	Temuan
1	Ricky Meilandi	Strategi partai kolisi dalam pemenangn Aw Niviadi Mawardi-Panji Alam, dalam pemeilihan kepala daerah Kabupaten Ogan Ilir	2018	Menunjukkan bahwa kemenangan Aw Niviardi Mawadi-Panji Alam, tidak lepas dari pengaruh partai pendukung yang menggerakkan kader-kader partai melalui strategi politik Ofensif dan Defensive yang bersaing baik dan efektif, merangkul masyarakat, mempertahankan pemilih tetap serta pemilih musiman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.
2	Deri Setiadi	Strategi koalisi partai politik terhadap pemenangan pasangan Haris-Zardewa dalam pemilihan kepala daera kabupaten	2017	Kemenangan Hari-Zardewa di isi oleh tim kemengan dari kalangan lintas sektoral yang berpengaruh di wilayahnya masing-masing serta mampu mengadeng organisasi berpengaruh yang berbasis massa seperti GP Ansor, NU, Karang Taruna, Dharma Wanita, PKK dan tokoh-tokoh

		pelawan tahun 2015.		berpengaruh di kabupaten Pelalawan seperti tokoh masyarakat, tokoh Ulama, Tokoh Oranisasi, Dan Tokoh Kelompok Tani lainnya, terlebih kemenangan Haris-Zardewa, koalisi partai politik sangat menentukan, pasalnya dengan koalisi partai yang solid antar kader partai maupun menciptakan situasi yang menguntungkan, terlebih partai koalisi yang mengusung pasangan Haris-Zardewa merupakan partai yang secara organisasi sangat kuat sertat mempunyai pendukung yang loyal. Menggunakan metode kualitatif
3	Gunawan dkk	Koalisi Partai Politik Dalam Pemenangan Paslon Idhan dan Chakidin Sebagai Kepala Daerah. (Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Nagan Raya Tahun 2017	2020	Bahwa strategi yang dilakukan oleh tim kloalisi pasangangan calon Jamil Idhan dan Chakidin (JADIN) untuk melawan petahana yaitu Teuku Raja Keumangan Dan Said Juanaidin (TRK SAJA) adalah strategi ofensif. Hal ini dikarenakan pasangan JADIN, mutlak harus melakukan penawaran baru kepada pemilih di Nagan Raya. Dalam rangka untuk membuat pemilih berpaling dari pilihan sebelumnya, dengan demikian strategi Ofensif, perluasan pasar dan menenmbus pasar di lakukan dalam rangka meraup pemilih yang sebelumnya kerap mendukung pasangan dinasti politik petahanan. Peneitian ini menggunakan metode kualitatif
4	Oktavianus Eron Ledau	Strategi pemenangan koalisi partai pengusng pasangan Bonisafius Belawan Geh dan Y.Juan Jenau dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 Di Kabupaten Mahakam Ulu	2018	Strategi pemenangan koalisi partai pengusung pasangan Bonisafius Belawan Geh dan Y.Juan Jenau adalah rencana dan aksi pemenangan dalam kompetisi pilkada, secara rinci strategi pemenangan efektif merupakan strategi adaptasi partai koalisi, sosialisasi visi-misi dan program unggulan serta pola kampanye masa <i>door to door-group discussion-marketing</i> politik, strategi integrasi dan mobilisasi sumber daya partai koalisi serta keunggulan khusus pasangan Bonisafius Belawan Geh dan Y.Juan Jenau. Penelitian ini mengunakn metode kualitatif.

5	Muh. Ali Adrias dkk	Partai Politik dan PemiluKada (Analisis Marketing Politik, Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya)	2013	Penelitian ini mengkaji peran dan fungsi partai politik sebagai institusi formal dalam system politik, dalam memenangkan Pasangan H. Uu Ruzhanul Ulum dan Ade Sugianti (HUDA). Kemenangan pasangan HUDA pada pemiluKada kabupaten tasikmalaya tahun 2011, memang didukung penuh oleh kader-kader parpol handal dalam mengkampanyekan dan Memasarkan Produk Politik, Visi-Misi Dan Program Politik pasangan HUDA, dalam kemenangan pasangan HUDA ini berkaitan dengan perjuangan tim sukses dari kalangan partai koalisi (PPP, PDI-P dan PAN), metode penelitian kalitatif.
---	---------------------	--	------	--

Penulis menggunakan strategi koalisi partai politik dalam memenangkan pasangan calon pada pemilihan kepala daerah yaitu Strategi Marketing Politik Dan Stategi Kampanye Politik. Metode penelitian penulis menggunakan metode kualitatif.

Adapun perbedaan dari 5 (lima) penelitian terdahulu dengan penelitian penulis sebagai berikut. *Pertama*. Riki Meilandi, menggunakan strategi dalam memenangkan pasangan calon yaitu strategi ofensif dan defensif, *Kedua*, Deri Septiadi, menggunakan pengaruh pasangan calon yang diusung oleh partai koalisi dalam melakukan pendekatan kepada pemilih, *Ketiga*, Gunawan Dkk, menggunakan strategi ofensif dan defensive, strategi ini mirip yang digunakan oleh Riki Meilandi. *Keempat*, Oktavianus Eron Ledau, menggunakan strategi adaptasi partai koalisi, sosialisasi visi-misi dan program unggulan serta pola kampanye masa *door to door-group discusision-marketing* politik, strategi integrasi dan mobilisasi sumber daya, *kelima*, Muh. Ali Adrias dkk, penelitian ini

mengkaji peranan partai politik sebagai istitusi formal dalam memenengkam pasangan calon yang diusung.

Dari lima penelitian terdahulu diatas hampir tidak ada yang sama dari penelitian penulis, pada penggunaan strategi pemenangan pasangan calon, adapun kesamaannya pada penggunaan metode peneilitia yaitu metode kulitatif.

2.2 Kajian Teori

2.2.1. Partai Politik

2.1.1. Pengertian Partai Politik

Kata partai berasal dari bahasa Latin pars, yang berarti "bagian". Dengan pengertian tersebut, kita dapat memahami bahwa karena ia merupakan suatu bagian maka konsekuensinya pasti ada bagian-bagian lain. Oleh karena itu, untuk memenuhi pengertian tersebut maka idealnya tidak mungkin di dalam suatu negara jika hanya terdapat satu partai' Selanjutnya, Jimly Asshiddiqie menyebutkan bahwa “partai juga berasal dari bahasa Inggris part, yang berarti bagian atau golongan. Kata partai menunjuk pada golongan sebagai pengelompokan masyarakat berdasarkan kesamaan tertentu seperti tujuan, ideologi, agama, bahkan kepentingan”. Pengelompokan itu bentuknya adalah organisasi secara umum, yang dapat dibedakan menurut wilayah aktivitasnya, seperti organisasi kemasyarakatan, organisasi keagamaan, organisasi kepemudaan, serta organisasi politik. Dalam perkembangannya, kata partai lebih banyak diasosiasikan untuk organisasi politik, yaitu organisasi masyarakat yang bergerak dibidang politik. Berdasarkan konsep partai yang dikemukakan

oleh Jimly Asshiddiqie tersebut, maka dapat dipahami bahwa kata partai memiliki arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas, partai adalah pengelompokan masyarakat dalam suatu organisasi secara umum yang tidak terbatas pada organisasi politik. Sedangkan dalam arti sempit, partai adalah organisasi masyarakat yang bergerak dibidang politik. (Tegu ilham.2015:9)

Partai politik merupakan bagian dari infrastruktur politik dalam negara. Untuk memahaminya maka beberapa ahli menyatakan pendapat tentang pengertian dari partai politik. Berikut ini pengertian partai politik yang dikemukakan oleh para ahli:

Miriam Budiardjo menyebutkan bahwa “partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya memiliki orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama”. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik, sedangkan Sigmund Neumann dalam “Partai Politik adalah organisasi dari aktivis-aktivis politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat atas dasar persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda”. (M. Labolo dkk.2015:P. 27).

Selain pendapat para ahli tersebut, Pengertian partai politik juga dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik, sebagai berikut: Partai Politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara

sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia. (Tirtum dalam M.labolo dkk, 2015:P.27)

Dari definisi yang cukup bervariasi diatas, peneliti bisa menarik sebuah kesimpulan bahwa Partai Politik adalah organisasi politik resmi yang dibentuk oleh orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama dengan tujuan untuk menguasai pemerintahan dengan cara menempatkan anggota-anggota mereka dalam pemerintahan melalui mekanisme pemilihan umum.

2.1.2. Fungsi Partai Politik

Partai politik telah menjadi ciri penting dalam sebuah politik modern karena memiliki fungsi yang strategis. Fungsi utama dari partai politik ialah mencari kekuasaan, mendapatkan kekuasaan dan mempertahankannya. Cara partai politik untuk memperoleh kekuasaan tersebut ialah dengan berpartisipasi dalam pemilihan umum. Untuk melaksanakan fungsi tersebut partai politik melakukan tiga hal yang umumnya dilakukan oleh partai politik yaitu menyeleksi calon-calon, setelah calon-calon mereka terverifikasi selanjutnya ialah melakukan kampanye, setelah kampanye dilaksanakan dan calon terpilih dalam pemilihan umum selanjutnya yang dilakukan oleh partai politik ialah melaksanakan fungsi pemerintahan (legislatif ataupun eksekutif).

Secara garis besar, Firmanzah menyebutkan bahwa “peran dan fungsi partai politik dibedakan menjadi dua, yaitu fungsi internal dan fungsi eksternal. Dalam fungsi internal, partai politik berperan sebagai pembinaan, pendidikan, pembekalan, dan pengkaderan bagi anggota partai politik. langgengnya ideologi politik yang menjadi latar belakang pendirian partai politik tersebut. Sedangkan dalam fungsi eksternal peranan partai politik terkait dengan ruang lingkup yang lebih luas yakni masyarakat, bangsa, dan negara. Hal ini karena partai politik juga mempunyai tanggung jawab konstitusional, moral, dan etika untuk membawa kondisi, dan situasi masyarakat menjadi lebih baik”.(M. Labolo dkk 2015:P.30)

Secara lebih rinci Miriam Budihardjo menyebutkan bahwa fungsi partai politik adalah

1. Sarana komunikasi politik.
2. Sarana sosialisasi politik.
3. Rekrutmen politik.
4. Pengatur konflik.

2.2.2. Strategi Politik

Peter Schroder adalah salah satu pakar strategi politik yang mempopulerkan penggunaan strategi bidang politik, khususnya pemilu. Schroder, menilai “strategi politik adalah sebuah kerangka langkah atau rencana yang digunakan dalam rangka merealisasikan cita-cita politik. Dalam konteks pemerintahan strategi digunakan dalam rangka realisasi

pemberlakuan aturan perundangan, pembentukan kelembagaan baru dalam birokrasi pemerintahan Contohnya adalah pemberlakuan peraturan baru, kebijakan yang idealisasi politik suatu kelompok”.

Sedangkan dalam konteks pemilu, strategi politik digunakan sebagai cara untuk memenangkan kontestasi dalam pemilu. Pandangan demikian tidak jauh berbeda dengan Prihatmoko & Moessafa yang juga menilai “strategi merupakan segala rencana dan tindakan yang dilaksanakan untuk memperoleh kemenangan dalam konteks pemilu. Agar kandidat dapat meraih kemenangan dalam pemilu, sedapat mungkin ia harus mampu membuat pemilih berpihak dan memberikan suara kepadanya”. Disinilah kemudian strategi digunakan untuk menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh serta mengetahui metode pendekatan yang paling efektif dan efisien terhadap pemilih.

Strategi pemenangan, langkah atau cara yang biasa digunakan oleh tim koalisi dan pasangan calon tersebut salah satunya adalah marketing politik. Pemasaran politik (*political marketing*) merupakan hal yang tergolong baru dalam sebuah kajian ilmu politik di Indonesia. Studi keilmuan berada dalam posisi pemberi ide-ide yang berhubungan tentang sosial perpolitikan dengan konsep pemasaran (Hafied Cangara, 2014:224). Dalam melakukan strategi marketing politik, para tim koalisi partai politik atau tidak hanya menggunakan satu strategi saja, namun menggabungkan juga dengan strategi kampanye, untuk menyampaikan pesan politik kepada

khalayak umum dan juga bisa mempertimbangkan strategi tersebut sesuai kebutuhan.

2.2.3. Marketing politik

Perkembangan teknologi dan komunikasi terus berkembang sangat pesat dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman, maka ini menyebabkan masyarakat dapat terintegrasi dengan global dan menerapkan tentang prinsip-prinsip demokrasi, partai politik atau kandidat juga harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman, dalam hal ini tatanan politik seperti memperkenalkan suatu produk yang dibawanya untuk masyarakat luas (Firmanzah, 2008:P.127-128). Dalam hal ini partai politik atau kandidat yang berperan sebagai produsen harus menjalin hubungan dengan baik kepada konsumen yang sebagai pemilih.

Menurut Firmanzah (2008:P.156), “marketing politik bukanlah konsep untuk menjual partai politik atau kandidat individu kepada pemilih, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah partai politik atau kandidat individu bisa membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual. Marketing politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan terus-menerus oleh partai politik atau kandidat dalam membangun kepercayaan melalui proses jangka panjang dan bukan hanya pada saat kampanye”.

Menurut O’Cass dalam buku marketing politik, antara pemahaman dan realita, (2008:P.145) mengatakan bahwa, pemasaran politik digunakan oleh banyak partai politik karena memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Mengkaji posisi pasar, dalam hal ini pemasaran politik berfungsi menggambarkan minat dan preferensi para pemilih, baik konstituen maupun non-konstituen dalam panggung pemilu.
2. Memiliki tujuan dalam objektif kampanye, upaya pemasaran, dan alokasi sumber daya.
3. Menilai dan mengevaluasi setiap pilihan strategi yang digunakan.
4. Menerapkan teknik untuk menggapai beberapa hal yang dapat digunakan sebagai sumber daya
5. Memantau dan mengarahkan segala kegiatan strategi yang diperlukan untuk dapat memenuhi target yang diinginkan secara objektif.

Menurut Bagozzi dalam buku marketing politik, antara pemahaman dan realita, (2008:P.137), bahwa marketing adalah proses yang memungkinkan adanya pertukaran (exchange) antara dua pihak atau lebih. Marketing tidak hanya menekankan fokusnya kepada produk barang nyata atau yang tampak, marketing juga bisa mengambil sebuah domain yang berhubungan dengan citra, ide, gagasan yang dalam hal ini diperlukan oleh banyak pelaku politik untuk menghadapi persaingan pemilu.

2.3.1. Konsep Marketing Politik

Pada dasarnya promosi calon bupati bertolak dari konsep *political marketing* (pemasaran politik) menurut Cangara “pemasaran politik adalah penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai, dan program yang di lakukan oleh aktor-aktor politik (komunikator) melalui saluran komunikasi tertentu yang di tunjuk kepada segmen (sasaran) tertentu

dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap, dan perilaku para calon pemilih sesuai dengan keinginan penerima informasi”.

Sedangkan Menurut Kotler, “bahwa konsep political marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran untuk menyukseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan, perokonomian atau kepedulian sosial. Tema, isu-isu, gagasan, ideologi, dan pesan-pesan yang bertujuan agar program politik yang di tawarkan memiliki daya tarik tinggi dan sekaligus mampu mempengaruhi bagi setiap warga negara dan lembaga atau organisasi secara efektif”.

Menurut Nifenege dalam bukunya Firmanzah, Antara Pemahaman Dan Realitas (2008:P.200-201) menyatakan bahwa penerapan marketing dalam politik mempunyai tujuan untuk memformulasikan program kerja, menganalisis dinamika masyarakat, hingga penerapan strategi pada kelompok-kelompok masyarakat menggunakan 4 penerapan marketing yaitu:

1. Produk

Setiap partai koalisi yang mendorong pasangan calon yang berkontes pada pilkada pasti memiliki produk yang dibawa pada saat menawarkannya kepada pemilih pada masa kampanye, terkadang produk yang dibawa oleh setiap koalisi partai dan kandidat ialah suatu produk yang kompleks atau produk yang timbul dari persoalan permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat.

Niffenegger dalam buku marketing politik, (2008:P.200) membagi produk politik dalam tiga kategori, yaitu “pertama, *platform* partai atau kandidat yang berisi konsep, ideologi dan program kerja, kedua, *past record* (catatan yang dilakukan tentang hal-hal dimasa sebelumnya), dan ketiga, personal karakteristik (ciri pribadi). Namun yang terpenting dari produk adalah tentang platform partai atau kandidat yang memiliki konsep program kerja dan identitas ideologi. Faktor yang dilakukan partai politik atau kandidat pada masa sebelumnya dapat mempengaruhi dalam menentukan atau pembentukan dari suatu produk politik, dan akhirnya ciri dari seorang pemimpin yang mempunyai karakteristik dapat memberikan simbol, citra dan kredibilitas dari sebuah produk politik itu sendiri”.

Sedangkan Butler dan Collins membagi tiga dimensi dari suatu produk politik yang dapat dipahami, “pertama, pribadi kandidat, partai dan ideologi, kedua, loyaliti (kesetiaan), dan ketiga, mutability (bisa berubah-ubah). Seorang kandidat serta ideologi partai merupakan identitas politik yang akan ditawarkan kepada calon pemilih, maka dalam hal ini para pemilih bisa memilah, memilih serta menimbang untuk menentukan pilihan mana yang akan mewakili suara mereka. Tujuan lain adalah untuk mencapai loyalitas pemilih kepada partai politik atau kandidat dan menjaga hubungan kontak sosial antara pemilih dengan kandidat atau partai politik”.

Produk dalam penelitian ini yang pertama ialah mencakup *platform* kandidat yang meliputi konsep, ideologi, dan program kerja kandidat, kedua ialah *past record* kandidat, dan ketiga ialah personal karakteristik kandidat.

2. Harga

Niffenegger menjelaskan bahwa “harga dalam marketing politik mencakup harga ekonomi, psikologis dan citra nasional. Harga, ekonomi berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan dalam serangkaian proses marketing politik, Harga Psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang (etnis, agama, pendidikan dan lain-lain) dari seorang kandidat, sedangkan Harga Citra Nasional yang dimaksudkan adalah mengarah pada apakah pemilih merasa kandidat tersebut bisa memberikan citra positif suatu wilayah dan bisa menjadi kebanggaan bagi mereka”.

3. Tempat

Faktor tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah tim koalisi partai atau kandidat dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih, ini berarti sebuah partai dan kandidat harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis. Sedangkan menurut Wring (1997) “hal yang terpenting dalam penempatan adalah pada jaringan yang dibangun sampai ketitik terbawah di daerah-daerah”.

Berdasarkan diatas dapat disimpulkan bahwa tempat (*place*) sangat berkaitan erat dengan keputusan memilih, dikarenakan pemilihan tempat untuk kampanye atau promosi juga harus disesuaikan dengan segmen pemilih yang dituju.

Menurut Henneberg dalam Taufikurrahman (2017:29), tempat merupakan distribusi kandidat sebagai pengganti produk melalui even-even kampanye, pengarahannya masa atau tatap muka kepada masa, dan distribusi *grassroot* (dasar rumput) yang memberikan dukungannya melalui kampanye atau penyebaran selebaran dalam kampanye yang dilakukan pasangan calon. Tempat (*place*) berkaitan erat dengan cara hadir dan distribusi pesan dari kandidat ke masyarakat sebagai pemilih. Partai politik atau kandidat mendistribusikan pesan dengan kunjungan ke daerah-daerah tertentu dan juga tempat-tempat seperti pasar tradisional dan lain-lainnya.

2.2.4. Kampanye politik

Untuk dapat memenangkan suatu Pilkada, maka diperlukan suatu upaya-upaya yang harus ditempuh dan juga strategi yang sistematis. Strategi yang dilakukan untuk menarik dukungan pemilih salah satunya dapat direalisasikan melalui kegiatan kampanye politik, karena kampanye politik merupakan sebuah upaya untuk memengaruhi pemilih supaya menentukan pilihan sesuai dengan tujuan sang kandidat.

Peter Schoder dalam Tabroni (2014:38) mengatakan bahwa “kita tidak mungkin disukai oleh semua orang. Kampanye politik bukanlah situasi

perang, tetapi kampanye politik merupakan suatu dimana setiap ide politik yang dikemukakan oleh seseorang kandidat atau sebuah kelompok akan memecah masalah masyarakat pada saat ide itu diumumkan”. Politik memang bukan perang, tetapi efek dari situasi yang diciptakan oleh kampanye politik bisa berubah menjadi perang, ketika kampanye politik dijadikan sebagai arena untuk membantai lawan politik tanpa efek dan sopan santun politik.

Menurut Firmanzah (2008.P.313, “kampanye politik merupakan salah satu agenda dari semua partai politik atau kandidat yang berkaitan dengan pengumpulan masa, parade, orasi dengan pemaparan program kerja dan mempengaruhi opini publik, pemasangan atribut partai seperti poster, sepanduk, pemasangan iklan melalui media cetak maupun media elektronik dengan tujuan untuk mensosialisasikan program kerja dan mempengaruhi opini publik”.

Tujuan dari kampanye politik itu juga sangat spesifik, tergantung pada jenis pemilihan umumnya. Kampanye politik menjelang pemilihan umum presidensial mempunyai tujuan untuk memengaruhi calon pemilih agar memutuskan pilihannya untuk memilih pasangan calon presiden tertentu. Begitu juga dengan kampanye politik pada Pilkada, mempunyai tujuan untuk memengaruhi calon pemilih agar dapat memberikan hak pilihnya kepada calon kepala daerah tertentu. Selama masa kampanye, tim koalisi partai berusaha menggalang dukungan dari simpati pemilih agar pemilih menjatuhkan pilihannya pada calon kepala daerah yang dikampanyekan.

Kegiatan kampanye dilakukan dengan sadar dan aktif untuk mendukung dan meningkatkan aktivitas pelaksanaan yang direncanakan pada periode tertentu yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi khalayak sasaran tertentu (Parrot dalam Nugroho, 2017:7)

2.4.1. Strategi Kampanye Politik

Strategi kampanye politik adalah bentuk khusus dari strategi politik, tujuannya yaitu untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin pemilih dengan cara memperoleh hasil yang baik dalam pemilu agar dapat mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah kepada perubahan masyarakat (Peter Schoder, 2013: 9).

Menurut adman Nursal (2004) dalam Inco (2012:45) terdapat tiga strategi untuk mengkampanyekan political marketing yaitu:

1. Pemasaran langsung kepada calon pemilih

Pemasaran langsung kepada calon pemilih adalah memasarkan produk politik secara langsung kepada calon pemilih yang bertujuan memfokuskan kepada isu-isu politik yang penting, dan tidak hanya menjual kandidat atau partai politik sebagai komunitas. Tetapi Pesan isu politik yang disampaikan bisa secara langsung melalui kandidat dan juga bisa dilakukan secara langsung melalui relawan yang berupa membagikan brosur, flyer, sticker, dan lain sebagainya. Fungsi dari relawan itu bertujuan untuk mengumpulkan segala bentuk aspek informasi atau data yang dibutuhkan yang bertujuan untuk mengukur perilaku pemilih.

Menurut Adman Nursal (2004) dalam Sutrisno dkk (2018: 109), push marketing politik merupakan kegiatan menyampaikan produk politik secara langsung kepada pemilih. Yang dimaksud produk politik yaitu kandidat itu sendiri, strategi ini dapat dilakukan melalui kegiatan kampanye berupa pertemuan akbar, bakti sosial dan lain sebagainya.

2. Pemasaran melalui media massa

Pemasaran melalui media massa merupakan strategi yang sering digunakan oleh para kandidat atau partai politik untuk menyampaikan pesan politiknya melalui media masa seperti, baliho, media cetak, ataupun internet. Strategi ini sangatlah berfungsi bagi kandidat atau partai politik untuk menyampaikan pesan kepada calon pemilih secara terus-menerus, namun strategi ini dapat kurang diukur efektifitasnya, dan strategi ini membutuhkan biaya yang sangat banyak yang hanya bisa dilakukan oleh mereka yang mempunyai dana besar.

Menurut Adman Nursal (2004) dalam Sutrisno dkk (2018:109), *pull political marketing* adalah penyampaian produk politik menggunakan media massa. Media massa memainkan peran yang sangat penting dalam kegiatan marketing politik, mengenalkan dan mensosialisasikan kandidat secara lebih luas. Selain itu melalui media massa, kandidat dapat menyebarkan visi, misi, dan program mereka pada calon pemilih.

3. Pemasaran Melalui Tokoh dan Kelompok

Pemasaran melalui tokoh dan kelompok-kelompok Strategi ini mempunyai tingkat kesulitan yang tinggi jika dibandingkan dengan

strategi yang sebelumnya, karena strategi ini dilakukan secara pendekatan hati ke hati kepada organisasi, kelompok, bahkan tokoh masyarakat yang mempunyai pengaruh yang sangat besar. Melakukan pendekatan dengan cara lobbying kalau melakukannya dengan cara yang kurang hati-hati, maka akan bisa berakibat fatal (penolakan)

Menurut Adman Nursal (2004) dalam Sutrisno dkk (2018:109), strategi ini merupakan kegiatan menyampaikan produk politik melalui pihak ketiga yang dinilai mampu mempengaruhi pemilih, diantaranya tokoh masyarakat, tokoh pemuda atau tokoh-tokoh lain yang berpengaruh. Pihak-pihak yang memiliki pengaruh pada masyarakat memiliki nilai strategis bagi kandidat karena dengan adanya pengaruh tokoh tersebut dapat menyampaikan pesan politik kandidat kepada masyarakat atau pemilih.

2.2.5. Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA)

2.5.1. Pengertian Pilkada

Pemilihan kepala daerah adalah pemilihan gubernur, bupati, dan walikota yang selanjutnya disebut pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk memilih gubernur, bupati, dan walikota secara langsung dan demokratis. Pemilukada dilandaskan pada semangat otonomi daerah yang digulirkan setelah masa reformasi bergulir pada tahun 1998 dan untuk mengembalikan kedaulatan rakyat, namun pilkada secara langsung baru terlaksana pada tahun 2005 mengingat mempersiapkan segala perangkat

yang dibutuhkan terutama perundangan yang berlaku sebagai dasar hukum pelaksanaan pemilihan di daerah seluruh Indonesia (Rasniati, 2016:29).

Pemilihan kepala daerah adalah suatu sistem yang dimana tujuannya untuk mencari pemimpin daerah seperti halnya Gubernur, Bupati dan Walikota dalam pemilihan yang dilakukan secara langsung dan demokratis. Adapun yang menjadi dasar hukum ialah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang pemilihan gubernur, bupati dan walikota.

Sistem desentralisasi (otonomi daerah) dalam penyelenggaraan pemerintahan lokal yang substantif secara normatif dan filosofis di Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan pasca reformasi. Amandemen UU.5 tahun 1974, menjadi UU No. 22 Tahun 1999, kemudian diubah lagi menjadi UU No.32 Tahun 2004, berupaya menyempurnakan dan menjalankan demokratisasi di Indonesia.

Secara umum, desentralisasi politik berupaya memajukan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian di sisi lain, dalam pelaksanaannya menimbulkan dampak negatif, tampilnya kepala daerah sebagai raja-raja kecil di daerah, tumbuhnya KKN di daerah-daerah akibat wewenang yang luas dalam pengelolaan kekayaan dan keuangan daerah.

Tuntutan reformasi di daerah adalah menyelenggarakan pilkada langsung. Pilkada secara langsung diatur dalam UU No. 32 Tahun 2004

tentang Pemerintahan Daerah Pasal 56 jo Pasal 119 dan PP No. 6 Tahun 2005 Tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Pilihan terhadap sistem pemilu ini menunjukkan koreksi atas pilkada sebelumnya, yang menggunakan sistem perwakilan DPRD, sebagaimana tertuang dalam UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan PP No.151 Tahun 2000 tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Digunakannya sistem pemilihan langsung, menunjukkan perkembangan penataan format demokrasi daerah yang berkembang dalam liberalisasi politik .

Pentingnya pilkada secara langsung membuat semua daerah di Indonesia, harus mempersiapkan diri sebaik-baiknya dan berusaha bagaimana dapat berlangsung demokratis dan berkualitas. Sehingga mendapatkan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dapat membawa kemajuan bagi daerah sekaligus memberdayakan masyarakat daerahnya. Selain itu, salah satu tujuan diselenggarakannya pilkada secara langsung ini juga dapat memberikan pendidikan politik bagi masyarakat di daerah, dimana nantinya mereka menjadi lebih pengalaman dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan politik (Muh. Labolo. 2015 :P.5-8).

Berdasarkan definisi tentang pilkada diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pilkada merupakan proses pemilihan secara langsung oleh rakyat untuk memilih pasangan calon yang akan menjadi pemimpin didaerahnya

sesuai dengan keinginan dan kehendak dari rakyat tanpa ada paksaan dari manapun dan siapapun.

2.5.2. Asa-Asas Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA)

Asas yang digunakan dalam Pemilihan kepala daerah langsung sama persis dengan asas-asas yang digunakan dalam pemilu 2014, yaitu langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Menurut Pramusinto dalam Baleri (2017:23), asas-asas tersebut dapat dikatakan bahwa Indonesia telah menggunakan prinsip-prinsip yang berlaku umum dalam rekrutmen pejabat publik yang terbuka. Pengertian asas-asas tersebut ialah sebagai berikut:

1. Langsung, yaitu rakyat sebagai pemilih mempunyai hak untuk memberikan suara secara langsung sesuai dengan kehendak hati nuraninya tanpa melalui perantara.
2. Umum, yaitu pada dasarnya semua warga negara yang memenuhi persyaratan sesuai dengan undang-undang berhak mengikuti pemilu. Pemilihan yang bersifat umum ialah kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi semua warga negara tanpa diskriminasi berdasarkan suku, agama, ras, golongan, jenis kelamin dan sebagainya.
3. Bebas, yaitu setiap warga negara yang berhak memilih bebas menentukan pilihannya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun. Didalam melaksanakan haknya, setiap warga negara dijamin keamanannya sehingga dapat memilih sesuai dengan kehendak, hati nurani serta kepentingannya.

4. Rahasia, yaitu dalam memberikan suaranya, pemilih dijamin bahwa pilihannya tidak akan diketahui oleh pihak manapun dan dengan jalan apapun. Pemilih memberikan hak suara pada surat suara tanpa diketahui oleh orang lain bahwa kepada siapa hak suaranya diberikan.
5. Jujur, yaitu setiap penyelenggaraan pemilu, aparat pemerintah, peserta, pengawas, pemantau, pemilih dalam pemilu, serta semua pihak yang terkait harus bersikap dan bertindak jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
6. Adil, yaitu setiap pemilih dan peserta pemilu mendapatkan perlakuan yang sama serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

2.5.3. Fungsi dan Tujuan Pilkada

Pemilihan Menurut Rose dan Mossawir dalam Taufikurrahman (2017:17), adapun fungsifungsi dari pemilihan umum ialah sebagai berikut:

1. Menentukan pemerintahan secara langsung maupun tak langsung
2. Sebagai wahana umpan balik antara pemilik suara dan pemerintahan.
3. Barometer dukungan rakyat terhadap penguasa.
4. Sarana rekrutmen politik.
5. Alat untuk mempertajam kepekaan pemerintahan terhadap aturan rakyat.

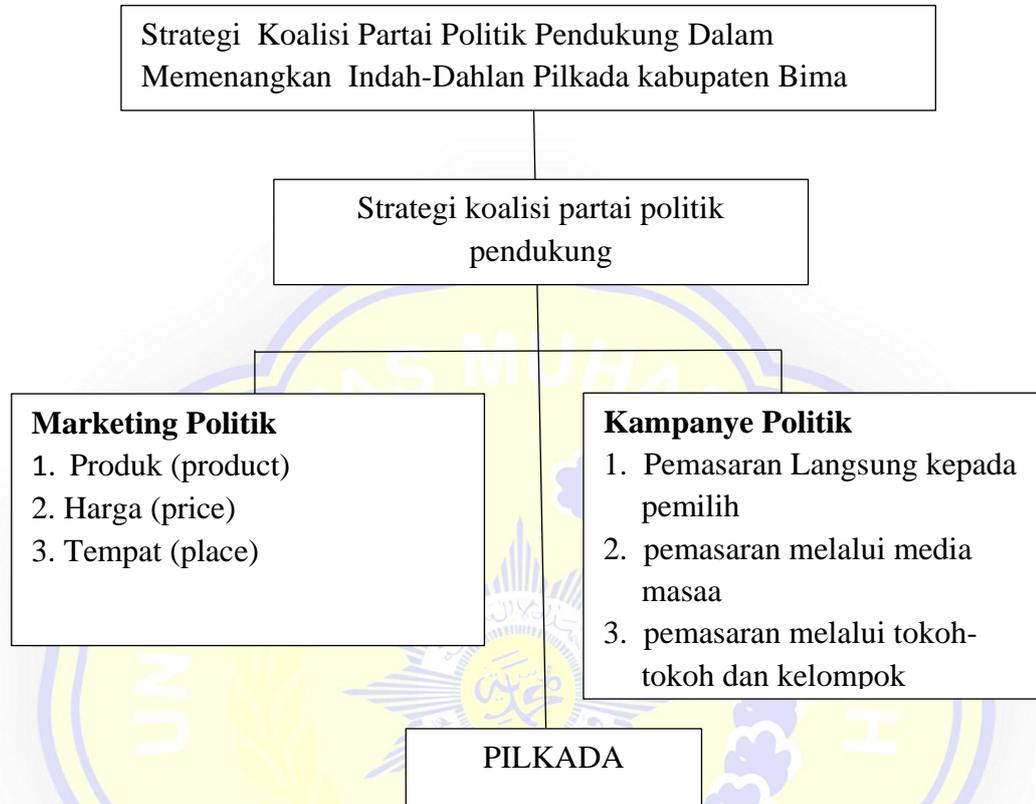
Selanjutnya Surabakti dalam Taufikurrahman (2017:17), menyebutkan bahwa terdapat tiga tujuan dilaksanakannya pemilu. Ketiga tujuan tersebut antara lain ialah:

1. Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum (public policy) dalam demokrasi sesuai prinsip demokrasi yang memandang rakyat yang berdaulat, tetapi pelaksanaannya dilakukan oleh wakil-wakilnya (demokrasi perwakilan).
2. Pemilihan umum juga dapat dikatakan sebagai mekanisme memindahkan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan-badan perwakilan rakyat melalui wakil-wakil rakyat yang terpilih atau melalui partai-partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjaga. Hal ini didasarkan atas anggapan didalam masyarakat terhadap berbagai kepentingan yang tidak hanya berbeda, tetapi juga terkadang saling bertentangan dan dalam sistem demokrasi, perbedaan atau pertentangan kepentingan yang tidak diselesaikan dengan kekerasan melainkan dengan proses musyawarah
3. Pemilihan umum merupakan sarana memobilisasikan atau menggalang dukungan rakyat terhadap negara pemerintahan dengan ikut serta dalam proses politik. (rahman.2020:24-29)

2.6. Kerangka Berfikir

Menurut Sekaran dalam Taufikurrahman (2017:32) menyatakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Oleh karena itu, kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

Bagan 2.1 Kerangka Berfikir



2.6.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah suatu pemikiran umum yang berusaha untuk menjelaskan mengenai pembatasan pengertian antara konsep yang satu dengan yang lainnya agar tidak terjadi kesalahan dalam pemahaman. Definisi konseptual juga merupakan penggambaran hubungan konsep-konsep khusus yang menentukan variabelvariabel yang akan saling berhubungan. Maka definisi konseptual dari masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut.

1. Strategi pemenangan ialah suatu rencana yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh koalisi partai politik atau tim pemenangan yang bertujuan untuk mencapai sebuah kemenangan atau sasaran yang telah ditentukan dalam Pilkada.
2. Marketing politik adalah serangkaian aktivitas terencana, strategis tapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek untuk menyebarkan makna politik kepada pemilih. Dalam marketing politik terdapat empat penerapan bauran yang berupa 4P, yaitu produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan tempat (place).
3. Kampanye politik adalah sebuah strategi yang digunakan untuk memasarkan produk-produk dari marketing politik pasangan calon dengan pendekatan menggunakan metode push political marketing, pass political marketing, dan pull political marketing.

2.6.2. Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah standar ukur atau indikator penelitian untuk melekatkan arti pada suatu konstruk atau variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel itu. Dengan demikian definisi operasional dapat dirumuskan sebagai ukuran dan indikator dari suatu variabel untuk dijadikan pijakan dalam membahas hipotesis yang akan dicari kebenarannya. Sebagaimana yang tertera dalam konsep kerangka berfikir diatas.

Table. 2.2
Defenisi Operasional

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Marketing Politik	1. Produk	<ul style="list-style-type: none"> ➤ karakteristik individu calon kandidat ➤ platform kandindat ➤ pas recor kandidat
		2. Harga	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Harga ekonomo. ➤ Harga psikologi
		3. Tempat	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pemilihan tempat ➤ Segementasi
2	Kampanye Politik	1. Pemasaran langsung kepada calon pemilih	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pemasarana pada masyarakat langsung
		2. Pemasaran melalui tokoh-tokoh	Pemasaran melalui <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tokoh agama, tokoh pemuda dan masyarakat ➤ Kelompok-kelompok lembaga
		3. Pemasaran melalui media massa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pemasaran melalui media masa baik, fecbook, media cetak dan online.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Definisi metode penelitian kualitatif menurut Afifudin (2012:58), metode penelitian kualitatif ini sering disebut metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) atau dengan kata lain metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah (lawannya adalah eksperimen) dimana penelitian merupakan instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasinya.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pendekatan penelitian deskriptif atau melalui uraian-uraian yang menggambarkan dan menjelaskan subjek penelitian. Pendekatan dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah dalam penelitian kualitatif, dalam hal ini disebut kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan adalah data kualitatif, yaitu tidak menggunakan alat-alat pengukur. Metode menghasilkan data deskriptif baik berupa kata-kata ungkapan tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2005:P.63).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini akan dilaksanakan di wilayah Kabupaten Bima Nusa Tenggara Barat, yang berdasarkan dengan judul yang diangkat oleh

peneliti yang berkaitan tentang Strategi Koalisi Partai Politik Pendukung dalam Memenangkan Indah–Dahlan di Pilkada Kabupaten Bima 2020

3.3. Teknik Penetapan

Narasumber Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:219). Yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah para informan yang mengetahui dan dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini atau data yang dibutuhkan oleh peneliti tentang pola koalisi partai politik untuk memenangkan pasangan calon Indah-Dahlan dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Bima ialah dari partai-partai koalisi Indah-Dahlan

3.4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah pesan-pesan dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan literatur lain (Moleong, 2005:P.157). Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung oleh peneliti kepada sumbernya tanpa ada perantara. Peneliti mencari dan menemukan data pada informan baik melalui wawancara ataupun pengamatan langsung dilapangan. Pesan-pesan atau tindakan orang yang diamati atau

diwawancarai merupakan sumber data yang utama (Moleong, 2005:P.157). Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara menggali sumber asli langsung dari responden, pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan diperoleh melalui hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

3.4.2. Data Skunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian. Sumber data dalam penelitian kualitatif ini selain berupa pesan-pesan, bahasa dan tindakan dari informan juga dapat diperoleh melalui studi kepustakaan dengan media buku dan media internet untuk mendukung analisis dan pembahasan. Selain itu juga akan mengambil data dari arsip-arsip dan foto-foto pada saat penelitian berlangsung.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain ialah sebagai berikut:

3.5.1. Tekhnik Observasi

Menurut Kartono dalam Taufikurrahman (2017:38), observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala piskis dengan cara pengamatan dan pencatatan. Selanjutnya dikemukakan tujuan observasi adalah mengerti ciri-ciri dan luasnya

signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu.

3.5.2. tehnik Wawancara

Menurut Afifudin (2012:P.131), teknik wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara dapat dilakukan dengan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Teknik wawancara digunakan bertujuan untuk mendapatkan data dari informan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang terstruktur.

Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara terstruktur yang telah dirumuskan peneliti dan yang akan dilakukan kepada informan atau narasumber yang mengetahui dan dapat memberikan informasi atas rumusan masalah dalam penelitian ini tentang pola koalisi partai politik pendukung dalam memenangkan indah-dahlan pada pilkada kabupaten bima.

3.6. Tehknik Dokumentasi

Dalam Afifudin (2012:P.131), metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti, metode dokumenter ini merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari sumber non-manusia. Sumber data berupa dokumentasi sangatlah dibutuhkan untuk mendapatkan atau melengkapi dan memperkuat sumber data yang ada (Haris, 2012:P.144). Dengan studi dokumentasi mengumpulkan data dapat dilakukan dengan mencari dokumen atau data

yang berkaitan dengan fokus peneliti, baik data yang didapatkan berupa laporan tertulis ataupun laporan tidak tertulis dan juga data yang didapat dari media yang ada

3.7. Teknik Analisis data

Data Menurut Sugiyono dalam Taufikurrahman (2017:42), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai, bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu dan diperoleh data yang dianggap kredibel. Aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data sudah jenuh (Miles dan Huberman dalam Taufikurrahman, (2017:42)

3.7.1. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, fokus pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari lagi bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

3.7.2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyediakan data kalau dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, flowchart dan sejenisnya.

3.7.3. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya ialah penarikan kesimpulan, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data yang berikutnya. Tetapi apabila