SKRIPSI

MARKETING POLITIK IDHAM KHOLID PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF SERENTAK DI DAERAH PEMILIHAN III KABUPATEN MELAWI TAHUN 2024

Program Studi Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Administrasi

Disusun Oleh:

Nur Fatma Yanti Ilham

NIM. E1051211008

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SKRIPSI

MARKETING POLITIK IDHAM KHOLID PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF SERENTAK DI DAERAH PEMILIHAN III KABUPATEN MELAWI TAHUN 2024

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi

Disusun Oleh:

Nur Fatma Yanti Ilham

NIM. E1051211008

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

LEMBAR PENGESAHAN

MARKETING POLITIK IDHAM KHOLID PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF SERENTAK DI DAERAH PEMILIHAN III KABUPATEN MELAWI TAHUN 2024

Oleh:
Nur Fatma Yanti Ilham
NIM. E.1051211008

Dipertahankan di : Pontianak
Pada Hari/Tanggal : Selasa. 18 Maret 2025
Waktu : 13.00 – 15.00
Ruang : Ruang Sidang (1) Fisip Untan

Tim Penguji

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Saherimikio, M. Si	**Ahirul Habib Padilah, S.IP., M.I.Pol**
NIP. 19660504 199512 1 001	**NIP. 1992O512 202203 1 003**
Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Ori Fahriansyah, S.IP, M.Si	**Herri Junius Nge, S.Sos, M.Si**
NIP. 19691122 200212 1 002	**NIP. 19850609 201504 1 002**

Disahkan Oleh:
Dekan FISIP Untan

Dr. Herlan, S.Sos. M.Si
NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing politik yang diterapkan oleh Idham Kholid pada Pemilihan Umum Legislatif serentak tahun 2024 di Daerah Pemilihan III Kabupaten Melawi. Fokus penelitian adalah menganalisis pendekatan marketing politik yang digunakan untuk memperoleh dukungan pemilih. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan informan, serta dokumentasi. Subjek penelitian ditentukan secara *purposive sampling* meliputi kandidat, tim sukses, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, dan pemilih di Dapil III Kabupaten Melawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing politik Idham Kholid menggunakan penerapan 4p dari Niffenegger dan Butler & Collins dalam Firmanzah 2012. Pertama ada produk, produk yang tiwarkan oleh Idham Kholid dan partai pengusungnya adalah program kerja dan visi-misi, yang kedua adalah catatan masa lalu dari seorang Idham Kholid untuk mempengaruhi pemilih, dan yang ketiga ada ciri pribadi dari seorang Idham Kholid yang dikenal oleh masyarakat. kedua ada promosi yang dilakukan Idham Kholid dan tim pemengannya melalui kunjungan langsung ke masyarakat dan pertemuan tatap muka dan memanfaatkan media sosial dan pesan politik yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat lokal. Adapun harga yang dikeluarkan oleh Idham Kholid meliputi harga ekonomis yang mencakup biaya pengeluaran selama masa kampanye, harga psikologis berupa kenyamanan pemilih terhadap Idham Kholid, serta harga citra nasional yang merupakan kebanggaan pemilih terhadap Idham Kholid. Dan yang keempat ada penempatan, dengan Kecamatan Sayan sebagai tempat yang diprioritaskan oleh Idham Kholid dan tim suksesnya untuk memperoleh target perolehan suara tertinggi. Dan juga semua Kecamatan lain yang ada di Dapil III Kabupaten Melawi, dengan menempatkan tim suksesnya di setiap Kecamatan yang ada di dapil III Kabupaten Melawi.

Kata Kunci: Marketing Politik, Pemilihan Umum Legislatif, 4P Niffenegger (Produk, Promosi, Harga, Tempat).

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the political marketing strategy used by Idham Kholid in the 2024 simultaneous Legislative General Election in Electoral District III of Melawi Regency. The research focuses on the political marketing approach used to win the voter support. The research method is descriptive qualitative with data collection through in-depth interviews with informants and documentation. Purposive sampling was used to determine the research subjects, including candidates, campaign teams, community leaders, youth leaders, and voters in Electoral District III Melawi Regency. The results also indicated that Idham Kholid's political marketing strategy applied the 4p application from Niffenegger and Butler & Collins in Firmanzah (2012). First, there were products. The products offered by Idham Kholid and his supporting parties were work programs and visions and missions; second, the past record of an Idham Kholid to influence voters; and third, the personal characteristics of an Idham Kholid known by the community. In addition, there was a promotion carried out by Idham Kholid and his campaign team through direct visits to the community and face-to-face meetings and utilizing social media and political messages tailored to the needs of local communities. Idham Kholid's prices included economic prices, which were the expenses incurred during the campaign period, psychological prices in the form of voter comfort with Idham Kholid, and the price of a national image, which was the pride of voters towards Idham Kholid. The fourth was placement, with Sayan Sub-district as a place that Idham Kholid and his campaign team prioritized to get the highest vote target. He also placed his campaign team in each sub-district in electoral district III of Melawi Regency, and also all other sub-districts in electoral district III of Melawi Regency.

Keywords: Political Marketing, Legislative General Election, Niffenegger's 4P (Product, Promotion, Price, Place).

RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul "Marketing Politik Idham Kholid Pada Pemilihan Umum Legislatif Serentak Di Daerah Pemilihan III Kabupaten Melawi Tahun 2024" judul ini dipilih karena sosok dari Idham Kholid yang menarik perhatian, pasalnya Idham Kholid merupakan seorang pendatang baru di Kabupaten Melawi. Idham Kholid lahir dan besar di Cirebon Jawa Barat, pada pemilu tahun 2024 Idham Kholid mencalonkan dirinya sebagai anggota legislatif yang diusung oleh Partai Amanat Nasional. Idham Kholid yang merupakan seorang pendatang baru di dunia politik Kabupaten Melawi berhasil meraih suara sebanyak 3.325 suara, dan berhasil mendapatkan kursi di DPRD Kabupaten Melawi. Idham Kholid yang bukan merupakan putra asli dari Kabupaten Melawi berhasil dan mampu bersaing dengan calon legislatif yang lain, terbukti dengan total perolehan suara sebanyak 3.325 yang menjadikan Idham Kholid sebagai anggota legislatif.

Meskipun terhitung baru masuk dan menjadi kader Partai Amanat Nasional Idham Kholid sudah menduduki jabatan sebagai sekretaris DPD BM PAN Kabupaten Melawi, yang dimana organisasi ini adalah organisasi sayap kepemudaan dari Partai Amanat Nasional, salah satu partai politik di Indonesia. Organisasi ini bertujuan untuk menjadi wadah bagi para pemuda yang memiliki visi dan misi sejalan dengan PAN dalam berkontribusi untuk kemajuan bangsa. Barisan Muda PAN didirikan sebagai upaya partai untuk melibatkan generasi muda dalam proses politik dan pembangunan nasional. Mereka aktif dalam berbagai kegiatan seperti pengembangan kepemimpinan, pelatihan politik, dan program-program

sosial kemasyarakatan. Organisasi ini juga berperan dalam menyuarakan aspirasi kaum muda di dalam partai maupun di forum-forum publik.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Marketing Idham Kholid Pada Pemilihan Umum Legislatif Serentak Di Daerah Pemilihan III Kabupaten Melawi Tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis marketing politik yang digunakan oleh Idham Kholid dalam pemilihan umum legislatif di Dapil III Kabupaten Melawi tahun 2024. Manfaat dari penelitian ini secara teoritis adalah. Untuk memperkaya literatur tentang marketing politik dalam konteks pemilihan legislatif di tingkat kabupaten di Indonesia. Menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang marketing politik di daerah-daerah lain di Indonesia. Sedangkan manfaat praktisnya adalah. Bagi kandidat politik, memberikan referensi strategi marketing politik yang dapat diadaptasi untuk kampanye di masa depan. Bagi tim kampanye, menyediakan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan marketing politik di tingkat lokal. Bagi pemilih, Meningkatkan kesadaran tentang teknik marketing politik, membantu mereka menjadi pemilih yang lebih kritis.

Skripsi ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif untuk menjelaskan bagaimana Marketing politik Idham Kholid pada pemilihan umum legislatif serentak di daerah pemilihan III Kabupaten Melawi. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan beberapa informan, serta dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Niffenegger dan Butler & Collins (dalam Firmanzah 2012, h.199), dalam marketing politik digunakan

penerapan 4p bauran marketing, yaitu: Produk *(Product),* Promosi *(Promotion),* Harga *(Price),* dan Penempatan *(Place)*

Hasil dari penelitian ini adalah Idham Kholid berhasil menjadi anggota legislatif dengan menerapkan strategi marketing politik dengan cara menyampaikan visi-misi dan program kerja baik program kerja dari partai pengusungnya dan partai pengusungnya, Idham Kholid juga terkenal akan jiwa sosialnya yang tinggi, toleransi yang tinggi dan tidak membeda-bedakan struktur sosial masyarakat yang menjadikannya disenangi dan di terima baik oleh masyarakat dapil III. Ia juga dianggap telah memberikan citra positif sebagai seorang pemimpin. Promosi yang Idham Kholid dan tim suksesnya juga berhasil dalam menarik perhatian dari masyarakat pemilih, tidak hanya mendatangi rumah warga secara *door to door* tetapi Idham Kholid dan tim suksesnya juga melakukan promosi di media sosial dengan target pemilih generasi muda.

Peran partai pengusung juga besar terhadap kemenangan Idham Kholid pada pemilu legislatif tahun 2024 di dapil III Kabupaten Melawi dengan mendatangkan artis ibu kota seperti trio macan dan mempromosikan semua calon legislatif yang di usung oleh partai. Harga yang dipersiapkan Idham Kholid dan tim seperti harga ekonomi untuk membuat spanduk, kartu nama dll yang tentunya tidak sedikit. Idham Kholid juga terjun langsung kelapangan untuk memperkenalkan visi-misi dan dirinya secara langsung ke masyarakat untuk memenangkan pemilihan legislatif tahun 2024. Dan fokus penempatan dalam memetakan tiktik kampanye adalah strategi yang tepat untuk Idham Kholid dan tim suksesnya dalam melakukan kampanye secara langsung kepada masyarakat pemilih.

Saran untuk penelitian ini adalah bagi calon legislatif, penting membangun komunikasi politik intensif dengan masyarakat sepanjang waktu, bukan hanya menjelang pemilu. Mereka perlu strategi pemasaran politik yang komprehensif melalui media komunikasi baik tradisional maupun digital serta memiliki program kerja yang jelas sesuai kebutuhan masyarakat. Partai pengusung perlu seleksi ketat untuk calon legislatif dengan memastikan kapabilitas dan integritas mereka. Dukungan pelatihan dan bantuan teknis juga diperlukan untuk kampanye yang lebih baik. Tim sukses harus meningkatkan profesionalisme dalam kampanye dengan strategi yang efektif berbasis data. Masyarakat perlu lebih kritis dalam memilih dan aktif mencari informasi tentang calon legislatif untuk meningkatkan kualitas demokrasi. Partisipasi mereka dalam mengawasi kinerja wakil rakyat sangat diperlukan.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nur Fatma Yanti Ilham

Nomor Mahasiswa : E1051211008

Program Studi : Ilmu Politik

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pontianak……...
Yang membuat pernyataan

Nur Fatma Yanti Ilham

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Allah Punya Milyaran Pintu Rezeki, Milyaran Jalan Keluar, Milyaran Kemudahan, Kita Hanya Perlu Untuk Tidak Putus Asa Dengan Rahmat-Nya."

(Q.S At-Talaq:03)

"Jalan Yang Berat Dan Kasar Ini, Terlalu Sulit Di Jalani. Jika Tanpa Alasan."

(Baek Kang Hyuk `The Trauma Code Heroes On Call`)

Persembahan

"*Bismillahirrahmanirrahim,* Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT, kupersembahkan karya tulis sederhana ini untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta yakni Ayahanda Nur Ilham dan Ibunda Susi Yanti, yang dengan segala pengorbanan, kerja keras, dan kasih sayang tulusnya selalu mendukungku dalam setiap langkah. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibunda Susi Yanti yang selalu menemani setiap langkahku untuk menggapai cita-cita, yang selalu mendoakanku setiap harinya, memberikan semangat dan mendukungku saatku merasa tidak yakin akan diriku sendiri. Terima kasih atas waktu yang dihabiskan untuk menemani anak perempuanmu ini untuk melakukan penelitian, dalam karya tulis sederhana ini aku persembahkan untuk Ibuku tercinta yang memiliki peran penting dalam setiap langkahku untuk menyelesaikan karya tulis ini. Dan terima kasih yang sedalam-dalamnya untuk Ayahanda Nur Ilham yang

selalu memberikan kepercayaan kepada anak perempuannya ini untuk melangkah lebih jauh dalam menggapai cita-cita. Terima kasih sudah berjuang dan menjadi teladan yang baik untuk anak-anakmu, terima kasih sudah banyak berkorban demi anak-anakmu. Terima kasih sudah mengusahakan yang terbaik untukku, doa dan motivasi serta dukungan ayah dan ibu menjadi kekuatan besar untukku sehingga berhasil menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar sarjana. Terima kasih sudah mengantarkan aku untuk berada di tempat ini. Ayah ibu anak perempuanmu ini telah dewasa dan siap untuk menggapai mimpi yang lebih tinggi lagi.

2. Terima kasih untuk kakakku yakni Lia Purnamasari, walaupun aku adik yang sangat menyebalkan tapi terima kasih untuk kasih sayangmu yang tulus dan terima kasih untuk dukungan yang kau berikan selama ini. Dan terima kasih untuk adikku yakni Nur Azizah Waffiyatun dan almarhum adikku Mahdi Hafis Ilham, terima kasih sudah menjadi penyemangatku. Dan untuk almarhum adikku terima kasih sudah hadir di tengah-tengah kami walaupun hanya sebentar.
3. Terima kasih kepada abang iparku Nur Adisan untuk dukungan moril dan materil yang telah diberikan kepadaku selama perkuliahan ini, dan keponakanku yang lucu Zahra Nafiza terima kasih sudah menjadi penyemangat.
4. Terima kasih kepada pamanku Alfian, S.E selalu mendukung perkuliahanku dan membantu dalam mendanai perkuliahanku.

5. Terima kasih kepada keluarga besarku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, atas dukungannya selama ini. Terima kasih kepada kakek, nenek, paman, bibi, dan sepupu-sepupuku.
6. Terima kasih untuk sepupuku Putri Dwi Gisela yang selalu menemaniku dari kecil yang selalu kuanggap sebagai adikku. Semoga kita berdua bisa lulus bersama dan selalu bersama selamanya. Tetap jadi sepupuku selamanya yang tidak pernah meninggalkanku dalam kondisi apa pun.
7. Terima kasih untuk sahabat sejatiku Tia Pratiwi, Lorensiana Dea Angelina, Siti Munira, dan Wisnu Fahrizal terima kasih telah hadir di hidupku, terima kasih sudah selalu membantuku dalam kondisi apa pun, menemaniku kemana pun, dan terima kasih telah menjadi teman yang lucu dan seru yang hadir di hidupku. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan hidupku, yang selalu menghiburku dan selalu mendengar keluh kesahku.
8. Terima kasih untuk sepupuku Hamdani Rahman yang selalu membantuku dan menemaniku berpergian kemana pun.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada ALLAH SWT atau rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulisan skripsi yang berjudul : “Marketing Politik Idham Kholid Pada Pemilihan Umum Legislatif Serentak Di Daerah Pemilihan III Kabupaten Melawi” ini dapat diselesaikan dengan baik tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir dan merupakan kewajiban yang harus dipenuhi sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak. Selanjutnya peneliti menyadari akan kekurangan dari penulisan skripsi ini, karena hasil yang dicapai melalui skripsi ini baru merupakan langkah awal dari suatu perjalanan panjang khasanah ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan berbagai bantuan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada:

1. Dr. Herlan, S.Sos, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Seherimiko, M.Si. selaku dosen pembimbing pertama peneliti, yang telah mengarahkan dan memberi dukungan selama bimbingan.

3. Ahirul Habib Padilah, S.IP., M.I.Pol, selaku dosen pembimbing kedua peneliti yang telah banyak mengajarkan, mengarahkan, dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyusun Skripsi ini.
4. Drs. Asmadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) selama peneliti menjalani perkulian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Kota Pontianak.
5. Ori Fahriansyah, S.IP, M.Si selaku dosen penguji pertama, yang telah banyak memberikan masukan dan saran demi kesempurnaan Skripsi ini.
6. Herri Junius Nge, S.Sos, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, dan selaku dosen penguji kedua yang telah banyak memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan Skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Staf Tata Usaha, Akademik, dan Staf Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura yang telah memberi dukungan selama perkuliahan.
8. Teman-teman program studi Ilmu Politik angkatan 2021 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, yang telah memberikan semangat dan dukungan.

Akhir kata penulisan Skripsi ini tentunya peneliti tidak lepas dari kekurangan sehingga peneliti membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna memperbaiki dan menyempurnakan Skripsi ini. Dan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pontianak, 12 Februari 2025

NUR FATMA YANTI ILHAM
E1051211008

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xiv**
DAFTAR ISI ..... **xvii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xx**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 13
1.3 Fokus Penelitian 13
1.4 Rumusan Masalah Penelitian 13
1.5 Tujuan Penelitian 14
1.6 Manfaat Penelitian 14
1.6.1 Manfaat Teoritis 14
1.6.2 Manfaat Praktis 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Pemilihan Umum Legislatif 15
2.2 Sistem Proporsional Dalam Pemilihan Umum Legislatif 17
2.3 Asas Luber Jurdil 20
2.4 Badan Legislatif 22
2.5 Marketing Politik 24
2.6 Teori Marketing politik 28
2.7 Hasil Penelitian Relevan 31
2.8 Alur Pikir Penelitian 33
2.9 Pertanyaan Penelitian 36
BAB III METODE PENELITIAN **37**
3.1 Jenis Penelitian 37
3.2 Langkah-Langkah Penelitian 37
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 38
3.3.1 Lokasi Penelitian 38
3.3.2 Waktu Penelitian 39
3.4 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian 40
3.4.1 Subjek Penelitian 40
3.4.2 Objek Penelitian 41
3.5 Teknik Pengumpulan Data 41
3.6 Instrumen Pengumpulan Data 42
3.6.1 Analisa Data 42
3.6.2 Teknik Keabsahan Data 43
3.7 Teknik Analisa Data 44
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN **46**
4.1 Kondisi Geografis Kecamatan Tanah Pinoh 46
4.2 Pemerintahan Kecamatan Tanah Pinoh 47
4.3 Penduduk Dan Agama Di Kecamatan Tanah Pinoh 48

4.4 Perekonomian Kecamatan Tanah Pinoh 50
4.5 Profil Anggota Legislatif terpilih Idham Kholid..... 51
BAB V PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN 53
5.1. Produk *(Product)*..... 54
5.1.1. *Party Platform* (Platform Partai)..... 54
5.1.2. *Past Record* (Catatan Yang Dilakukan Dimasa Lampau)..... 58
5.1.3 *Personal Characteristic* (Ciri Pribadi)..... 63
5.2 Promosi *(promotion)* 66
5.3 Harga *(price)* 73
5.4 Penempatan *(place)*..... 77
BAB VI PENUTUP 83
6.1 Kesimpulan..... 83
6.2 Saran..... 86
6.3 Kerbatasan Penelitian..... 87
DAFTAR PUSTAKA..... 89
Buku 89
Jurnal 90
Website..... 92

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Daftar Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Melawi Pada Pemilihan Umum Di Dapil III Tahun 2024..... 7

1.2 Perolehan Suara Idham Kholid Perkecamatan Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Dapil III Kabupaten Melawi Tahun 2024..... 8

3.1 Waktu Penelitian..... 40

4.1 Distribusi Presentase Penduduk Dan Kepadatan Penduduk Berdasarkan Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Desa Di Kecamatan Tanah Pinoh Tahun 2024..... 49

5.1 Perolehan Suara Idham Kholid Perkecamatan Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Dapil III Kabupaten Melawi Tahun 2024..... 79

DAFTAR GAMBAR

2.1. Alur Pikir Penelitian 35
4.1. Peta Kecamatan Tanah Pinoh..... 47
4.4. Profil Anggota Legislatif Terpilih Idham Kholid..... 51
5.1. Foto Idham Kholid Bersama Para Pemain Volly..... 61
5.2. Foto Pembukaan Open Turnamen Matahari Cup Oleh Bupati Kabupaten Melawi..... 63
5.3. Foto Spanduk Idham Kholid Dan Tim Pemenangan Idham Kholid..... 69
5.4. Foto Kampanye Akbar PAN Di Desa Loka Jaya Kabupaten Melawi..... 71
5.5. Foto Kampanye Idham Kholid Di Desa Tanjung Gunung..... 81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara..... 93
Lampiran II Dokumentasi Penelitian Bersama Informan..... 97
Lampiran III Daftar Informan..... 104
Lampiran IV Daftar Riwayat Hidup..... 105
Lampiran V Surat Tugas Penelitian..... 107

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan Umum adalah suatu cara untuk memilih wakil wakil rakyat serta merupakan salah satu bentuk pelayanan hak-hak asasi warga negara bidang politik. Jadi, sudah menjadi keharusan pemerintahan demokrasi untuk melaksanakan pemilu dalam waktu-waktu yang telah ditentukan terutama di Indonesia, pemilu dilaksanakan sebagai perwujudan demokrasi (Wawointana., et.al, 2021).

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Indonesia sebagai negara demokrasi menjadikan pemilu sebagai praktek politik untuk terbentuknya suatu pemerintahan perwakilan. Ciri dari sebuah negara demokrasi adalah keterlibatan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan pemilu. Pemilu berfungsi sebagai pergantian dan perebutan kekuasaan yang dilakukan dengan regulasi, norma, dan etika sehingga penentuan pemerintahan yang akan berkuasa dapat dilakukan secara damai dan beradab (Kurniawansyah, 2021).

Pemilu merupakan salah satu ciri dari sistem politik demokrasi. Pemilu dan institusi legislatif yang dihasilkannya merupakan penghubung yang sah antara rakyat dan pemerintah dalam suatu masyarakat demokrasi, sebagai sarana artikulasi dan agregasi kepentingan bagi rakyat (Sepriansyah., et.al, 2021).

Dalam melaksanakan kegiatan politik diperlukan strategi politik untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam setiap pemilu, tidak ada satu pun partai atau kandidat yang ingin kalah dari partai atau kandidat lain. Semua partai atau kandidat berharap dapat meraih kemenangan. Untuk bisa menang dalam pemilu, partai atau kandidat mutlak membutuhkan strategi-strategi pemenangan yang tepat. Sebab tanpa strategi, kemenangan sangat tidak mungkin untuk didapatkan (Sepriansyah., et.al, 2021). Partai politik dan kandidat dalam peserta pemilu tahun 2024, tentunya menggunakan strategi marketing politik untuk memperoleh suara dan dukungan dari masyarakat. Hal ini sangat diperlukan oleh parpol dan kandidat dalam mengikuti kontestasi politik.

Menurut Andrianus Pito, (2013: 24 dalam Korompis et., al 2022), *Political marketing* adalah segala cara yang dipakai dalam kampanye politik untuk mempengaruhi pilihan para pemilih. Cara tersebut akan membentuk suatu rangkaian makna politik secara otomatis di dalam pikiran para pemilih dalam menjatuhkan pilihannya. Makna politik inilah yang menentukan pihak mana yang akan dipilih. Penerapan strategi *political marketing* dalam Pemilu legislatif dapat membantu kandidat dan masyarakat dalam menyukseskan pelaksanaan Pemilu legislatif. Melalui *political marketing*, kandidat berusaha meyakinkan pemilih bahwa suatu kandidat atau Partai politik layak untuk dipilih. Kandidat atau Partai

politik meyakinkan pemilih dengan menawarkan produk politik yang sesuai dengan keinginan para pemilih.

Dengan adanya pemilu sebagai salah satu agenda demokrasi di Indonesia, telah membuka ruang baru bagi kontestasi politik antar aktor di daerah. Berbagai strategi dilancarkan para kandidat demi memenangkan pertarungan politik pada pemilihan legislatif. Strategi marketing politik dalam pemilihan legislatif pada dasarnya merupakan suatu cara atau strategi yang digunakan dalam kampanye politik untuk mempengaruhi pilihan para pemilih. Dimana cara atau strategi yang digunakan akan membentuk suatu rangkaian makna politis di dalam pikiran para pemilih dan makna politis inilah yang akan mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihannya.

Pemilu legislatif serentak tahun 2024 menjadi momentum penting dalam perjalanan demokrasi di Indonesia, termasuk di tingkat daerah terkhusus di dapil III Kabupaten Melawi, dalam konteks politik ini, berbagai strategi marketing politik digunakan oleh para kandidat untuk menarik simpati dan dukungan dari masyarakat. Hal ini tidak terkecuali bagi Idham Kholid yang berkompetisi di daerah pemilihan III Kabupaten Melawi. Marketing politik sebagai pendekatan sistematis dalam mengkomunikasikan visi, misi, dan program kerja kepada pemilih menjadi instrument penting yang menentukan keberhasilan seseorang kandidat dalam pemilu, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana strategi marketing politik yang diterapkan oleh Idham Kholid dalam upayanya meraih dukungan masyarakat pada pemilu legislatif serentak tahun 2024.

Dikutip dari *melawinews, 2022*. Kabupaten Melawi merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Barat. Kabupaten Melawi yang terletak di Provinsi Kalimantan Barat, memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang unik. Hal ini tentunya mempengaruhi pendekatan marketing politik yang digunakan oleh Idham Kholid dalam upayanya memenangkan kursi legislatif. Kabupaten Melawi di bagi menjadi IV Daerah Pemilihan (dapil). Adapun yang merupakan dapil I meliputi Kecamatan Nanga Pinoh, Pinoh Selatan, dan Pinoh Utara. Dapil II meliputi Kecamatan Ella Hillir, dan Menukung. Dapil III meliputi Kecamatan Tanah Pinoh, Tanah Pinoh Barat, Sayan, dan Sokan. Dan dapil IV meliputi Kecamatan Belimbing dan Belimbing Hulu.

Idham Kholid sendiri merupakan salah satu kandidat dalam pemilu legislatif serentak tahun 2024 di dapil III Kabupaten Melawi, tentunya juga menerapkan strategi marketing politik dalam kampanyenya. Idham Kholid merupakan salah satu calon anggota legislatif yang berasal dari Partai Amanat Nasional yang mewakili dapil III Kabupaten Melawi, yang meliputi Kecamatan Tanah Pinoh, Kecamatan Tanah Pinoh Barat, Sayan, dan Sokan. Idham Kholid berhasil mendapatkan suara sebanyak 3. 325 suara dan berhasil mendapatkan 1 (satu) kursi di DPRD Kabupaten Melawi. Apabila dilihat lebih mendalam, sosok Idham Kholid ini merupakan seorang ‘pendatang baru’ dalam dunia politik di Kabupaten Melawi. Idham Kholid yang merupakan calon legislatif dari partai Amanat Nasional bukanlah putra asli yang berasal dari Kabupaten Melawi, melainkan Idham Kholid lahir dan besar di Cirebon Jawa Barat.

Idham Kholid lahir di Cirebon 18 Desember 1990. Adapun riwayat pendidikan Idham Kholid, beliau lulusan D3 Politeknik Megatek Purworejo dan Lulus pada tahun 2013, data ini diperoleh dari profil calon legislatif. Meskipun terhitung baru terjun ke politik dan baru menjadi kader partai Amanat Nasional. Idham Kholid sudah mendudukin jabatan sebagai sekretaris DPD BM PAN Kabupaten melawi.

Barisan Muda Partai Amanat Nasional (PAN) merupakan sayap kepemudaan dari Partai Amanat Nasional, salah satu partai politik di Indonesia. Organisasi ini bertujuan untuk menjadi wadah bagi para pemuda yang memiliki visi dan misi sejalan dengan PAN dalam berkontribusi untuk kemajuan bangsa. Barisan Muda PAN didirikan sebagai upaya partai untuk melibatkan generasi muda dalam proses politik dan pembangunan nasional. Mereka aktif dalam berbagai kegiatan seperti pengembangan kepemimpinan, pelatihan politik, dan program-program sosial kemasyarakatan. Organisasi ini juga berperan dalam menyuarakan aspirasi kaum muda di dalam partai maupun di forum-forum publik.

Idham Kholid sebelum terjun ke dunia politik, merupakan seorang pekerja swasta disebuah perusahaan kelapa sawit, yaitu PT Adau yang terletak di Kabupaten Melawi. Awalanya Idham Kholid hanya sebatas karyawan biasa, hingga akhirnya ia dipercaya untuk menjadi menejer di Perusahaan kelapa sawit tersebut. Idham Kholid sendiri kurang lebih sudah delapan tahun menetap dan tinggal di Kecamatan Sayan, Kabupaten Melawi. Beliau sendiri menikah dengan Istrinya yang bernama Dayang Rahmah yang berasal dari Kecamatan Sayan.

Awal mulanya Partai Amanat Nasional melirik istri dari Idhan Kholid untuk dicalonkan sebagai calon legislatif, sebelumnya istri dari Idham Kholid sendiri pernah mencalonkan dirinya pada pemilu tahun 2019 lalu dari partai Golongan Karya, namun beliau gagal bersaing dan memperebutkan kursi di DPRD Kabupaten Melawi. Pada tahun 2024 PAN ingin merekrut istrinya untuk kembali menjadi calon legislatif. Karena ada berbagai macam pertimbangan pada akhirnya PAN merekrut Idham Kholid untuk masuk dan menjadi kader PAN.

Idham Kholid awal bergabung dan menjadi kader PAN pada tahun 2022 dan menduduki jabatan sebagai sekretaris DPD BM PAN Kabupaten Melawi. Idham Kholid, dikenal dekat dengan para pemuda, dan membaur dengan segala kalangan. Sebelum masuk dan menjadi kader PAN beliau menjabat sebagai menejer di Perusahaan kelapa sawit, selama menjadi menejer beliau banyak sekali membantu masyarakat terkhususnya masyarakat di Kecamatan Sayan, Sokan, Tanah Pinoh, dan Tanah Pinoh Barat untuk masuk dan bekerja di Perusahaan yang dipimpin olehnya. Sosok yang akrab dipanggil mas Idham tersebut, banyak berkontribusi dibidang olah raga. Beliau banyak membantu mendanai berbagai macam turnamen olah raga yang ada di dapil III. Mungkin ini salah satu strateginya untuk menarik perhatian pemilih. Dengan diadakannya turnamen olah raga masyarakat lebih antusias dan ini merupakan modal baginya untuk lebih dikenal di masyarakat.

Dengan latar belakang Idham Kholid yang masih baru di dunia politik, Idham Kholid mampu bersaing dengan para lawan politiknya pada pemilu tahun 2024 di dapil III Kabupaten Melawi. Ini menunjukan bahwa strategi marketing politik yang digunakan Idham Kholid mampu untuk mempengaruhi pemilih pada

pemilu legislatif tahun 2024 di dapil III Kabupaten Melawi. Meskipun terhitung baru terjun ke dunia politik Idham Kholid mampu meraih suara terbanyak ketiga di dapil III kabupaten Melawi dengan perolehan suara sebanyak 3. 325 suara. Berikut merupakan tabel perolehan suara sah menurut Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Melawi Nomor 401 Tahun 2024.

Tabel 1.1
Daftar Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Melawi Pada Pemilihan Umum Di Dapil III Tahun 2024

No	CALON TERPILIH	PEROLEHAN SUARA	NOMOR URUT	NAMA PARTAI
1	Hendegi Januardi Usfa Yursa,S.IP	6.417	1	PAN
2	Ogie Tadeo	1.864	9	PDIP
3	**Idham Kholid, A.Md.**	**3.325**	**5**	**PAN**
4	Aisa Amini, S.K.M	3.833	1	PPP
5	Untung Admanegara, S.Pd	1.609	5	GOLKAR
6	Tri Susanti	2.428	3	PAN
7	Abang Ahmadin, S. Sos., M. Sos	1.778	2	PDIP
8	Ifran Pebriyan	1.138	1	PKS
9	Roy Melky Sianipar, S.H	1.926	2	PAN

Sumber: JDIH KPU Kab. Melawi, 2024

Dari tabel di atas terlihat bahwa perolehan suara yang diraih Idham Kholid dari Partai Amanat Nasional sebanyak 3.325 suara. Idham Kholid mampu bersaing dengan lawan politiknya meskipun beliau pendatang baru dalam dunia politik. Banyak hal yang harus dilakukan untuk bersaing, untuk melawan calon legislatif lain dan dari partai politi lain, dan banyak cara yang dilakukan untuk mendapatkan simpati pemilih. Agar dapat memperoleh suara terbanyak, maka perlu marketing

politik untuk meraih suara mayoritas masyarakat. Untuk dapat menetapkan pilihan yang tepat, kita harus memiliki kemampuan untuk mengenali pola dasar strategi marketing politik apa yang diperlukan.

Tabel 1.2
Perolehan Suara Idham Kholid Perkecamatan Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Dapil III Kabupaten Melawi Tahun 2024

No	KECAMATAN	PEROLEHAN SUARA
1	Tanah Pinoh	703 Suara
2	**Sayan**	**1671 Suara**
3	Sokan	717 Suara
4	Tanah Pinoh Barat	234 Suara
TOTAL		**3.325 Suara**

Sumber: https://pemilu2024.kpu.go.id/, Data diolah oleh penulis

Sebagai perbandingannya, terlihat pada tabel diatas bahwa suara terbanyak yang diraih oleh Idham Kholid yaitu di Kecamatan Sayan dengan mendapatkan suara sebanyak 1671 pada pemilu legislatif tahun 2024. Dengan melihat perolehan suara Idham Kholid di Kecamatan Sayan sebanyak 1671, itu telah membuktikan bahwa dengan satu Kecamatan saja Idham Kholid bisa lolos ke kursi DPRD, ditambah gabungan dari Kecamatan yang lainnya ini membuktikan bahwa Idham Kholid mampu bersaing dengan calon petahana maupun calon legislatif yang lain.

Persaingan yang semakin ketat menuntut para kandidat berupaya lebih kuat menarik simpati calon pemilih. Para kandidat harus bisa memperkenalkan diri mereka ke publik dan meyakinkan calon pemilih bahwa mereka layak mengemban amanah yang dititipkan masyarakat. Pendekatan marketing politik menjadi pilihan Idham Kholid dan tim pemenanganya dalam menghadapi persaingan di pemilu legislatif pada tahun 2024.

Marketing politik tidak bisa dilakukan melalui proses instan. Banyak proses yang harus dilalui, sebagai tim pemenang mereka sangat memperjuangkan penuh untuk kemenangan calon yang didukungnya. Tim pemenang Idham Kholid di dapil Melawi III ini berusaha menarik suara masyarakat di 4 Kecamatan dengan cara mempromosikan serta menunjukan visi misi dan program-program kerja unggulan dari Idham Kholid. Bagi masyarakat yang sudah mengetahui visi misi serta program kerja tersebut maka akan secara otomatis memilih Idham Kholid, jika visi misi yang ditunjukan atau diperlihatkan cocok dengan apa yang mereka butuhkan. Apa yang dilakukan oleh tim pemenangan dan Idham Kholid di dapil Melawi III ini sesuai dengan teori Niffenneger yaitu istilah 4P (product, promotion, price dan place) dengan begitu tim pemenang berusaha mencari suara pemilih terbanyak.

Pertama produk/*product* politik, produk utama dari partai politik tentunya adalah platform atau paradigma partai yang mengandung konsep, identitas ideologis dan program kerja dari partai politik itu sendiri. Dalam hal ini perlu dilihat bagaimana *platform* partai pendukung, *track record* pasangan calon dan karakteristiknya. Hal yang dibangun oleh Idham Kholid dan tim pemenangnya dalam memasarkan produk politik adalah dengan meyakinkan masyarakat tentang *platform* partai. Selain itu juga Idham Kholid dan tim pemenang melakukan komunikasi politik kepada masyarakat dengan cara bersilaturahmi (berkunjung langsung ke setiap rumah warga atau masyarakat) dan juga berdialog untuk menyampaikan visi, misi dan juga program-program selama masa kampanye. Menyerap aspirasi warga atau masyarakat. Berharap agar kiranya warga atau masyarakat dapat memenangkan PAN pada Pemilu 2024 dengan memilih kader-kader terbaik PAN untuk mewakili suara masyarakat di

Legislatif. Selain itu juga PAN melakukan kampanye akbar pada saat pemilu legislatif tahun 2024, yang dimana mereka menampilkan hiburan rakyat dengan mengundang artis ibu kota seperti (Trio Macan). Tidak hanya itu saja kampanye tersebut diiringi dengan pengobatan massal gratis untuk seluruh masyarakat dapil III Kab. Melawi, untuk menarik simpatisan pemilih. Kampanye akbar dan pengobatan gratis tersebut dilaksanakan di Kecamatan Tanah Pinoh Kab. Melawi.

Kedua Promosi/*promotion,* merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Begitu pula dengan promosi dalam politik Idham Kholid dimana tim pemenangannya akan turun langsung ke lapangan untuk mempromosikan calon legislatifnya dengan menggunakan beberapa program-program yang sudah disiapkan untuk masyarakat serta menyakinkan bahwa calon yang dibawanya itu berbeda dengan calon-calon yang lain. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan ini tentunya akan menghasilakn suara pemilih terbanyak.

Salah satu bukti kekuatan Idham Kholid dan tim pemenangan saat kampanye politik yang dimiliki oleh Idham Kholid bagaimana tim pemenenangan bersama Idham Kholid dapat melakukan kampanye politik seluruh dapil III yang berjumlah IV Kecamatan, hal ini dapat menjadi nilai lebih dari pada calon yang lain, dimana Idham Kholid dapat menyampaikan program kerjanya langsung kemasyarakat dan memiliki kedekatan dengan masyarakat. Kedekatan inilah yang menjadi keyakinan bagi Idham Kholid sehingga melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat sebagai calon pemilih karena pemilu legislatif ini merupakan satu bentuk kompetisi politik. Kompetisi yang mengharuskan Idham Kholid sebagai salah satu

kompetitor untuk menggalang dukungan suara, baik golongan pemilih yang sudah ada maupun membentuk golongan pemilih baru.

Ketiga harga/*price* dalam marketing politik mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Dari biaya iklan, publikasi, biaya "rapat akbar" sampai ke biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis, mengacu pada harga persepsi psikologis dari pemilih terhadap tokoh. Hal ini berupa kenyamanan atau ketidaknyamanan untuk memilih orang dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan atau lainnya. Harga image kedaerahan, berupa image yang selama ini diberikan oleh pemilih terhadap kandidat. Penggunaan dana pada saat kampanye itu sepenuhnya diperuntukan untuk mendanai setiap proses kampanye yang dilakukan baik itu dalam kampanye sosialisasi ke masyarakat, pemasangan iklan (media cetak atau eletronik), dan pencetakan spanduk sekalipun. Semua dana yang dikeluarkan pada saat kampanye ini bertujuan agar calon legislatif yang diusung menang. Besaran jumlah dana pada saat kampanye itu tergantung pada seberapa besar jumlah nomial yang digunakan oleh tim pemenang untuk berkampanye. Jumlah nominal yang digunakan oleh tim pemenang pun berbeda-beda.

Keempat tempat/*place* ini berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Kampanye politik memang harus bisa menyentuh segenap lapisan masyarakat. Berarti, sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu secara geografis, demografis maupun berdasarkan keberpihakan pemilih.

Idham Kholid lebih memfokuskan pada Kecamatan Sayan, terlihat bahwa perolehan suara Idham Kholid di Kecamatan Sayan tanpa gabungan perolehan suara dari Kecamatan lain pun satu Kecamatan tersebut bisa mengantarkan Idham Kholid ke kursi DPRD. Idaham Kholid beserta tim pemenang juga berusaha untuk mendatangi tempat tokoh politik, tokoh adat dan tokoh agama dengan melibatkan mereka dalam kampanyenya maka diharapkan dapat meraih suara banyak dalam pemilu legislatif ini. Tokoh-tokoh tersebut mempunyai peranan penting untuk memobilisasi massa yang diinginkan oleh Idham Kholid beserta tim pemenangnya. Karena mereka mempunyai kekuasaan yang secara potensial untuk menggalang dukungan masyarakat.

Ketatnya peta persaingan di dapil III Kabupaten Melawi membuat Idham Kholid dan tim suksesnya harus bekerja ekstra keras. Mencermati kondisi yang demikian, strategi seperti apakah yang sekiranya bisa membantu Idham Kholid, untuk dapat memenangi pemilu tahun 2024. Mengingat peta persaingan yang semakin ketat, bukan hanya dari rekan-rekan separtainya saja melainkan calon-calon dari partai lain yang turut bertanding dalam pemilu tahun 2024.

Sebagai seorang pendatang baru di dunia politik tentu tidak mudah bagi seorang Idham Kholid dalam meraih suara, akan tetapi dalam pemilu tahun 2024 Idham Kholid mampu membuktikan dan mampu mendapatkan hasil terbaik dari hasil pemilu. Tentu dalam hal ini Idham Kholid menggunakan strategi marketing politiknya untuk mendapatkan dan meraih suara agar dipilih oleh masyarakat. Dari penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengetahui tentang bagaimana marketing politik yang dilakukan oleh Idham Kholid sehingga bisa mengantarkannya pada kursi

parlemen. Oleh karena itu peneliti mengajukan penelitian yang berjudul “Marketing Politik Idham Kholid Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024 di Dapil III Kabupaten Melawi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah dikemukakan dalam penelitian ini maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Idham Kholid yang merupakan pendatang baru mampu bersaing dengan para lawan politiknya pada pemilu di dapil III Kabupaten Melawi tahun 2024.
2. Idham Kholid merupakan kader dari partai Amanat Nasional, meskipun baru menjadi kader partai amanat nasional. Idham Kholid menduduki jabatan sebagai sekretaris DPD BM PAN Kabupaten Melawi.
3. Idham Kholid yang merupakan calon legislatif dari partai Amanat Nasional, yang mewakili dapil III Kabupaten melawi bukanlah putra asli dari Kabupaten Melawi. Melainkan Idham Kholid lahir dan dibesarkan di Cirebon Jawa Barat.

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada marketing politik yang digunakan Idham Kholid dalam pemilu legislatif tahun 2024 di Dapil III Kabupaten Melawi sehingga terpilih menjadi anggota legislatif pada pemilihan umum serentak tahun 2024.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana Marketing Politik Idham

Kholid pada Pemilihan Umum Legislatif di Dapil III Kabupaten Melawi tahun 2024?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis marketing politik yang digunakan oleh Idham Kholid dalam pemilu legislatif di Dapil III Kabupaten Melawi tahun 2024.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Memperkaya literatur tentang marketing politik dalam konteks pemilihan legislatif di tingkat kabupaten di Indonesia.
2. Menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang marketing politik di daerah-daerah lain di Indonesia

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi kandidat politik: Memberikan referensi strategi marketing politik yang dapat diadaptasi untuk kampanye di masa depan.
2. Bagi tim kampanye: Menyediakan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan marketing politik di tingkat lokal.
3. Bagi pemilih: Meningkatkan kesadaran tentang teknik marketing politik, membantu mereka menjadi pemilih yang lebih kritis.