

SKRIPSI

**STRATEGI KEMENANGAN A. IAN ALI BAAL
MASDAR PADA PEMILIHAN UMUM DPD RI DAPIL
SULAWESI BARAT TAHUN 2024- 2029**



AHMAD YUSRIL

F0120305

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK DAN
HUKUM UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI KEMENANGAN A. IAN ALI BAAL
MASDAR PADA PEMILIHAN UMUM DPD-RI DAPIL
SULAWESI BARAT TAHUN 2024-2029

NAMA : AHMAD YUSRIL

NIM : F0120305

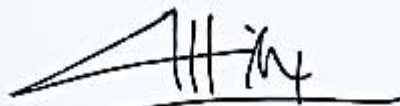
PROGRAM STUDI : ILMU POLITIK

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan pada ujian hasil skripsi

Majene, 22 Mei 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Muhammad, S.IP, M.Si
NIP: 198707022015041001

Pembimbing II



Ariani, S.IP, M.Si
NIP: 198406242019032017

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Thamrin Pawalluri, S.Pd., M.Pd

NIP: 197001311998021005

SKRIPSI

**STRATEGI KEMENANGAN A. IAN ALI BAAL MASDAR PADA
PEMILIHAN UMUM DPD-RI DAPIL SULAWESI BARAT TAHUN 2024-
2029**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AHMAD YUSRIL

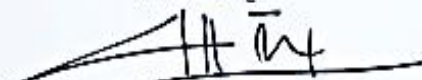
F0120305

Telah diujikan didepan Dewan Penguji

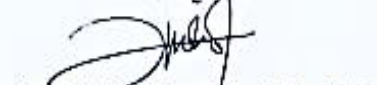
Pada tanggal, 22 Mei 2025 dan dinyatakan LULUS

Susunan Dewan Penguji:

Pembimbing I


Muhammad S.I.P., M.Si
NIP: 198707022015041001

Penguji I


Nurfaatih Nasiruddin, S.I.P., M.Si
NIP: 199204142022032012

Pembimbing II


Asriani, S.I.P., M.Si
NIP: 198406242019032017

Penguji II


Aco Nata Saputra, S.I.P., M.Si
NIP: 198709232119031007

Penguji III


Prof. Dr. H. Burhanuddin, M.Si
NIP: 196209101989031004

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ahmad Yusril

Nim : F0120305

Program studi : Ilmu Politik

Menyatakan bahwa karya ini merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan karya plagiasi atau karya orang lain. Jika ditemukan bahwa saya terbukti plagiat atau membuat karya ini bukan dengan hasil usaha sendiri, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan, termasuk dicabut gelar keserjanaan yang telah saya peroleh dan diajukan ke muka hukum.

Majene, 22 Mei 2025



Ahmad Yusril

ABSTRAK

STRATEGI KEMENANGAN A. IAN ALI BAAL MASDAR PADA PEMILIHAN UMUM DPD RI DAPIL SULAWESI BARAT TAHUN 2024- 2029

AHMAD YUSRIL
F0120305

Strategi Politik ialah strategi kampanye politik untuk membangun makna politis yang ada di dalam pikiran masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi mereka dalam memilih kandidat atau partai politik tertentu. Dalam konteks pemilu, strategi politik memiliki tujuan akhir yakni untuk mengarahkan calon yang didukung untuk mendapatkan jabatan publik melalui pemilihan umum. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi politik yang digunakan oleh A. Ian Ali Baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DPD-RI Dapil Sulawesi Barat Tahun 2024-2029. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif, yakni data yang berupa kata-kata atau gambar yang di peroleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen lainnya. Mendeskripsikan permasalahan dan mendapatkan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan teori yang dikembangkan oleh Adman Nursal (2004) tentang strategi marketing politik. Teori ini dikenal sebagai pendekatan pasar dalam pemasaran politik. Hasil Penelitian Strategi Kemenangan A. Ian Ali Baal Masdar Pada Pemilihan Umum DPD-RI DAPIL Sulawesi Barat Tahun 2024-2029. Modalitas yang dimiliki A. Ian Ali Baal Masdar sangat berpengaruh di masyarakat, modal sosial, politik, ekonomi yang sejalan dengan strategi politik. Namun Modal Sosial sangat menonjol karena banyak faktor, mulai dari keluarga dan lingkungan relasi Ian Ali Baal Masdar. Strategi Politik A. Ian Ali Baal Masdar lebih memilih untuk turun langsung mendengarkan aspirasi, dari pengalaman-pengalaman kampanye sebelumnya A. Ian Ali Baal Masdar, sangat intens melakukan turun langsung bertemu masyarakat, adapun promosi seperti penggunaan media, dan beberapa tokoh sebagai alat dari marketing politik.

Kata Kunci: Strategi Marketing Politik, Modalitas Politik, Pemilu DPD RI Dapil Sulawesi Barat 2024-2029, Kampanye Politik, Sosialisasi Politik Pengaruh Keluarga dan Media Sosial

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi Politik ialah strategi kampanye politik untuk membangun makna politis yang ada di dalam pikiran masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi mereka dalam memilih kandidat atau partai politik tertentu. Dalam konteks pemilu, strategi politik memiliki tujuan akhir yakni untuk mengarahkan calon yang didukung untuk mendapatkan jabatan publik melalui pemilihan umum.

Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, 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.

Selama penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) maupun pemilihan kepala daerah (pilkada), terdapat sebuah istilah strategi politik yang mungkin kerap didengar oleh sebagian masyarakat Indonesia. Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apa itu strategi politik? Menurut KBBI, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sementara itu, politik dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang ketatanegaraan atau kenegaraan. Politik juga bisa dimaknai segala urusan dan tindakan (kebijakan, siasat, dan sebagainya) mengenai pemerintahan Negara atau terhadap negara lain. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa strategi politik dapat

diartikan sebagai rencana yang berkaitan dengan negara atau tata negara.

A. Ian Ali Baal Masdar adalah seorang anak dari mantan Gubernur Sulawesi Barat dan Anggota DPR-RI, yakni Drs. H. Ali Baal Masdar, M.Si. dan Dra. Hj. Andi Ruskati Ali Baal. Dengan latar belakang keluarga ini menjadikan modal sosial politik bagi seorang A. Ian Ali Baal Masdar yang maju dalam kontestasi politik.

Sebelum maju di pemilihan Caleg DPD-RI 2024-2029, A. Ian Ali Baal Masdar tercatat sebagai mantan anggota DPRD Kab. Polewali Mandar Tahun 2014-2017. A. Ian Ali Baal Masdar maju dengan sejumlah nama yang tidak asing dalam perpolitikan di Sulawesi Barat seperti H. Kalman Katta mantan Bupati Majene yang ikut ambil dalam pemilu DPD-RI pemilihan Tahun 2024- 2029. Pemilihan DPD-RI Provinsi Sulawesi Barat menkurcut pada 4 nama yang lolos sebagai berikut :

1. Andi Prayoga Putra Singkarru dengan perolehan suara 150.633 suara.
2. Jufri Mahmud dengan perolehan suara 112.289 suara.
3. H. Almalik Pababari dengan perolehan suara 56.225 suara.
4. A. Ian Ali Baal Masdar dengan perolehan suara 55.090 suara.

Alasan peneliti memilih A. Ian Ali Baal Masdar untuk diteliti karena A. Ian Ali Baal Masdar merupakan salah satu Caleg DPD-RI dengan latar belakang keluarga sosial politik yang sudah di kenal di masyarakat Sulawesi Barat. Modal ini tentu sangat cukup bagi A. Ian Ali Baal Masdar untuk memeriahkan perpolitikan di Sulawesi Barat, terlebih lagi dengan riwayat pengurusan keorganisasian seperti Himpunan Pengusaha Muda (HIPMI) Provinsi Sulawesi Barat, Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) Kab. Polewali Mandar.

Jejaring sosial dalam kelembagaan ini tentu juga modal baik bagi seorang A. Ian Ali Baal Masdar.

Lolosnya A. Ian Ali Baal Masdar bahkan mengalahkan nama-nama yang sudah pernah menjabat di pemerintahan seperti H. Kalman Katta, mantan Bupati Majene dan Iskandar Muda Baharuddin Lopa, mantan Anggota DPD- RI, sehingga menarik di angkat untuk diteliti bagaimana strategi yang di gunakan A. Ian Ali Baal Masdar selain dari nama bapak yang sudah sangat populer di Sulawesi Barat.

Dalam hasil *Real Count* KPU A. Ian Ali Baal Masdar berhasil lolos, kemenangan ini tentu warna baru sebagai perwakilan DPD dapil Sulawesi Barat. Peneliti akan melakukan penelitian di Kabupaten Polewali Mandar dengan Judul **“STRATEGI KEMENANGAN A. IAN ALI BAAL MASDAR PADA PEMILIHAN UMUM DPD RI DAPIL SULAWESI BARAT TAHUN 2024-2029”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kemenangan A. Ian Baal Masdar pada pemilihan umum DPD RI Dapil Sulawesi Barat Tahun 2024-2029.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis merumuskan beberapa pertanyaan dari penelitian yaitu:

1. Strategi politik yang digunakan oleh A. Ian Ali Baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DD-RI Dapil Sulawesi Barat Tahun 2024-2029 ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi politik yang digunakan oleh A. Ian Ali Baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DPD-RI Dapil Sulawesi Barat

Tahun 2024-2029

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan dapat menjadi referensi tambahan mengenai informasi mengenai bagaimana Strategi politik yang digunakan oleh A. Ian Ali Baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DPD-RI Dapil Sulawesi Barat Tahun 2024-2029. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan juga pengetahuan penulis tentang Apa saja faktor pendukung kemenangan A. Ian Ali Baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DPD-RI Dapil Sulawesi Barat Tahun 2024-2029, dan menambah wawasan para pembaca mengenai Strategi politik yang digunakan oleh A. Ian Ali Baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DPD-RI Dapil Sulawesi Barat Tahun 2024-2029.

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan para pembaca dan juga bisa dijadikan referensi untuk para peneliti yang melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan, maka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini . Penelitian terdahulu bertujuan untuk membandingkan dan memperkuat hasil analisis yang dilakukan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul dan tahun penelitian	Tujuan Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Firdaus Nuzulla Isnainy (2022)“MANAJEMEN STRATEGI PEMENANGAN CALON ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD) PEREMPUAN DALAM PEMILIHAN UMUM KOTA SURABAYA TAHUN 2019.”	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis dan mendiskripsikan tentang manajemen strategi pemenangan calon anggota DPRD perempuan dalam pemilu Kota Surabaya tahun 2019 (studi kasus pada PDI Perjuangan di daerah pemilihan 5 Kota Surabaya), dengan menggunakan konsep manajemen strategi menurut Fred R. David yang terdiri dari 3 variabel, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. ¹	Persamaan menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian ini meneliti mengenai strategi Pemenangan calon anggota DPRD perempuan dalam pemilu Surabaya tahun 2019. Sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah startegi kemenangan calon DPD-RI.

¹ Firdausi Nuzulla Isnainy,(2022). Manajemen Strategi Pemenangan Calon Anggota Dewan

2.	La aka burasati, Laode Mustafa Husain,Asriani (2023) “STRATEGI POLITIK KEMENANGAN SURUNUDDIN DANGGA- RASYID SEBAGAI CALON BUPATI KONAWE SELATAN 2020-2025 DI KECAMATAN RANOMEETO”	Tujuan dalam penelitian Ini untuk mengetahui strategi politik yang dilakukan oleh Surunuddin Dangga sebagai calon bupati Bupati Konawe Selatan 2020-2025 di Kecamatan Ranomeeto	Persamaan : sama-sama meneliti strategi politik dan menggunakan metode yang sama Perbedaan: yaitu meneliti mengenai strategi politik calon bupati Kecamatan ranometo berbeda dengan penelitian yang akan diteliti ²
3.	Rully. (2015) “STRATEGI DEWAN PIMPINAN DAERAH PARTAI GERINDRA PROVINSI DKI JAKARTA PADA PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH DAN WAKIL KEPALA DAERAH (STUDI KASUS KEMENANGAN PASANGAN JOKOWIDODO DAN BASUKI TJAHAJA PURNAMA)”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Dewan Pimpinan Daerah Partai Gerindra Provinsi DKI Jakarta Pada Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah (Studi Kasus Kemenangan Pasangan Joko Widodo Basuki Tjahaja Purnama).	Persamaan : sama- sama membahas strategi politik Perbedaan : yaitu meneli mengenai Strategi dewan Pimpinan daerah partai gerindra provinsi DKI jakarta pada pemenangan pemilihan kepala daerah dan wakil daerah ³

² La aka burasati, Laode Mustafa Husain, Asriani, (2023). Strategi Politik Kemenangan Surunuddin Dangga-Rasyid Sebagai Calon Bupati Konawe Selatan 2020-2025 Di Kecamatan Ranomeeto. JAPMAS: Jurnal Politik Dan Demokrasi, Vol. 1 No.2.

³ Rully, (2015). Strategi Dewan Pimpinan Daerah Partai Gerindra Provinsi Dki Jakarta Pada Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah (Studi Kasus Kemenangan Pasangan Joko Widodo Dan Basuki Tjahaja Purnama). Jurnal POLINTER : Kajian Politik Dan Hubungan International, Vol.1, No 2.

B. Landasan Teori

1. Modalitas

Modalitas ialah sebuah bagian awal yang dimiliki baik secara material maupun imaterial, memenangkan pertarungan kontestasi politik, bagian variabel yang turut menentukan pada hasil ialah adanya sejumlah akumulasi atas modalitas yang dimiliki kandidat. Pemilihan calon legislatif secara langsung sesungguhnya gambaran sebuah metafora perlombaan. Secara konseptual, metafora ini terjadi dari tiga modal utama yang dimiliki oleh para kandidat yang mengikuti kontestasi dalam pileg secara langsung.

Tiga modalitas adalah modal politik (*political capital*), modal sosial (*social capital*) dan modal ekonomi (*economical capital*). Menurut Marijan, Kandidat calon legislatif yang mampu mengakumulasi dari ketiga modal tersebut memungkinkan bisa memenangkan di balik pemilihan tersebut. Dari ketiga jenis modalitas tersebut memang dapat berdiri sendiri, tetapi secara umum ketiganya seringkali berkaitan satu sama lain.⁴

Berikut penjelasan konsep modalitas sosial, politik dan ekonomi yang hendak mengikuti pertarungan pada pemilihan umum calon legislatif sebagai berikut:

a. Modal Sosial

Latar belakang sosial yang dimiliki kandidat calon legislatif bisa dinilai seperti, tingkat pendidikan, pekerjaan, ketokohnya di dalam masyarakat (tokoh agama, adat, organisasi kepemudaan, profesi dan lain sebagainya) merupakan Modal sosial yang harus dimiliki kandidat berkaitan dengan

⁴ Irsat, (2022). Peran Modalitas Dalam Pemasaran Politik Syamsari Kitta Dan Achmad Daeng Se're Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Takalar Tahun 2017. "Gema Kampus" IISIP YAPIS Biak, Vol.17 No.1.

membangun hubungan dan kepercayaan terhadap masyarakat bahwa kekuasaan juga diperoleh karena kepercayaan.

Kepercayaan di gunakan untuk memperoleh kedudukan merupakan seseorang atau sekelompok orang yang memang dapat dipercaya atas dasar kepercayaan masyarakat. Pengaruh ketokohan dan popularitas, latar belakang pendidikan dan pekerjaan kandidat menentukan kemenangan pemilu, karena untuk membangun hubungan dan kepercayaan dari masyarakat kandidat harus memiliki pengaruh tersebut.

Menurut Loury modal sosial adalah kumpulan sumber yang melekat dalam relasi keluarga dan dalam organisasi sosial komunitas dan yang bermanfaat untuk perkembangan kognitif dan sosial anak-anak atau pemuda. Dalam lingkungan sosial sangat erat kaitannya relasi yang baik terhadap seseorang menimbulkan rasa simpati dan empati.⁵

Jalinan yang baik dari dalam keluarga dan ke masyarakat tentu modal sosial ini berpengaruh pada figur/tokoh politik tersebut, terlebih lagi kandidat calon legislatif seperti A. Ian Ali Baal Masdar yang ikut memeriahkan kontestasi politik tahun 2024. Sosialisasi terhadap masyarakat, keikutsertaan dalam sebuah organisasi merupakan contoh modal sosial dan menjaga eksistensi.

b. Modal Politik

J.A. Booth dan P.B. Richard mengartikan modal politik sebagai kegiatan warga negara dalam mencapai kekuasaan dan demokrasi. modal politik adalah berbagai fokus pemberian kekuasaan/sumber daya dalam

⁵ James S. Coleman, Terjemahan Imam Muttaqien, Dkk., (2021). Modal Sosial: Seri Dasar-Dasar Teori Sosial, Nusamedia:Yogyakarta

merealisasikan hal-hal yang dapat diwujudkan meraih kekuasaan. Inti dari modal politik adalah kekuasaan yang dimiliki seseorang, yang kemudian bisa dioperasikan atau berkontribusi terhadap keberhasilan pertarungan dalam proses politik seperti pemilihan umum.⁶

Salah satu kriteria yang dimiliki para tokoh politik adalah kemampuan yang bisa mempengaruhi dan menentukan perubahan sosial di lingkup kekuasaannya, serta memiliki kemampuan melakukan sebuah perintah/masukan terhadap masyarakat. Dalam konteks pemilihan calon legislatif DPD-RI, sebuah kemenangan yang didapat oleh A. Ian Ali baal Masdar dalam pemilihan calon legislatif DPD-RI Sulawesi Barat tidak terlepas dari dukungan figur elit/tokoh politik berdampak pada pengaruh kuat di dalam sebuah masyarakat.

Dengan kemampuan ini pengaruh yang dimiliki tokoh politik maka dalam konteks pemasaran politik, keberadaan tokoh politik dapat menjadi *influencer* atau rujukan dalam memilih dalam mengungkapkan kualitas dari pribadi seseorang seperti kharisma dan popularitas yang tinggi memiliki pengaruh yang signifikan dalam menghadirkan kepatuhan massa di lingkaran masyarakat.

c. Modal Ekonomi

Pengertian modal ekonomi berangkat dari pemahaman terhadap sebuah benda yang memiliki nilai ekonomis yang disimbolkan dengan uang/mata uang. Dalam perspektif ekonomi, modal bisa pula berupa investasi yang

⁶ Stella Maria Ignasia Pantouw, (2012). *MODALITAS DALAM KONTESTASI POLITIK* (Studi tentang Modalitas dalam Kemenangan Pasangan Hanny Sondakh dan Maximiliaan Lomban pada Pemilu di Kota Bitung Sulawesi Utara tahun 2010). Tesis: Universitas Diponegoro Semarang.

diberikan seseorang pada pihak lain, kemudian dipertukarkan dengan keuntungan berupa barang atau uang/jasa politik.

Dalam pemilu tentu setiap calon mempersiapkan dalam menghadapi perlu modal ekonomi atau dana politik yang tidak sedikit jumlahnya, karena berkaitan dengan pembiayaan yang besar. Pengertian modal ekonomi berangkat dari pemahaman terhadap sebuah benda yang memiliki nilai ekonomis yang disimbolkan dengan uang/mata uang. Dalam perspektif ekonomi, modal bisa pula berupa investasi yang diberikan seseorang pada pihak lain, kemudian dipertukarkan dengan keuntungan berupa barang atau uang/jasa politik.

Modal ekonomi memiliki makna penting sebagai penggerak kegiatan politik yang dipakai. Didalam musim kampanye contohnya membutuhkan dana yang cukup besar dalam membiayai berbagai kebutuhan seperti mencetak poster, spanduk, membayar iklan, dan berbagai kebutuhan yang lainnya, atau yang biasa dikenal dengan sebutan Alat Peraga Kampanye (APK).

Dalam peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU-RI) Nomor 23 Tahun 2018 Pasal 30 ayat (2) Bahan Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berbentuk:

“a. selebaran (*flyer*), b. brosur (*leaflet*), c. pamphlet, d. poster, e. stiker, f. pakaian, g. penutup kepala, h. alat minum/makan, i. kalender, j. kartu nama, k. pin; dan/atau l. alat tulis”

“Alat Peraga Kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari Peserta Pemilu,

simbol atau tanda gambar Peserta Pemilu, yang dipasang untuk keperluan Kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu”

2. Strategi *Marketing* Politik

Strategi politik yang digunakan dalam ranah politik juga meliputi political branding, ketokohan isu politik, maupun marketing politik. Sebuah strategi yang nantinya dilakukan juga tak menutup kemungkinan akan ditiru oleh pesaing politik lainnya. Namun strategi politik seperti political branding, kebijakan dan isu politik biasanya tidak dapat ditiru secara keseluruhan dan hanya garis besarnya saja.

Marketing politik sendiri merupakan bagian persilangan dalam ilmu politik dan ilmu pemasaran (*Marketing*). Menurut Butler dan Collins, pemasaran politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah partai politik, politikus, atau kontestan dalam membangun kepercayaan citra publik. Menurut Haroen *Marketing* politik adalah penerapan konsep dan metode *marketing* pada dunia politik. *Marketing* diperlukan untuk menghadapi persaingan dalam memperebutkan pasar (market) , yang dalam hal ini adalah para pemilih.⁷

Sama halnya dalam *marketing* politik. Adanya penjual yang disebut komunikator politik sedangkan si pembeli adalah khalayak politik atau dikenal dengan konatituen, untuk menjual produk-produk politik, para pelaku politik memerlukan teknik-teknik komunikasi *marketing* politik, dengan upaya mendapatkan khalayak politik atau konstituen mendukung dan

⁷ Fajar Setyaningsih, Hari Nugroho, dkk. (2022). *Marketing Poltiik : Teori dan konsep*. Bandung:Widina

memberikan suara kepada pelaku atau Lembaga/partai yang memberi mereka janji-janji politik. Strategi marketing politik berasal dari teori yang dikembangkan oleh Adman Nursal pada tahun 2004, teori ini dikenal sebagai pendekatan pasar dalam pemasaran politik. Secara garis besar marketing politik dapat dilihat dari tiga garis besar yakni :

a. Push Marketing

Push marketing merupakan kegiatan memperkenalkan kandidat calon kepada pemilih atau masyarakat dengan berbagai bentuk kegiatan seperti kampanye, pertemuan akbar dan bakti sosial. kegiatan ini dilakukan agar masyarakat tertarik dan mau memilih pasangan calon tersebut di pemilihan nanti. Strategi merupakan bagian dari suatu proses, strategi tidak hanya dipahami begitu saja jika salah memahami terkait strategi maka prosesnya akan terkesan bias atau tidak jelas.

Strategi *marketing* dalam pemilihan kandidat calon anggota politik tidak menghalalkan segala cara, berintegritas. *Push marketing* dalam memperkenalkan kandidat calon pada pemilihan dengan menggunakan strategi *marketing* politik, kandidat calon anggota politik dengan mudah dapat mensosialisasikan dirinya terhadap masyarakat.

Strategi dalam pemilihan juga mencakup mengenai keahlian ataupun kemampuan kandidat calon. Adanya *push marketing* mampu mempengaruhi masyarakat dalam pemilihan calon anggota dewan. Dari strategi yang dilakukan seperti kampanye dan bakti sosial merupakan cara dalam memperkenalkan kepada masyarakat.⁸

⁸ Irvandi, Widyawati. (2019) Strategi Marketing Politic Dr Ir Muhammad Syaiful Saleh, M.Si Dalam Pemilihan Calon Anggota Dpd Ri Priode 2019-2024. Jurnal PENA : Jurnal Penelitian

b. *Pull Marketing*

Pull marketing suatu bentuk penyampaian politik dengan menggunakan media massa untuk memperkenalkan kandidat calon dan mensosialisasikan kandidat secara luas dan diharapkan mampu membangkitkan sentimen dalam pemilih. Strategi *pull marketing* dilakukan melalui kampanye politik menggunakan media cetak (surat kabar), baliho dan media elektronik (televisi dan radio), sosial media.

Media massa merupakan instrument penting dalam memperkenalkan seseorang secara luas dikalangan masyarakat, terutama pada bagian calon anggota dewan tentu media ini sangat dibutuhkan dalam menyebarkan berbagai program yang dimiliki dan juga memudahkan menyebarkan visi misi kandidat calon kepada para pemilih agar kiranya kandidat calon dapat dipilih pada saat pemungutan suara berlangsung.

Media massa juga membantu dalam mensosialisasikan calon anggota dewan dalam pemilihan yang mendorong masyarakat dapat memilih calon anggota politik tersebut. Media yang dapat dijadikan alat untuk mempromosikan diri bukan hanya dari media sosial saja, akan tetapi media cetak juga bisa digunakan seperti koran, majalah, artikel dan lainnya. Hal tersebut dilakukan agar informasi tentang kandidat calon dapat tersebar di semua lapisan masyarakat terutama pada kalangan yang belum memahami teknologi.⁹

Dan Penalaran. Vol 6, No 2. h. 6

⁹ Ibid., h. 8

c. *Pass Marketing*

Pass marketing merupakan strategi yang dilakukan dengan menggunakan individu/tokoh atau kelompok untuk dapat mempengaruhi pilihan masyarakat dalam pemilihan. *Pass marketing* ini merupakan penyampaian yang dilakukan oleh pihak ketiga yang memiliki pengaruh terhadap masyarakat, *pass marketing* ini memiliki nilai strategis bagi kandidat karena adanya pengaruh. Dalam *pass marketing* terdapat beberapa pihak yang membantu diantaranya teman-teman, komunitas, dan keluarga. Bahkan pihak yang paling efektif dalam mempromosikan kandidat calon anggota dewan ialah masyarakat itu sendiri, apalagi jika orang tersebut memiliki peran penting disuatu wilayah tersebut.

Masyarakat akan menilai sendiri dari bagaimana perilaku kandidat calon sehingga tidak tertutup kemungkinan masyarakat tersebut akan memberikan opini kepada masyarakat lainnya. Selain itu tim dalam pemilihan pada dasarnya juga memiliki structural seperti bentuk organisasi.

Media massa juga membantu dalam mensosialisasikan calon anggota dewan dalam pemilihan yang mendorong masyarakat dapat memilih calon anggota politik tersebut. Media yang dapat dijadikan alat untuk mempromosikan diri bukan hanya dari media sosial saja, akan tetapi media cetak juga bisa digunakan seperti koran, majalah, artikel dan lainnya. Hal tersebut dilakukan agar informasi tentang kandidat calon dapat tersebar disemua lapisan masyarakat terutama pada kalangan yang belum memahami teknologi.

3. Pemilu DPD-RI

Pemilihan umum atau Pemilu adalah salah satu ciri yang ada pada negara demokrasi. Dengan demikian pemilu bagian sarana yang penting untuk rakyat dalam kehidupan bernegara, dengan jalan memilih wakil-wakilnya yang pada gilirannya akan mengendalikan roda sebuah pemerintahan. Hasil pemilu yang diselenggarakan dalam suasana terbuka dengan kebebasan berpendapat dan kebebasan berserikat, telah dianggap cerminan cukup akurat mencerminkan aspirasi dan partisipasi masyarakat.¹⁰

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Pasal 1 angka 1 menyebutkan bahwa pemilu ialah sarana kedaulatan rakyat dalam memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945.¹¹

Di dalam sebuah negara prinsip demokrasi, setiap anggota masyarakat memiliki kebebasan untuk menikmati hak-hak mendasar mereka tidak ada hambatan, termasuk hak untuk dalam menyatakan pendapat (*Freedom Expression*) serta hak untuk berkumpul dan bergabung dalam kelompok (*Freedom of Assembly*).

DPD adalah wujud dari system perwakilan di mana merupakan kamar kedua dalam pemerintahan. DPD memiliki kekuasaan legislatif untuk

¹⁰ Khairul Fahmi, Dkk., 2020 “Sistem Keadilan Pemilu dalam Penanganan Pelanggaran dan Sengketa Proses Pemilu Serentak 2019 di Sumatra Barat”. Jurnal Konstitusi, Vol. 17 No. 1.

¹¹ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

mengimbangi dan menyetarakan kekuasaan terhadap DPR. DPD menjadi salah satu hasil dari adanya Undang-Undang Dasar Tahun 1945 yang tujuannya untuk membantu kepentingan-kepentingan lainnya yang dibutuhkan oleh pemerintah.¹²

DPD merupakan salah satu lembaga yang memiliki kedudukan di daerah untuk mengatur dan menjadi mediator antara masyarakat untuk menyampaikan aspirasi ke pihak-pihak pemerintahan yang lebih tinggi. DPD merupakan singkatan dari Dewan Perwakilan Daerah. DPD adalah salah satu lembaga legislative yang memiliki tugas untuk mengatur dan membantu kepentingan yang ada di daerah. Pembentukan DPD pada masing-masing provinsi untuk menjadi jembatan dan pengacu keputusan politik di tingkat pusat. Biasanya DPD pada masing-masing provinsi di isi oleh 4 orang. Selain itu menurut pengertian lainnya.¹³

Tujuan dari adanya DPD di dalam system pemerintahan adalah untuk membantu dalam mewujudkan serta menyelesaikan masalah di daerah. Selain itu, DPD dibentuk agar memperkuat peran dalam penyelenggaraan tata wilayah negara sehingga dapat terpelihara NRI yang utuh. Kemudian disebutkan juga bahwa tujuan dibentuknya DPD pada tiap daerah untuk menjadi wail yang mampu menampung aspirasi daerah sehingga dapat membantu keputusan kebijakan yang ada di tingkat pusat.¹⁴

¹² Sipangkar, L. F. L. D. P. D. (2016). Penguatan Fungsi Legislasi Dewan Perwakilan Daerah (Strengthening the Legislative Function of Regional Representative Council). Jurnal Legislasi Indonesia, Vol 13, No 3.

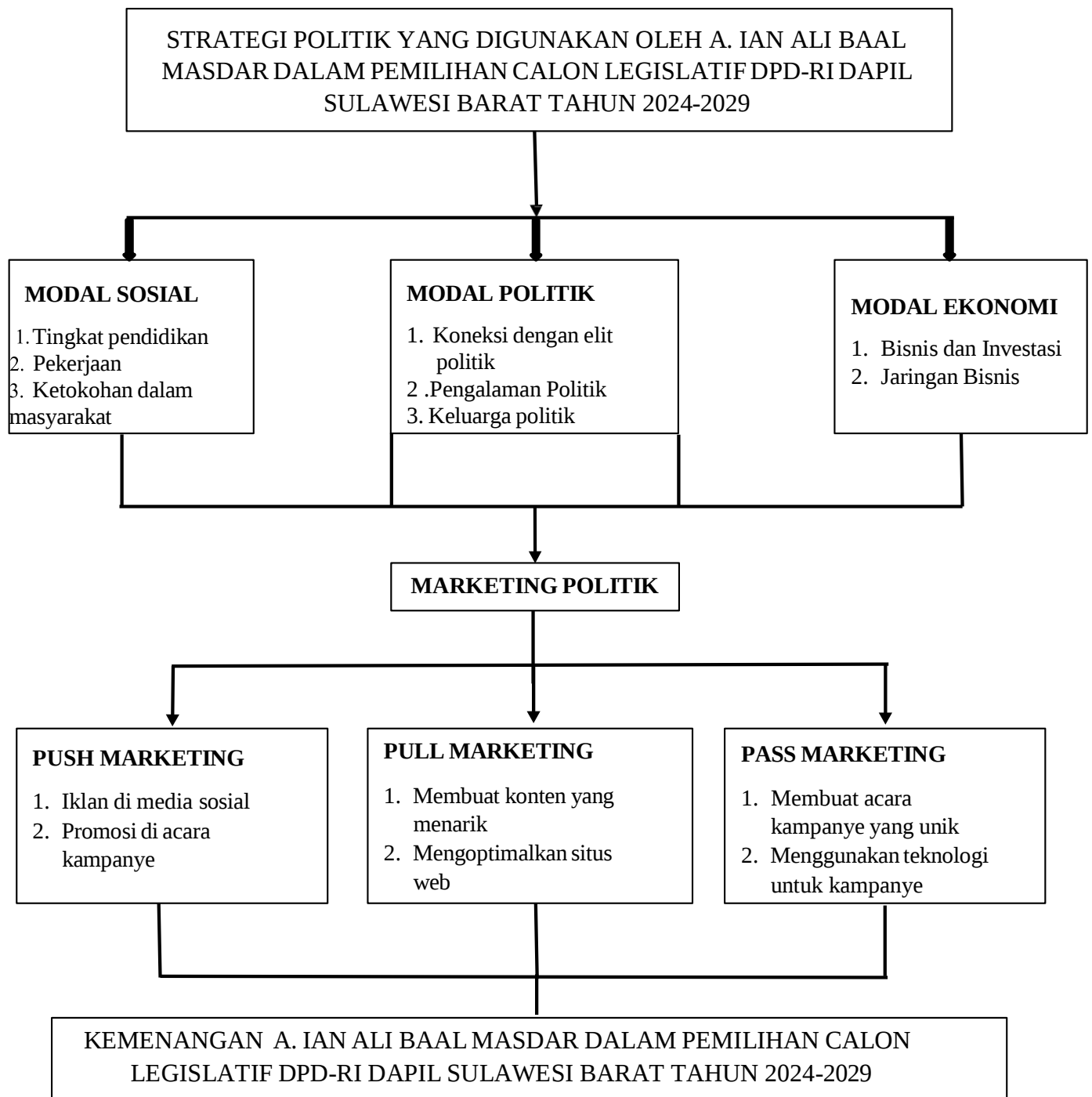
¹³ Toding, A. (2017). DPD dalam Struktur Parlemen Indonesia : Wacana Pemusnahan Versus Penguatan DPD in the structure of The Parliament. Jurnal Konstitusi, Vol 14, No 2.

¹⁴ M Janedjri, G. (2003). Dalam dalam Sistem ketatanegaraan RI. Sekretariat Jenderal MPR dan UNDP.

4. Kerangka Pikir

Ali Baal Masdar yang maju dalam kontestasi politik tahun 2024-2029. Andi Ian Ali Baal Masdar termasuk golongan kaum muda yang maju dalam kontestasi politik, dengan membawa semangat muda dan energik. Sejumlah nama yang tidak asing di dalam politik di Sulawesi barat seperti H. Kalman Katta mantan Bupati Majene yang ikut ambil dalam pemilu DPD-RI.

Dalam hasil Real Count KPU A. Ali Baal Masdar Berhasil lolos, kemenangan ini tentu warna baru sebagai perwakilan DPD dapil Sulawesi Barat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan terkait Strategi Pemenangan A. Ian Ali Baal Masdar dalam Pemilihan Umum Calon Legislatif DPD-RI Sulawesi Barat Tahun 2024-2029 maka dapat disimpulkan.

A. Ian Ali Baal Masdar lebih mengedepankan Modal Sosial yang merupakan bagian utama dalam kemenangannya, tidak terlepas dari pengaruh jejak karirnya yang bisa dilihat langsung oleh masyarakat bahwa sosok A. Ian Ali Baal Masdar, sudah memiliki citra yang baik. Terlebih lagi pernah menjabat anggota DPRD Kab. Polewali Mandar. Dan beberapa komunitas atau keorganisasian. Jiwa sosial atau relasi yang dimiliki A. Ian Ali Baal Masdar sangat amat diuntungkan dalam kontestasi Pemilihan Umum Calon Legislatif DPD-RI Sulawesi Barat 2024-2029.

Dari Modal Sosial ini yang pada gilirannya dapat mendukung kesejahteraan masyarakat dan menjalin kedekatan dengan masyarakat melalui komunikasi langsung untuk memahami kebutuhan serta mendengarkan aspirasi dan keluhan masyarakat, yang kemudian ia sampaikan kepada pemerintah. A. Ian Ali Baal Masdar juga mempromosikan produknya secara turun langsung ke lapangan dan dibantu dengan tim pemenang dan Partai Politik dengan memasang Baliho dan pembuatan Kalender serta melalui media sosial.

Strategi yang dilakukan A. Ian Ali Baal Masdar ialah Strategi Meningkatkan Keterkenalan Kandidat Calon, Strategi Pemanfaatan Media Yang Efisien Dan Low Cost, Dan Strategi Pemanfaatan Ketokohan Dalam

Penyampaian Pesan Politik yang lebih dikedepankan bersama dengan tim pemenangan dan A. Ian Ali Baal Masdar. Sebagaimana calon lainnya, yang memiliki strategi khusus untuk mendongkrak nama calon. Tapi A. Ian Ali Baal Masdar hanya melakukan pertemuan dengan masyarakat serta turun langsung ke lapangan agar lebih terjalin keakraban dan dapat mengetahui kebutuhan masyarakat lebih khususnya.

B. Saran

1. Komunikasi merupakan cara penting untuk lebih saling mengenal antara yang mencalonkan diri dan yang memilih. Membantu masyarakat tak harus disaat kampanye saja, berbuat baik kapanpun supaya masyarakat dapat melihat ketulusan hati calon wakil rakyatnya. Sehingga penulis berharap lebih banyak lagi caleg yang memang tulus dalam membantu masyarakat bukan sekedar mengharapkan imbalan berupa suara.
2. Kepada A. Ian Ali Baal Masdar, anggota legislatif terpilih, penulis menyarankan agar seluruh program yang dijanjikan selama masa kampanye dapat direalisasikan. Selain itu, penting untuk terus mempertahankan kepercayaan masyarakat yang telah memberikan dukungan signifikan, serta berupaya membawa perubahan yang berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat Provinsi Sulawesi Barat.
3. Untuk mahasiswa Ilmu Politik Penelitian ini dapat diperluas dengan menggali lebih dalam motivasi A. Ian Ali Baal Masdar, serta dapat melakukan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan A. Ian Ali Baal Masdar, keluarga, dan tokoh masyarakat dapat memberikan perspektif baru terkait keputusan strategis tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajar Setyaningsih, Hari Nugroho, dkk. (2022). *Marketing Poltiik : Teori dan konsep*. Bandung:Widina
- Firdausi Nuzulla Isnainy,(2022). *Manajemen Strategi Pemenangan Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Perempuan Dalam Pemilihan Umum Kota Surabaya Tahun 2019*. Journal PUBLIKA, Vol.1, No 2.
- Irsat, (2022). *Peran Modalitas Dalam Pemasaran Politik Syamsari Kitta Dan Achmad Daeng Se're Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Takalar Tahun 2017*. “Gema Kampus” IISIP YAPIS Biak, Vol.17 No.1.
- Irvandi, Widyawati. (2019) *Strategi Marketing Politic Dr Ir Muhammad Syaiful Saleh, M.Si Dalam Pemilihan Calon Anggota Dpd Ri Priode 2019-2024*. Jurnal PENA : Jurnal Penelitian Dan Penalaran. Vol 6, No 2.
- James S. Coleman, Terjemahan Imam Muttaqien, Dkk., (2021). *Modal Sosial: Seri Dasar-Dasar Teori Sosial*, Nusamedia:Yogyakarta
- Khairul Fahmi, Dkk., 2020 “*Sistem Keadilan Pemilu dalam Penanganan Pelanggaran dan Sengketa Proses Pemilu Serentak 2019 di Sumatra Barat*”. Jurnal Konstitusi, Vol. 17 No. 1.
- La aka burasati, Laode Mustafa Husain, Asriani, (2023). *Strategi Politik Kemenangan Surunuddin Dangga-Rasyid Sebagai Calon Bupati Konawe Selatan 2020-2025 Di Kecamatan Ranomeeto*. JAPMAS: Jurnal Politik Dan

Demokrasi, Vol. 1 No.2.

M Janedjri, G. (2003). Dalam dalam Sistem ketatanegaraan RI. Sekretariat Jenderal MPR dan UNDP.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018
Tentang Kampanye Pemilihan Umum

Rully, (2015). *Strategi Dewan Pimpinan Daerah Partai Gerindra Provinsi DKI Jakarta Pada Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah (Studi Kasus Kemenangan Pasangan Joko Widodo Dan Basuki Tjahaja Purnama)*. Jurnal POLINTER : Kajian Politik Dan Hubungan International, Vol.1, No 2.

Sipangkar, L. F. L. D. P. D. (2016). *Penguatan Fungsi Legislasi Dewan Perwakilan Daerah (Strengthening the Legislative Function of Regional Representative Council)*. Jurnal Legislasi Indonesia, Vol 13, No 3.

Stella Maria Ignasia Pantouw, (2012). *MODALITAS DALAM KONTESTASI POLITIK (Studi tentang Modalitas dalam Kemenangan Pasangan Hanny Sondakh dan Maximiliaan Lomban pada Pemilukada di Kota Bitung Sulawesi Utara tahun 2010)*. Tesis:Universitas Dipenogoro Semarang.

Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif : Untuk Peneitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sumadi Suryabrata (2021) *Metodologi Penelitian*, Depok: Rajawali Press.

Toding, A. (2017). *DPD dalam Struktur Parlemen Indonesia : Wacana*

Pemusnahan Versus Penguatan DPD in the structure of The Parliament.

Jurnal Konstitusi, Vol 14, No 2.

V. Wiratna Sujarweni, (2023). *Metodologi Penelitian : Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.