



tetapi juga menjadi pelaksana pembangunan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Tasikmalaya Tahun 2011 – 2031, luas wilayah administrasi Kota Tasikmalaya adalah 18.385,07 Ha (18,85 Km<sup>2</sup>), terdiri dari 10 Kecamatan dengan 69 Kelurahan. Secara geografis Kota Tasikmalaya memiliki posisi yang strategis, yaitu berada pada 108° 08'38" - 108°24'02" Bujur Timur dan 7°10' - 7°26'32" Lintang Selatan di bagian Tenggara wilayah Propinsi Jawa Barat. Kedudukan atau jarak dari Ibukota Propinsi Jawa Barat ± 105 Km dan dari Ibukota Negara, yaitu Jakarta, ± 255 Km. Wilayah Kota Tasikmalaya berbatasan dengan :

Sebelah Utara : Kota Tasikmalaya dan Kota Ciamis  
(batas Sungai Citanduy)

Sebelah Barat : Kota Tasikmalaya

Sebelah Timur : Kota Tasikmalaya dan Kota Ciamis

Sebelah Selatan : Kota Tasikmalaya  
(batas Sungai Ciwulan)

Untuk lebih lengkapnya mengenai jumlah penduduk di Kota Tasikmalaya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**

**Jumlah Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2017**

| No | Kecamatan | Jumlah Penduduk |        |        |
|----|-----------|-----------------|--------|--------|
|    |           | L               | P      | Jumlah |
| 1  | Kawalu    | 44.765          | 43.490 | 88.255 |
| 2  | Tamansari | 33.264          | 32.592 | 65.856 |

|             |            |         |         |         |
|-------------|------------|---------|---------|---------|
| 3           | Cibeureum  | 31.906  | 31.453  | 63.359  |
| 4           | Purbaratu  | 19.830  | 19.494  | 39.324  |
| 5           | Tawang     | 32.436  | 32.919  | 65.355  |
| 6           | Cihideung  | 37.352  | 36.818  | 74.170  |
| 7           | Mangkubumi | 44.717  | 43.888  | 88.605  |
| 8           | Indihiang  | 24.792  | 24.604  | 49.369  |
| 9           | Bungursari | 23.733  | 23.862  | 47.595  |
| 10          | Cipedes    | 39.090  | 38.601  | 77.691  |
| Tasikmalaya |            | 331.885 | 327.721 | 659.606 |

*Sumber: BPS Kota Tasikmalaya, 2017*

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa Kota Tasikmalaya memiliki 10 (sepuluh) kecamatan yang diisi oleh 659.909 jiwa. Lebih lanjut, kecamatan cipedes menjadi salahsatu kecamatan yang dijadikan tempat untuk melakukan kegiatan gerakan sosial konde sartika, khususnya program kontribusi masyarakat yakni untuk ibu-ibu KB dan ibu-ibu PKK. Jumlah penduduk di kecamatan cipedes adalah 77.691 jiwa yang dibagi atas 39.090 laki-laki dan 38.601 perempuan.

## **2. Keadaan Ekonomi**

Kinerja laju pertumbuhan ekonomi nasional dan Provinsi Jawa Barat yang begitu fluktuatif dalam periode tiga tahun terakhir, LPE Kota Tasikmalaya justru

tampak stabil dan terkendali. Perlambatan laju pertumbuhan ekonomi Kota Tasikmalaya sempat terjadi pada tahun 2008, tetapi relatif tidak lebih besar dibandingkan dengan kondisi nasional dan Provinsi Jawa Barat pada umumnya. Berbagai tekanan ekonomi yang dihadapi pemerintah Indonesia dan Provinsi Jawa Barat selama 3 (tiga) tahun belakangan ini tampaknya tidak menimbulkan dampak yang berarti terhadap perekonomian di Kota Tasikmalaya. Kinerja ekonomi Kota Tasikmalaya mengalami pertumbuhan positif dengan LPE di kisaran angka 5,7 persen. Hal ini dikarenakan perekonomian Kota Tasikmalaya utamanya ditopang oleh sektor perdagangan, hotel dan restoran dan sektor industri pengolahan terutama industri kecil dan menengah yang cukup maju dengan dukungan sektor pengangkutan dan komunikasi serta sektor jasa-jasa. Pertumbuhan industri kecil dan menengah biasanya relatif stabil dan tidak mudah terguncang oleh krisis global. Selain itu, keberadaannya yang relatif cepat berkembang dengan orientasi pemenuhan pasar lokal telah mampu memajukan sektor industri pengolahan secara keseluruhan dan menopang pertumbuhan sektor-sektor dominan lainnya seperti sektor perdagangan dan jasa-jasa.

## **B. Karakteristik Informan**

Pada pembahasan mengenai karakteristik informan akan dijelaskan mengenai gambaran dan ciri-ciri khusus informan. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh pada saat penelitian dan penentuan informan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini informan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, yaitu informan dianggap mengetahui permasalahan yang menjadi bahan penelitian dan juga informan yang dapat melengkapi data-data yang dibutuhkan untuk kebutuhan informasi atau data.

Informan merupakan pihak-pihak yang terkait pada saat proses marketing politik dari Partai PERINDO ataupun masyarakat yang dilakukan pada saat kampanye Pemilu 2019 di Kota Tasikmalaya, yaitu dari pihak Ketua DPD Partai PERINDO itu sendiri Rizky Ilham dan Masyarakat Kota Tasikmalaya. Untuk kelengkapan data dalam permasalahan ini, penulis memilih dari beberapa informan yang terlibat dalam proses Marketing Politik Partai PERINDO di Kota Tasikmalaya yang terdiri dari 6 (enam) Orang untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Informan**

| No | Nama Informan     | Posisi Dalam Penelitian/Pekerjaan              |
|----|-------------------|--|
| 1  | Elsya Elyas, S.IP | Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya |
| 2  | H Kurtubi Yusuf   | Masyarakat umum Tasikmalaya Dapil III          |
| 3  | Edi Sutrisno      | Masyarakat umum Tasikmalaya Dapil IV           |
| 4  | Dadan Ramadhan    | Masyarakat umum Tasikmalaya Dapil III          |
| 5  | Nia Rahmawati     | Masyarakat Umum Tasikmalaya Dapil II           |
| 6  | Agus Sulaeman     | Masyarakat Umum Tasikmalaya Dapil I            |

Sumber: Wawancara Penulis

Selanjutnya berdasarkan tujuan dan fokus penelitian yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka penulis akan menyajikan data deskripsi hasil penelitian yang telah penulis peroleh dari para informan sebagai sumber utama (data primer) dan arsip atau dokumen (data sekunder) dalam penelitian ini.

### C. Profil Partai PERINDO

**Gambar 4.2 Logo Partai Persatuan Indonesia**



Awalnya, Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) merupakan ormas (organisasi masyarakat) yang meluncur sejak 24 februari 2013. Sejak awal, walaupun berbaju ormas, sudah banyak yang mendukung PERINDO di alih fungsikan dan hal ini terjadi pada sabtu, 7 februari 2015 di Jakarta International Expo, Kemayoran. Partai PERINDO resmi didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo, pengusaha dan pemilik MNC Group, sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media. Keputusan ini bukan barang mengejutkan setelah Hary Tanoe pernah mencoba berpolitik di Nasdem dan Hanura. (<http://sidomi.com/357549/partai-PERINDO-resmi-didirikan-hary-tanoe/> diakses pada tanggal 15 Juli 2019 jam 23:38 WIB). Partai PERINDO memiliki basis perjuangan mewujudkan Indonesia sejahtera lahir dan batin. Yang melatarbelakangi berdirinya Partai PERINDO adalah tertinggalnya Indonesia

dibanyak bidang kehidupan, seperti kesejahteraan, pendidikan dan moral. Partai PERINDO bertekad, yang tentunya bersama-sama dengan partai politik lainnya dan Pemerintah. Sebagai mitra kerja untuk mengatasi permasalahan-permasalahan bangsa. Sehingga cita-cita sebagai bangsa untuk mencapai masyarakat sejahtera lahir dan batin dapat diwujudkan. Partai PERINDO memiliki beberapa sosial media yakni instagram dengan username @partaiPERINDO, twitter dengan username @PartaiPERINDO, facebook dengan page name Partai PERINDO, official You Tube dengan page name Partai 64 PERINDO, soundcloud dengan page name soundcloud.com/perind, hingga website resmi yakni [www.partaiPERINDO.com](http://www.partaiPERINDO.com) yang aktif dengan berita-berita terbaru Partai PERINDO seputar kegiatannya. Bagi Partai PERINDO, kesejahteraan tidak hanya ditinjau dari perspektif ekonomi semata sebagaimana lazim terekam dalam PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) perkapita, tetapi juga ditinjau dari pencapaian disektor sosial yaitu pendidikan dan kesehatan yang terefleksi kedalam Tingkat Melek Huruf (TMH) dan Tingkat Harapan Hidup (THH) sebagai Indeks Pembangunan Manusia (IPM) merupakan indeks yang digunakan untuk menggambarkan pencapaian kesejahteraan masyarakat secara agrerat, karena indeks ini menangkap perkembangan di sektor ekonomi dan sektor sosial sekaligus. Adapun Visi Misi serta Struktur Kepengurusan dari Partai PERINDO yakni:

### **Visi**

Mewujudkan Indonesia yang berkemajuan, bersatu, adil, makmur, sejahtera, berdaulat, bermartabat dan berbudaya.

### Misi

1. Mewujudkan pemerintahan yang berkeadilan, yang menjunjung tinggi nilai-nilai hukum sesuai dengan UUD 1945.
2. Mewujudkan pemerintahan yang bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme untuk Indonesia yang mandiri dan bermartabat.
3. Mewujudkan Indonesia yang berdaulat, bermartabat dalam rangka menjaga keutuhan NKRI
4. Menciptakan masyarakat adil, makmur, dan sejahtera berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
5. Menegakkan hak dan kewajiban asasi manusia dan supremasi hukum yang sesuai Pancasila dan UUD 1945 untuk mewujudkan keadilan dan kepastian hukum guna melindungi kehidupan rakyat, bangsa dan negara.
6. Mendorong tumbuhnya ekonomi nasional yang berkontribusi langsung pada kesejahteraan warga negara Indonesia.

Berikut struktur kepengurusan Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai PERINDO:

**Tabel 4.3**

#### **Majelis Persatuan Partai PERINDO**

| <b>No</b> | <b>Nama</b>         | <b>Jabatan</b> |
|-----------|---------------------|----------------|
| <b>1</b>  | Hary Tanoesodibjo   | Ketua          |
| <b>2</b>  | David Fernando Audy | Sekretaris     |

|   |                      |         |
|---|----------------------|---------|
| 3 | Henry Suparman       | Anggota |
|   | Liliana Tanoesodibjo |         |
|   | Ahmad Rofiq          |         |

Sumber : Dokumen DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya

**Tabel 4.4**

**Dewan Pimpinan Pusat Partai PERINDO**

| No | Nama                     | Jabatan                          |
|----|--------------------------|----------------------------------|
| 1  | Hary Tanoesoedibjo       | Ketua Umum                       |
| 2  | Syafril Nasution         | KetBid Organisasi                |
| 3  | Armyn Gultom             | KetBid Kader, Anggota, dan Saksi |
| 4  | Sururi Alfaruq           | KetBid Litbang dan IT            |
| 5  | Arya Mahendra Sinulingga | Ketbid Politik                   |
| 6  | Budiyanto Darmastono     | KetBid Pendidikan dan Kebudayaan |
| 7  | Christophorus Taufik     | KetBid Hukum dan Advokasi        |
| 8  | Ratih Purnamasari        | KetBid Pemberdayaan Perempuan    |
| 9  | A. Wishnu Handoyono      | KetBid Sosial dan Ekonomi        |
| 10 | Mohammad Yamin Tawary    | KetBid Hubungan Antar Lembaga    |
| 11 | H. Didi Supriyanto       | KetBid Pemuda                    |
|    | Anna Luthfie             | Pemilih Pemula                   |

|           |                |                    |
|-----------|----------------|--------------------|
| <b>12</b> | Ahmad Rofiq    | Sekretaris Jendral |
| <b>13</b> | Bendahara Umum | Henry Suparman     |

Sumber : Dokumen DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya

**Tabel 4.5**

**Mahkamah Partai PERINDO**

| <b>No</b> | <b>Nama</b>                                       | <b>Jabatan</b> |
|-----------|---|----------------|
| <b>1</b>  | Syafril Nasution                                  | Ketua          |
| <b>2</b>  | Christophorus Taufik                              | Sekretaris     |
| <b>3</b>  | Armyn Gultom<br>M. Budi Rustanto<br>Agus Mulyanto | Anggota        |

Sumber : Dokumen DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya

Sebagai partai politik baru, Partai PERINDO memiliki visi yakni “mewujudkan Indonesia yang berkemajuan, bersatu, adil, makmur, sejahtera, berdaulat, bermartabat dan berbudaya”. Indonesia yang berkemajuan adalah Indonesia yang ditandai dengan majunya peradaban, tingginya tingkat pendidikan rakyat, meningkatkan derajat kesehatan, Dengan misinya yakni yang pertama mewujudkan pemerintahan yang berkeadilan, yang menjunjung tinggi nilai-nilai hukum sesuai dengan UUD 1945. Kedua, mewujudkan pemerintahan yang bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme untuk Indonesia yang mandiri dan bermartabat. Ketiga, mewujudkan Indonesia yang berdaulat, bermartabat dalam rangka menjaga keutuhan NKRI. Keempat, menciptakan masyarakat adil, makmur, dan

sejahtera berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kelima, menegakan hak dan kewajiban asasi manusia dan supremasi hukum yang sesuai Pancasila dan UUD 1945 untuk mewujudkan keadilan dan kepastian hukum guna melindungi kehidupan rakyat, bangsa dan negara. Dan yang terakhir, mendorong tumbuhnya ekonomi nasional yang berkontribusi langsung pada kesejahteraan warga negara Indonesia ([https://partaiPERINDO.com/?page\\_id=6](https://partaiPERINDO.com/?page_id=6) diakses pada tanggal 23 Juli 2019 jam 20.14 WIB).

### **DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya**

**Gambar 4.3**

**Gedung Sekretariat DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya**



Untuk dapat memperoleh relasi yang lebih luas dalam mendapatkan Suara di setiap Wilayah maupun Daerah Partai PERINDO juga mendirikan sebuah Cabang kantor Daerah seperti yang bertempat di Kota Tasikmalaya Jawa Barat dengan diketuai oleh Rizki Muhamad Ramdan, LC., SH.I yang juga dikenal sebagai tokoh pengusaha muda Kota Tasikmalaya, Ketua Umum Partai PERINDO Hary Tanoesoedibjo (HT) meresmikan Kantor DPD Partai PERINDO Kota

Tasikmalaya di Jalan Ir. H. Djuanda Nomor 12, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Selasa (21/2/2017). Peresmian kantor bercat putih ini juga merupakan salah satu langkah untuk membesarkan partai berlambang rajawali ini di Kota yang terkenal dengan kerajinan payung geulis-nya tersebut yaitu di Kota Tasikmalaya. Adapun Berikut struktur kepengurusan Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai PERINDO Kota Tasikmalaya:

**PENGURUS DEWAN PIMPINAN DAERAH ( DPD )**

**PARTAI PERINDO KOTA TASIKMALAYA**

**PERIODE 2015 – 2020**

**Tabel 4.6**

| No       | Nama                                   | Jabatan   |
|----------|--|---|
| <b>1</b> | <b>Rizki Muhamad Ramdan, LC., SH.I</b> | <b>KETUA</b>  |
| <b>2</b> | Agus Pahrudin, S.Sos                   | Wakil Ketua Bidang<br>Organisasi                      |
| <b>3</b> | Budi Herdianto                         | Wakil Ketua Bidang<br>Kader, Anggota dan<br>Saksi     |
| <b>4</b> | Iwan Nirwana, S.Sos                    | Wakil Ketua Bidang<br>Litbang dan IT                  |
| <b>5</b> | Edi Hermawan                           | Wakil Ketua Bidang<br>UMKM dan Koperasi               |
| <b>6</b> | Cece Gunawan, SH                       | Wakil Ketua Bidang<br>Politik dan Kebijakan<br>Publik |

|           |                             |  |
|-----------|-----------------------------|--|
| <b>7</b>  | H. Endang Mamat, S.Pd.I.,MH | Wakil Ketua Bidang Pendidikan dan Kebudayaan           |
| <b>8</b>  | Deni Arpin Setiawan         | Wakil Ketua Bidang Pemilih Pemula, Pemuda dan Olahraga |
| <b>9</b>  | Nia Rahmawati               | Wakil Ketua Bidang Perempuan dan Anak                  |
| <b>10</b> | Heri Efrihadi, SH           | Wakil Ketua Bidang Hukum dan HAM                       |
| <b>11</b> | Dayat Suhendar              | Wakil Ketua Bidang Media dan Komunikasi Massa          |
| <b>12</b> | Aj. Dedi Khoerudin          | Wakil Ketua Bidang Keagamaan                           |
| <b>13</b> | Lusiyani, SE                | Wakil Ketua Bidang Hubungan Antar Lembaga              |
| <b>14</b> | Neli Herawati               | Wakil Ketua Bidang Perekonomian                        |
| <b>15</b> | Novi Nursafitri             | Wakil Ketua Bidang Perindustrian dan Perdagangan       |
| <b>16</b> | Bambang Supriyanto, SP.,MP  | Wakil Ketua Bidang                                     |

|    |                          |  |
|----|--------------------------|--|
|    |                          | Pertanian & Agraria  |
| 17 | Deny Djuhernawan, S.Sos  | Wakil Ketua Bidang<br>Buruh dan<br>Ketenagakerjaan         |
| 18 | Triyana Median           | Wakil Ketua Bidang<br>Energi dan Sumber Daya<br>Alam       |
| 19 | Erna Risnawati           | Wakil Ketua Bidang<br>Kependudukan dan<br>Lingkungan Hidup |
| 20 | Muhammad. Ikbal          | Wakil Ketua Bidang<br>Pariwisata dan Ekonomi<br>Kreatif    |
| 21 | Alek Irun S, SH          | Wakil Ketua Bidang<br>Kesehatan dan<br>Pelayanan Sosial    |
| 22 | <b>Elsya Elyas, S.IP</b> | <b>SEKRETARIS</b>  |
| 23 | Ade Rusman, BSC          | Wakil Sekretaris 1   |
| 24 | Iros Rosmiati, S.Pd.I    | Wakil Sekretaris 2   |
| 25 | Epi Aripin               | Wakil Sekretaris 3   |
| 26 | <b>Nova Ryanthi,</b>     | <b>BENDAHARA</b>   |
| 27 | Erni, S.Sos              | Wakil Bendahara 1  |
| 28 | Yuli Wulandari           | Wakil Bendahara 2  |
| 29 | Hilda Juni Indahwati     | Wakil Bendahara 3  |

|          |           |                 |
|----------|-----------|-----------------|
| <b>L</b> | <b>19</b> | <b>29</b>       |
| <b>P</b> | <b>10</b> | <b>PENGURUS</b> |

Sumber : Dokumen Partai PERINDO Struktur Pengurus DPD Baru 2015-2020

### **5 PENGURUS DEWAN PIMPINAN DAERAH ( DPD )**

#### **PARTAI PERINDO KOTA TASIKMALAYA**

**PERIODE 2015 – 2020**

**Table 4.7**

| <b>NO</b> | <b>NAMA</b>                     | <b>JABATAN</b>   |
|-----------|---------------------------------|------------------|
| <b>1</b>  | Rizki Muhamad Ramdan, LC., SH.I | KETUA            |
| <b>2</b>  | Lusiyani, SE                    | WAKIL KETUA      |
| <b>3</b>  | Elsya Elyas, S.IP               | SEKRETARIS       |
| <b>4</b>  | Ade Rusman, BSC.                | WAKIL SEKRETARIS |
| <b>5</b>  | Nova Ryanthi, SE                | BENDAHARA        |

Sumber : Dokumen Partai PERINDO Struktur Pengurus DPD Baru 2015-2020

### **ORGANISASI SAYAP DEWAN PIMPINAN DAERAH ( DPD )**

#### **PARTAI PERINDO KOTA TASIKMALAYA**

**PERIODE 2015 – 2020**

**Tabel 4.8**

| <b>NO</b> | <b>NAMA</b>     | <b>JABATAN</b>                    |
|-----------|-----------------|-----------------------------------|
| <b>1</b>  | IIS SUMARNI     | KETUA KARTINI<br>PERINDO          |
| <b>2</b>  | AEF AHMAD FAUZI | KETUA BARISAN<br>PENJAGA ( BAJA ) |

|    |                         |                                  |
|----|-------------------------|----------------------------------|
|    |                         | PERINDO                          |
| 3  | DEDEN SUTARLAN          | KETUA RESCUE<br>PERINDO          |
| 4  | EKO LIDODO              | KETUA GARDA<br>RAJAWALI PERINDO  |
| 5  | M. WILDAN ADIWIJAYA, SE | KETUA PEMUDA<br>PERINDO          |
| 6  | SUTARNO, SE             | KETUA MAJELIS<br>DZIKIR PERINDO  |
| 7  | -                       | KETUA LBH<br>PERINDO             |
| 8  | -                       | KETUA BARISAN<br>INDONESIA MUDA  |
| 9  | -                       | KETUA GERAKAN<br>KASIH INDONESIA |
| 10 | -                       | KETUA KOALISI<br>MUDA PERINDO    |

Sumber : Dokumen Partai PERINDO Struktur Pengurus DPD Baru 2015-2020

**KETUA-KETUA DEWAN PIMPINAN CABANG ( DPC )  
PARTAI PERINDO KOTA TASIKMALAYA  
PERIODE 2015 – 2020**

**Tabel 4.9**

| NO | NAMA DAN DAERAH PILIHAN | JABATAN                 |
|----|-------------------------|-------------------------|
| 1  | DAPII 1                 |                         |
|    | MAMAN DARISMAN          | KETUA DPC<br>BUNGURSARI |

|          |                             |                         |
|----------|-----------------------------|-------------------------|
|          | EPI KURNIAWAN               | KETUA DPC CIHIDEUNG     |
|          | H. HERMAN                   | KETUA DPC TAWANG        |
| <b>2</b> | <b>DAPI 2</b>               |                         |
|          | DEDI ARYADI                 | KETUA DPC CIPEDES       |
|          | -                           | KETUA DPC INDIHIANG     |
| <b>3</b> | <b>DAPI 3</b>               |                         |
|          | MAKSUM SAGARA               | KETUA DPC<br>CIBEUREUM  |
|          | ELIS WIDYAWATI              | KETUA DPC<br>PURBARATU  |
|          | UUS YUSMAN                  | KETUA DPC<br>TAMANSARI  |
| <b>4</b> | <b>DAPI 4</b>               |                         |
|          | ATEP                        | KETUA DPC<br>MANGKUBUMI |
|          | H. ENDANG MAMAT, SPd.I., MH | KETUA DPC KAWALU        |

Sumber : Dokumen Partai PERINDO Struktur Pengurus DPD Baru 2015-2020

**STRUKTUR ORGANISASI KESEKRETARIATAN  
DEWAN PIMPINAN DAERAH ( DPD )**

**PARTAI PERINDO KOTA TASIKMALAYA  
PERIODE 2015 – 2020**

**Tabel 4.10**

| <b>NO</b> | <b>JABATAN</b>   | <b>NAMA</b>                   |
|-----------|------------------|-------------------------------|
| <b>1</b>  | Penanggung Jawab | Rizki M. Ramdan, Lc.,<br>Sh.I |
|           |                  | Elsya Elyas, S.Ip             |

|    |                                      |                       |
|----|--------------------------------------|-----------------------|
| 2  | Kepala Sekretariat                   | Muhamad Ikbal         |
| 3  | Kabag. Umum                          | Ade Rusman, Bsc       |
| 4  | Kasubag. Rumah Tangga & Perlengkapan | Epi Aripin            |
| 5  | Kasubag. Tata Usaha                  | Dedi Aryadi           |
| 6  | Kabag. Persidangan                   | Budi Herdianto        |
| 7  | Kasubag Dokumentasi & Protokol       | Iros Rosmiati, S.Pd.I |
| 8  | Kasubag. Rapat & Risalah             | Agus Pahrudin, S.Sos  |
| 9  | Kabag Keuangan                       | Nova Ryanthi, SE      |
| 10 | Kasubag. Anggaran                    | Lusiyani, SE          |
| 11 | Kasubag. Pembayaran                  | Erni, S.Sos           |
| 12 | Kabag Keamanan                       | Aef Ahmad Fauzi       |
| 13 | Kasubag. Keamanan Internal           | Deden Sutarlan        |
| 14 | Kasubag. Keamanan Eksternal          | Epi Kurniawan         |

**Sumber : Dokumen Partai PERINDO Struktur Pengurus DPD Baru 2015-2020**

Seperti yang tertera di dalam Visi Partai PERINDO sendiri yakni “mewujudkan Indonesia yang berkemajuan, bersatu, adil, makmur, sejahtera, berdaulat, bermartabat dan berbudaya” maka dari itu Partai PERINDO Tidak hanya ingin membesarkan partai saja dalam membangun kantor daerahnya namun Partai PERINDO juga mempunyai tujuan lain yaitu dengan adanya Partai PERINDO di Kota Tasikmalaya ini harapan perekonomian masyarakat bisa maju dan Keadaan Masyarakat yang tidak memungkinkan bisa terbantu.

Namun tetapi usainya Pemilu 2019 Dikota Tasikmalaya kemarin meninggalkan rasa sedih untuk Partai PERINDO dan juga pendukungnya, kurangnya faktor keberuntungan serta persaingan yang sangat ketat dengan partai

lain membuat strategi yang telah dilakukan oleh Partai tersebut kalah dan belum bisa mencapai perolehan suara yang diharapkan sehingga tidak bisa menempatkan Partai PERINDO di kursi Parlement, dimana minimal perolehan suara partai yang harus di dapat agar bisa menduduki kursi di parlemen yaitu 4%, sedangkan perolehan suara keseluruhan yang didapat Partai PERINDO di Kota tasikmalaya setelah pemilu usai hanya 0,9% masih jauh dari minimal syarat agar bisa mendapatkan kursi di parlement, padahal pada proses marketing politik yang dilakukan oleh Partai PERINDO dalam memenangkan perolehan kursi legislatif sudah maksimal.

Dengan adanya progam UMKM sebagai marketing politik yang dilakukan Partai PERINDO setidaknya akan memperoleh walau hanya satu kursi anggota DPRD Kota Tasikmalaya. Selain dari pelaksanaan progam UMKM dan terjun langsung ke masyarakat kota tasikmalaya dalam penjualan Sembako murah sebagai penggunaan marketing politik, juga melalui media sosial dan iklan-iklan di TV yang sudah sangat terkenal di berbagai kalangan masyarakat, serta pengeluaran dana kampanye menurut data yang diperoleh dari KPU Kota Tasikmalaya jika dibandingkan dengan partai DEMOKRAT yang memperoleh kursi anggota DPRD maka jumlah pengeluaran dana kampanye Partai PERINDO yang lebih banyak yakni mencapai Rp 87.723.808,- sedangkan untuk partai DEMOKRAT sebesar Rp 54.578.000,- (KPU Kota Tasikmalaya).

#### **D. Hasil Penelitian**

##### **1. Strategi Marketing Politik Partai PERINDO**

O'Class (1996) dalam buku Firmanzah (2012:155) berpendapat bahwa filosofi Marketing Politik ini memberikan arahan bagaimana menerapkan sebuah ilmu

marketing dalam dunia politik, karena pada dasarnya ilmu marketing melihat bahwa kebutuhan konsumen adalah hal terpenting dan perlu diidentifikasi dan dicari bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut. Marketing politik disini ialah variasi dari kebijakan komunikasi pemasaran untuk mempromosikan seorang atau proyek politik dengan menggunakan model teknik pemasaran komersial sebagai seperangkat metode yang dapat digunakan oleh organisasi-organisasi politik untuk pencapaian tujuan dalam hal program politik atau dalam memengaruhi perilaku para pemilih, begitupula dengan strategi marketing politik, dimana konsep strategi ini adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah partai politik, atau kontestan dalam membangun kepercayaan citra publik. Publik disini yaitu Masyarakat Umum, masyarakat akan mencatat dan menyimpan dalam memorinya semua kegiatan politik, wacana politik, dan kepedulian kepada masyarakat yang telah dilakukan atau dikerjakan oleh partai politik secara individual maupun kelompok. Strategi marketing politik ini sangatlah penting untuk di pakai di ranah politik, seperti partai politik yang ingin meningkatkan eksistensinya demi mendapatkan suara dari masyarakat banyak. Namun perlu di perhatikan kembali dalam pemakaian Strategi Marketing Politik ini, karena tidak bisa semerta-merta dalam penggunaannya ,hal ini harus di pikirkan secara matang karena dalam penggunaan strategi marketing politik ini harus bisa membuat 1 pihak dengan pihak lainnya tidak rugi, dengan maksud jika partai politik ingin dipilih oleh masyarakat banyak maka dalam perumusan produk atau programnya pun harus sesuai dengan situasi di masyarakatnya.

Dalam hal ini marketing politik yang dimaksud ialah strategi marketing politik DPD Partai PERINDO, dimana dalam Pemilu kemarin yang di laksanakan

pada tanggal 17 April 2019, Harris G.Warren dalam buku Ramlan Surbakti (1992), menurutnya bahwa pemilu merupakan sebuah kesempatan bagi para warga negara dalam memilih pejabat-pejabat pemerintah dan memutuskan apakah yang mereka inginkan untuk dikerjakan oleh pemerintah dan sebagai penyalur aspirasi atau tangan kanan masyarakat ke pemerintah. Dan dalam membuat keputusannya itu para seluruh warga negara dapat menentukan siapa yang pantas dan dipercaya untuk menyalurkan keinginannya.

dalam meraup suara masyarakat Partai PERINDO telah menggunakan beberapa strategi marketing politik unggulan yang di milikinya antara lain yaitu : Bantuan mobil Ambulan secara gratis untuk masyarakat, Gerobak, Pembinaan UMKM, Penjualan Beras Murah dan Fogging. Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsy Elsyas, S.IP “Untuk Program unggulan yaitu Gerobak,UMKM,Fogging, Penjualan Beras Murah dan program mobil ambulan untuk masyarakat yang membutuhkan, pemakaian mobilnya pun secara gratis,.” (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

Program unggulan ini merupakan sebuah program inti yang dibuat oleh Partai PERINDO yang di peruntukan bagi masyarakat yang membutuhkan terlebih di ranah perekonomian, namun dalam pemberian program unggulan ini tidak seluruhnya terealisasikan di Kota Tasikmalaya, seperti yang di katakan Bapak Elsy Elyas yang merupakan Sekertaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya dalam program gerobak dan UMKM belum bisa terealisasikan atau turun dikarenakan faktor waktu yang mepet dan dari pusat yang tidak cepat tanggap.

“sayangnya untuk gerobak dikota tasikmalaya sendiri program gerobak ini belum turun dan pada saat itu permintaan gerobak sebenarnya sudah banyak sudah ada 60 gerobak yang harus di Acc namun sayangnya dari pusat tidak tau kenapa tidak ada yang turun satupun untuk di kota tasikmalaya sebenarnya di kota-kota lain sudah ada yang turun namun mungkin hal ini tidak dilakukan maksimal, dikarenakan waktu saat itu mepet” (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

Dalam hal ini sangat disayangkan melihat program tersebut tidak bisa terealisasi hanya karena PERINDO Pusat yang kurang maksimal dalam mengatur jalannya program, bahwasannya jika program ini dapat terealisasi bisa dimungkinkan dalam perolehan suara Partai PERINDO di Kota Tasikmalaya bisa banyak, dengan kurang maksimalnya program yang diberikan ini membuat masyarakat di tasikmalaya berada dalam kekecewaan yang pada saat itu menaruh harapan yang besar kepada Partai PERINDO, sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan yang saya wawancarai yaitu Bapak Edi Sutrisno seorang wiraswasta di Mangkubumi *”lamun disebatkeun mah rada sedih oge kumargi nya eta program anu ku abdi di antosan teh anu gerobak sareng UMKM tea teu acan nampi”*. (Edi Sutrisno, Wawancara pada tanggal 21 September 2019).

Adapun menurut Sekretaris Partai PERINDO Elsyas Elyas untuk mendapatkan sebuah gerobak pun tidak semudah yang masyarakat bayangkan, hal itu di ungkapkan kepada masyarakat pada saat sosialisasi, adapun persyaratan yang harus dipenuhi yaitu sudah mempunyai gerobak sendiri dan adanya penyaringan terlebih dahulu lewat pembinaan agar bisa mendapatkannya, sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas Elyas, S.IP *“untuk yang bisa menerima gerobaknya pun tidak bisa sembarang jadi harus dibina terlebih dahulu dan juga sebelumnya sudah*

*mempunyai gerobak sendiri.*” (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

Selain program Gerobak dan UMKM adapun Mobil Ambulan dan Fogging, dimana mobil ambulan dan fogging ini gratis untuk masyarakat yang membutuhkan tanpa syarat apapun, namun untuk penggunaan mobil ambulan sendiri ada kekurangannya juga dan sangat terbatas karena di setiap daerah hanya di sediakan 1 unit mobil saja jadi masyarakat yang akan memakaipun harus rela sabar menunggu apabila dalam keadaan darurat masyarakat harus menggunakan cara lain yaitu menyewa ke rumah sakit, seperti yang dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas, S.IP:

“Ada program mobil ambulan juga untuk masyarakat yang membutuhkan, pemakaian mobilnya pun secara gratis, namun penyediaan mobil ambulan dalam satu daerah hanya di berikan 1 saja, jadi masyarakat yang ingin memakai mobil ambulan harus sabar menunggu atau memilih cara lain yaitu menyewa ambulan dari rumah sakit”. (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

Tidak hanya Mobil ambulan saja yang sudah bisa dirasakan ada juga program kesehatan lainnya yaitu fogging yang keberadaannya sudah bisa dirasakan masyarakat Kota Tasikmalaya sebagian dan fogging ini tetap berlanjut sampai sekarang ini. Dalam beberapa Program unggulan yang peneliti tulis diatas, terdapat juga beberapa Program lainnya yang dilakukan dan dibuat oleh DPD Partai PERINDO di Kota Tasikmalaya khususnya untuk masyarakat Kota Tasikmalaya, namun program ini bisa dibilang tradisional dan kondisional tergantung Caleg-Calegnya pun, antara lain yaitu adanya bagi-bagi takjil bagi masyarakat Kota Tasikmalaya, pengadaan pengajian. Sebagaimana yang

dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elysa Elyas, S.IP:

“Untuk program yang dibuat di tasik masih tradisional dan juga kondisional, tergantung kepada caleg-calegnya, seperti adanya bagi-bagi takjil, kumpulan pengajian , untuk pengajian melibatkan dari RI ada majelis dzikirnya.” ”. (Elysa Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019)

Dalam Menjalankan Strategi Marketing Politiknya demi memperkenalkan nama dan program Partainya keseluruh Indonesia dan meraup suara masyarakat banyak Partai PERINDO telah mempromosikan besar-besaran melalui media digital yaitu Pertelevisian Nasional Indonesia MNC Group yang di miliki oleh Hary Tanoesoedibjo yang sekarang menjabat sebagai Ketua di Partai PERINDO ,dan adapun media sosial lainnya seperti Facebook dan Instagram yang digunakan sebagai alat kampanye, namun tetapi dalam mempromosikan program-programnya tidak dimungkinkan jika hanya mengandalkan lewat Digital saja, butuh kerjasama dilapangan juga, maka dari itu dalam melancarkan kampanyenya Partai PERINDO membuat Cabang dari berbagai Daerah-daerah di Indonesia agar masyarakat yang masih kurang paham di media sosial bisa mengetahui informasi tentang Partai PERINDO, salah satunya di daerah Kota Tasikmalaya yang bertempat di Jalan Ir. H. Juanda No. 12 - Kota Tasikmalaya ,dalam mempromosikan program-programnya DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya bergerak melakukan aksi kampanye dilapangan dengan cara menyebarkan seluruh pengurus yang telah disahkan dan tergabung di DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya untuk melakukan sosialisasi ke setiap daerah-daerah yang di tunjuk untuk memberikan edukasi tentang Program-programnya serta pengenalan dari

Partai PERINDO, tidak hanya oleh Pengurus saja adapun DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya telah merekrut tokoh-tokoh atau masyarakat yang berpengaruh di sekitar lingkungannya, dalam tingkat Lurah DPD Partai PERINDO menggandeng Ketua RT/RW dan Pemuda Aktivistis dan untuk tingkat kecamatan menggandeng Ketua MUI, namun sayangnya dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan DPD Partai PERINDO Tasikmalaya ini dikatakan kurang maksimal dan mengakibatkan sebagian dari masyarakat Tasikmalaya kurang mengetahui Partai PERINDO hal ini dikarenakan keterbatasan pengurus yang membuat pada saat pemberian informasi tentang Partai PERINDO tidak tersampaikan semua sehingga masyarakat Kota Tasikmalaya tidak banyak tahu tentang Partai PERINDO ini. Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas Elsyas, S.IP :

”kita mengambil tokoh-tokoh pemuda dari masyarakat yang memang berpengaruh di lingkungan/masyarakatnya, kalo ketua RT sm RW kan memang udah pasti harus, itu untuk ruang lingkup kelurahan nah kalo ruang lingkup kabupaten mah kita menggandeng Ketua MUI pengurus kita masih sedikit jadi dalam penyebaran informasi masih kurang dan terbatas”. (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

## **2. Komunikasi Politik Dengan Masyarakat Kota Tasikmalaya**

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah (Surbakti, 2010: 152). Komunikasi politik juga merupakan proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. komunikasi politik sangatlah penting karena kita dapat saling memahami satu

sama lain dan tidak akan terjadi kesalah pahaman antar individu maupun dalam kelompok. Komunikasi politik disini juga bisa di katakan sebagai strategi yang cukup berperan dalam suksesnya strategi pemenangan yang ingin diterapkan. Berbagai komponen dalam sistem komunikasi politik menjadi bagian-bagian yang diimplementasikan pada strategi pemenangan politik suatu kandidat dalam pertarungan Pemilu untuk memperoleh suara terbanyak.

Komunikasi politik yang sangat berperan dilakukan pada saat kampanye, dimana kampanye yang merupakan salah satu bagian dari pemasaran politik (marketing politik), harus dipikirkan matang-matang oleh setiap kandidat atau tim suksesnya. Di tahap ini semua kandidat dan tim suksesnya harus bekerja keras untuk bisa memperoleh suara yang banyak dan jika beruntung bisa saja menang dalam pemilihan yang digelar. Maka dari itu tidak cukup jika hanya dengan pembentukan program-program tanpa disertai komunikasi politik, dikarenakan hal ini merupakan suatu jalan agar program-program yang sudah di rancang tidak sia-sia.

Seperti halnya yang dilakukan oleh Partai PERINDO yakni melakukan promosi produknya tidak hanya lewat media digital saja dikarenakan mengerti bahwa masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum bisa mengakses Internet maupun Tv, untuk itu demi melancarkan promosinya Partai PERINDO Membuat Cabang di setiap daerahnya seperti di kota tasikmalaya ini, yang bertujuan agar bisa bertatap muka langsung dengan masyarakat Kota Tasikmalaya dan mendengar aspirasinya. Dengan mengadakan sosialisasi ke setiap lokasi di Kota Tasikmalaya yang dilakukan oleh pengurus DPD Partai PERINDO dan Tokoh masyarakat di sekitar sampai sekarang ini respon dari Masyarakat Kota

Tasik dapat dikatakan cukup tidak ada hambatan dan respon dari masyarakat menerima akan kehadiran Partai PERINDO Di Kota Tasikmalaya ini dan mendukung setiap Programnya, sebagaimana dikatakan Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas Elsyas, S.IP *"untuk komunikasi ke masyarakat bisa di katakan cukup dan Untuk hambatan dalam komunikasi alhamdulillah tidak ada"* (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

Meskipun di Kota Tasikmalaya ini bermayoritas islam dan dikenal dengan sebutan "Kota Santri" namun Partai PERINDO tidak berhenti melangkah dalam memperkenalkan Partai dan programnya, dengan tekad juangnya demi memberikan kenyamanan untuk rakyat di Kota Tasikmalaya Partai PERINDO mampu memposisikan Partainya dengan bijak, meskipun terkadang dipandang sebelah mata oleh masyarakat lainnya dikarenakan Ketua dari Partai PERINDO itu Non Islam dan semua orang-orang yang berada di dalam Partainya tidak semuanya beragama islam namun masyarakat di Kota Tasikmalaya tetap menerima, maka dari itu Partai PERINDO tetap berjuang memberikan yang terbaik untuk Masyarakat demi meraup suara lebih untuk Partainya. Tidak hanya itu, selain melakukan pendekatan dengan masyarakat Umum Kota Tasikmalaya demi terciptanya kedamaian dan ketentraman antar sesama demi dapat dukungan dari masyarakat Kota Tasik dalam memposisikan partainya juga Partai PERINDO melakukan Pendekatan dan merangkul Pondok-pondok Pesantren serta pendekatan terhadap ulama - ulama yang ada di Kota Tasikmalaya dan mengadakan pengajian-pengajian yang di adakan serta di atur oleh pengurus dan Majelis Dzikir Partai PERINDO yang dipimpin oleh Habib Achmad bin Abdullah

Jindan, bersyukur dalam pendekatannya pun tidak ada kesulitan sama sekali, dan pada saat mengadakan pengajian tidak hanya mendatangkan ulama-ulama yang ada di Kota Tasikmalaya saja , Partai PERINDO pun mendatangkan Ketua MUI Kota Tasikmalaya dan ulama dari luar juga, Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsy Elsyas, S.IP :

*“partai kita (PERINDO) melakukan pendekatan-pendekatan kepada Ulama, Kebetulan sama Ketua MUI juga yang ada di Kota Tasikmalaya, ke Pesantren, mempunyai majelis dzikir, kita juga mendatangkan ulama dari luar, Tidak ada kesulitan alhamdulillah, karena kan kalo pendekatan gimana kitanya , kalo niat kita baik insyallah baik juga kekitanya “(Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).*

Dalam pelaksanaannya tersebut Partai PERINDO sudah mendatangi 4 Pesantren di Kota Tasikmalaya, tidak hanya pengajian, adapun Partai PERINDO mengadakan sebuah program ilmu Kewirausahaan dan bantuan untuk Pesantren, Program Kewirausahaan ini bertujuan agar meningkatnya perekonomian di pesantren itu sendiri dan dalam pemberian ilmunya pun di berikan langsung oleh Bapak Hary Tanoesoedibjo selaku Ketua Partai PERINDO, tidak hanya memberikan ilmu saja namun memberikan bantuan lainnya juga untuk pesantren antara lain seperti memberikan semen,pasir tanah. Seperti yang dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsy Elsyas, S.IP *“mengadakan kewirausahaan untuk santri, karena kan pak hary tanoe sukses dalam bidang kewirausahaan jadi ya ingin memberikan ilmu juga untuk santri-santri agar bisa meningkatkan ekonominya”.*(Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019). Namun tetapi sangat disayangkan dalam Perolehan Suara di Pemilu 2019 kemarin PERINDO Mengalami hal yang kurang beruntung

karena Perolehan suara yang tidak sesuai dengan harapan dan mengakibatkan kekalahan karena kurang maksimal komunikasi politiknya, dibalik lancarnya komunikasi Politik yang dilakukan Oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya terhadap Pesantren-Pesantren, peneliti mendapatkan suatu permasalahan yang terjadi di lingkungan Masyarakat umum, yaitu terkait masih kurangnya Komunikasi Politik Terhadap Masyarakat Umum lain yang ada di daerah pedalaman di Kota Tasikmalaya, karena minimnya informasi tentang PERINDO membuat sebagian masyarakat Kota Tasikmalaya tidak memberikan hak Suaranya untuk Partai PERINDO, sebagaimana yang dikatakan oleh beberapa informan yang saya wawancarai, yaitu Dadan ramadhan, Nia Rahmawati, H Kurtubi Yusuf “*Upami soal komunikasi mah ngobrol sareng pihak Partai PERINDO na kitu mah teuacan pernah a, nya eta tea teuaya nu kadieu, saya kemarin da bakat ku teuterang nya nyoblos nu sanes we nu rada jelas*”. (Dadan Ramadhan, Wawancara pada tanggal 21 September 2019). “*Ibu denger sih ada yang sempat sosialisasi cuman sosialisasinya tidak sampai terdengar ke semua tempat, itu juga Cuma sekali*” (Nia Rahmawati, Wawancara pada tanggal 21 September 2019), “*Tidak tahu , soalnya tidak ada yang kesini dari partai itu mah, kan tahu aa juga ini daerah rada dalem janteun teu kasumpingan*”. (H Kurtubi Yusuf, Wawancara pada tanggal 21 September 2019)

hal ini dapat dikatakan menjadi salah satu faktor kekalahan karena kurangnya Partai PERINDO dalam berkomunikasi politik terhadap masyarakat umum di Kota Tasikmalaya. Namun tetapi dibalik kurangnya komunikasi politik yang dilakukan oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya tidak membuat masyarakat umum menjadi berpandangan buruk terhadap Partai PERINDO

begitupun terhadap Hary Tanoesoedibjo selaku Ketua Partai PERINDO, karena setiap orang ataupun kelompok pasti mempunyai kekurangan dan tidak seharusnya dipandang sebelah mata, dan soal perbedaan keyakinan itu tergantung kepada pikiran dan logika diri kita masing-masing mau menerima atau tidak, sampai saat ini setelah peneliti mewawancarai beberapa masyarakat di Kota Tasikmalaya, respon yang dilontarkan terhadap sosok Hary Tanoesoedibjo selaku Ketua Partai PERINDO dalam ranah kota santri dapat diterima dan di pandang baik, seperti yang di katakan salah satu informan masyarakat umum kota tasikmalaya yang saya wawancarai bapak Edi Sutrisno “ upami diri abdi mah a telangkung, lamun sae ketuana eta ngajak kasaeen kanggo kamajuan kota tasik nya ditampi tur didukung oge, urusan islam henteuna mah kumaha kayakinan masing-masing.” (Edi Sutrisno, Wawancara pada tanggal 21 September 2019).

### **3. Manajemen Organisasi Politik DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya**

Organisasi politik adalah organisasi atau kelompok yang bergerak atau berkepentingan atau terlibat dalam proses politik dan dalam ilmu kenegaraan, secara aktif berperan dalam menentukan nasib bangsa tersebut. Organisasi politik dapat mencakup berbagai jenis organisasi seperti kelompok advokasi yang melobi perubahan kepada politisi, lembaga think tank yang mengajukan alternatif kebijakan, partai politik yang mengajukan kandidat pada pemilihan umum, dan kelompok teroris yang menggunakan kekerasan untuk mencapai tujuan politiknya. Dalam pengertian yang lebih luas, suatu organisasi politik dapat pula dianggap sebagai suatu sistem politik jika memiliki sistem pemerintahan yang lengkap. Organisasi politik merupakan bagian dari suatu kesatuan yang berkepentingan

dalam pembentukan tatanan sosial pada suatu wilayah tertentu oleh pemerintahan yang sah. Organisasi ini juga dapat menciptakan suatu bentuk struktur untuk diikuti.

Dalam hal ini Organisasi Politik yang dimaksud adalah Organisasi Politik DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, dimana DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya ini mempunyai kepentingan dan keterlibatan dalam proses politik serta ilmu ke Negaraan yang secara aktif berperan sebagai jembatan penyampaian aspirasi masyarakat ke pemerintah demi menentukan nasib masyarakat Tasikmalaya kedepannya. Kepentingan yang di tuju oleh partai ini ialah sebuah kursi jabatan yang nantinya perwakilan dari rakyat yang mendapatkan kursi jabatan tersebut sebagai penolong rakyat untuk menyampaikan aspirasinya ke pemerintah. Namun untuk mendapatkan kursi jabatan tersebut tidaklah mudah banyak persyaratan yang harus dipenuhi dan banyak rintangan, dalam hal ini Partai Politik harus mampu ikut berkontestasi dalam Pemilu, dimana pemilu ini merupakan sarana yang sangat penting untuk rakyat dalam kehidupan bernegara, dengan proses memilih wakil-wakil dari setiap masyarakat yang berkompeten yang pada hasilnya nanti akan dapat mengendalikan roda pemerintahan di negaranya sendiri dan diadakan setiap 5 tahun sekali, adapun Syarat yang paling utama ialah harus mendapatkan kepercayaan penuh dari masyarakat, pentingnya kepercayaan ini di gunakan agar nanti pada saat Pemilu berlangsung masyarakat dapat menggunakan hak suaranya untuk mendukung dan memenangkan perwakilan masyarakatnya atau yang sering disebut Caleg DPRD.

Maka dari itu agar Partai Politik berhasil dalam mendapatkan perolehan suara yang banyak dianjurkan harus adanya manajemen, manajemen disini ialah

sebuah pengaturan, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, yang nantinya bertujuan untuk menentukan serta mencapai sasaran melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Seperti yang dilakukan oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, dalam Pemilu 2019 kemarin sudah menyiapkan sebuah konsep Manajemen yang dimana bertujuan untuk memperlancar kampanyenya, seperti konsep promosinya, penentuan kelompok masyarakat untuk penyebaran program-programnya , pengurus-pengurus serta caleg-calegnya. Dalam ilmu manajemen terdapat unsur (5M) penting yang harus di kuasai oleh setiap Organisasi, hal ini di kemukakan oleh arrington Emerson dalam Phiffner John F. dan Presthus Robert V. (1960), yaitu: **Man, Money, Materials, Machines, Market.**

- a. **Man (Manusia)** merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan dengan kata lain sukses dan lancarnya suatu organisasi dalam mencapai tujuan tergantung pengelolaan Kualitas dan Kuantitas SDMnya, Begitupun yang dilakukan oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, dimana perekrutan terbuka, setiap sumber daya/pengurus di ambil dari masyarakat sekitar dan juga tokoh berpengaruh di Tasikmalaya, hal ini dilakukan untuk bisa mengambil hati masyarakat kota tasikmalaya.

Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas Elsyas, S.IP

“Untuk perekrutan kami terbuka, siapapun boleh bergabung, dalam perekrutan kita mengambil orang yang berpengaruh juga di sekitar lingkungannya, seperti ketua pemuda, Ketua RT/RW”. (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 20 September 2019).

- b. **Money (uang)** merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat (tools) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, seperti halnya DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, pada saat Pemilu kemarin telah membuat beberapa kegiatan untuk melancarkan kampanyenya yang dipastikan mengeluarkan sejumlah uang yang tidak sedikit, tetapi dalam penggunaan uangnya dalam hal kampanye di Kota Tasikmalaya, DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, menggunakan dana Pribadi, maksud pribadi disini ialah sejumlah bantuan uang yang disalurkan oleh setiap caleg atau bantuan-bantuan lainnya (Kecuali dari pusat), adapun diberi dari pusat juga itupun pada waktu akan menyelenggarakan acara yang di hadiri oleh Pak Hary Tanoe,

Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas Elsyas, S.IP

“Dalam pengelolaan Dana di kota tasikmalaya sendiri kita biaya masing-masing caleg, adapun pemasukan bantuan itu hanya kalo ada pak hary tanoë datang kesini baru dikasih uang buat penyelenggaraan acara kampanye atau yang lainnya seperti kepesantren itu.” (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 29 September 2019).

- c. **Material** merujuk pada bahan baku sebagai unsur utama untuk diolah sampai menjadi produk akhir untuk diserahkan pada konsumen, dengan kata lain produk disini ialah sebuah program yang dibuat oleh Partai Politik guna mewujudkan aspirasi masyarakat, yang nantinya setelah di olah/dirumuskan di berikan kepada masyarakat yang membutuhkan dan kemudian jika sebuah program itu pas maka akan mendapatkan sebuah timbal balik dari masyarakat yaitu hak suara memilih dan mendukung Partai tersebut. DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya diberikan beberapa program unggulan yang telah di olah dari PERINDO pusat yang nantinya program tersebut akan di bagikan ke masyarakat kota tasik yang membutuhkan alhasil tujuan DPD Partai PERINDO untuk mendapatkan suara tercapai.
- d. **Machine (mesin)** juga merupakan material namun disebut material tidak langsung karena tidak diolah namun digunakan untuk mengolah, contohnya seperti Manusia dan alat digital, manusia disini ialah Pengurus dari sebuah keorganisasian yang

dimana ditugasi oleh pimpinan untuk menjalankan sebuah perintah untuk menyalurkan sebuah produk yang dibuatnya dan untuk alat digital yaitu seperti Tv Instagram dan sosial media lainnya yang bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi. Sama halnya dengan DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, dalam mencapai tujuannya agar sebuah produk/program yang telah dibuat dari pusat dapat tersampaikan keseluruhan daerah Indonesia PERINDO Pusat menggunakan alat digital yakni iklan di televisi dan sosial media lainnya, adapun untuk manusia salah satu contohnya Pengurus DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya kepada masyarakat kota tasikmalaya, PERINDO Pusat memberikan tugas kepada pengurus yang ada di daerah Tasikmalaya untuk menyampaikan sebuah produknya agar bisa dirasakan oleh seluruh rakyat indonesia yang tidak bisa menikmati lewat alat digital, Sebagaimana dikatakan oleh Sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, Bapak Elsyas Elsyas, S.IP

“Untuk disini (Kota Tasikmalaya) selain memakai alat digital, kita mengerahkan seluruh pengurus yang bertujuan sebagai alat penyampaian suatu produk yang dibuat dari pusat selain alat digital, dengan titik fokus terhadap masyarakat awam yang belum mengerti teknologi.” (Elsya Elyas, S.IP, Wawancara pada tanggal 29 September 2019).

- e. **Market** adalah tempat di mana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya. Memasarkan produk barang tentu

sangat penting sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang akan berhenti. Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung. Oleh sebab itu, penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen. Dalam memasarkan/mempromosikan produknya, Partai PERINDO mampu menguasai Pasar digital, antara lain melakukan penyebaran informasi melalui Televisi nasional MNC Group dan sosial media lainnya, hal ini dilakukan agar semua produk serta Partainya bisa terlihat di seluruh Indonesia, selain itu Partai PERINDO juga langsung terjun ke setiap masyarakat yang belum mengenal digital untuk memasarkan dan menargetkan produknya agar sesuai melalui cabang-cabang Daerahnya seperti Di Kota Tasikmalaya ini yang di namakan DPD Partai PERINDO.

#### **E. Analisis Kekalahan Partai PERINDO Pada Pemilu di Kota Tasikmalaya Tahun 2019**

Seperti yang peneliti tulis dilatar belakang agar membuat penelitian ini menarik dan harus dilakukan, peneliti membuat suatu perbandingan dimana peneliti mengambil suatu lokasi yang berkarakteristik sama, yakni di Kota Tasikmalaya dengan Kabupaten Cianjur Jawa Barat, dengan tujuan menganalisis

sebuah adanya perbedaan dalam perolehan Suara Partai PERINDO di tinjau dari marketing politiknya dengan teori yang sudah di sediakan.

### **1. Marketing Politik**

Menurut O'Shaughnessy, seperti dikutip Firmanzah (2008), marketing politik berbeda dengan marketing komersial. Marketing politik bukanlah konsep untuk "menjual" partai politik atau kandidat kepada pemilih, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah parpol atau seorang kandidat dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual. Di samping itu, marketing politik merupakan sebuah teknik untuk memelihara hubungan dua arah dengan publik.

Dalam Hal ini Partai PERINDO Pusat maupun DPD PERINDO Kota Tasikmalaya dapat dikatakan sudah menggunakan Marketing Politik, karena dalam penggunaannya ditujukan untuk memenuhi kedua belah pihak disatu sisi untuk keuntungan Partainya dan satu sisi lain Untuk keuntungan Masyarakat, dan demi meraup suara lebih dari Masyarakat Partai PERINDO mampu memberikan sebuah program yang dimana program ini berhubungan dengan permasalahan aktual di sekitar khususnya di Kota Tasikmalaya seperti kesehatan dan perekonomian. Program-program unggulan yang dimilikinya merupakan sebuah bentuk keprihatinan terhadap masyarakat yang terkadang masih kurang akan perekonomiannya dan fasilitas tentang kesehatannya, dalam pemberian programnya pun DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya telah mengelompokannya terlebih dahulu sehingga dalam pemberian programnya tidak salah sasaran seperti memberikan bantuan gerobak dan binaan UMKM kepada masyarakat yang perekonomiannya masih kurang. Selanjutnya, untuk

menjelaskan dan mengidentifikasi Marketing Politik yang dilakukan oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, penulis akan menjelaskan dalam bauran Marketing Mix 4P, Segmentasi, targeting dan Positioning..

## 2. Marketing Mix 4p

Setelah melakukan penelitian Peneliti akan menganalisis sebuah Strategi Marketing Politik yang digunakan oleh Partai PERINDO Kota Tasikmalaya dengan Bauran marketing Mix 4P menurut Niffenegger dalam Wring (1997) ;

**Tabel 4.11**

### **Analisis Strategi Marketing Partai Politik DPD Partai PERINDO**

#### **Kota Tasikmalaya**

| <b>No</b> | <b>Marketing Mix 4P</b>  | <b>Marketing Politik Partai PERINDO</b>   |
|-----------|--|---|
| <b>1</b>  | <b>Product</b> produk merupakan suatu hal yang ditawarkan oleh calon atau partai politik kepada pemilih.   | Product/program yang telah dibuat antara lain, Bantuan Gerobak, UMKM, Fogging, Mobil Ambulan  |
| <b>2</b>  | <b>Promotion</b> promosi merupakan sebuah upaya untuk memberitahukan informasi atau menawarkan produk dengan tujuan untuk menarik minat konsumen | Promosi program dan perkenalan besar-besaran di pertelevisian indonesia MNC Group dengan mengandalkan tokoh utama Ketua dari Partai PERINDO Hary Tanoesoedibjo, media sosial, terjun kelapangan |
| <b>3</b>  | <b>Price</b> Menurut Niffenegger dalam Firmanzah (2012: 205) harga dalam marketing politik   | Untuk Price dalam menjalankan Program Pribadinya DPD Partai Kota Tasikmalaya memakai uang sendiri,  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | mencakup banyak hal seperti harga ekonomi, harga psikologis dan harga citra nasional   | mengandalkan tokoh masyarakat dan ulama .  |
| 4 | <b>Place</b> Menurut Niffenegger dalam Firmanzah (2012: 207) tempat berkaitan dengan cara hadir atau distribusi seorang calon atau institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. | Dalam penempatan sudah aman, masyarakat Kota Tasik mendukung dan menerima keberadaan Pak Hary Tanoesoedibjo serta Partai PERINDOnya. |

*Sumber: Niffenegger dalam Wring (1997)*

Dalam hal kampanye setiap Partai Politik yang menggunakan Marketing Politik harus mempunyai beberapa persyaratan agar mendapatkan suskesi dalam meraup suara yang besar, yaitu seperti yang peneliti tulis diatas Mengenai **Produk, Promotion, Price dan Place** menurut Niffenegger dalam Wring (1997).

Dalam pembahasan produk, Marketing Politik Partai PERINDO adalah adanya sebuah program Pembagian gerobak dan UMKM, fogging dan bantuan mobil ambulan bagi masyarakat yang membutuhkan, dari hasil teori yang di kemukakan dilihat dari segi keseluruhan program yang dibuat, Partai PERINDO dapat dinyatakan sudah memenuhi persyaratan dari sebuah pembuatan Produk/program, dimana terdapat penawaran sebuah program yang saling menguntungkan untuk partai dan juga masyarkatnya, meskipun program yang di berikan sedikit tetapi masyarakat menerimanya. Namun ada hal yang sangat

disayangkan mengenai pengadaan program tersebut, selain pada waktu persiapan kurang matang serba mepet, ditambah kurang maksimalnya DPP Partai PERINDO dalam mengurus hal program gerobak dan UMKM menyebabkan tidak terealisasikan kesemua masyarakat Indonesia khususnya masyarakat di Kota Tasikmalaya merasa kecewa karena pembagian Gerobak dan binaan UMKM belum sama sekali mendapatkan bantuan tersebut sehingga hal ini berdampak pada pemilih di Kota Tasikmalaya yang sebelumnya akan memberikan hak suaranya kepada Partai PERINDO menjadi kepartai lain.

Dalam pembahasan Promotion (Promosi), setelah pembuatan produk (program) Partai PERINDO melakukan promosi besar-besaran melalui media digital yakni Facebook, Instagram dan media Pertelevisian Indonesia MNC Group, menurut peneliti promosi yang di lakukan di Digital sudah bagus, tidak hanya itu, dalam mempromosikan program-programnya agar masyarakat yang kurang paham akan teknologi bisa terbagi informasi, Partai PERINDO membentuk sebuah cabang daerah salah satunya adalah di Kota Tasikmalaya, hal ini di lakukan untuk promosi di lapangan dengan cara sosialisasi dan bertatap muka langsung terhadap masyarakat Kota Tasikmalaya yang masih kurang akan teknologi , tetapi dalam strategi yang dilakukannya ini demi meraup suara lebih di Kota Tasikmalaya hanya sebagian masyarakat saja yang merasakan dan mendapat informasi dari Partai PERINDO, hal ini dikarenakan sedikitnya pengurus dan tokoh masyarakat yang tergabung kedalam DPD Partai PERINDO sehingga dalam pelaksanaan promosi ke setiap daerah di Kota Tasikmalaya tidak Optimal, bisa dikatakan menurut peneliti hal ini juga menjadi salah satu faktor penyebab kekalahan yang dialami oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya yang

dimana karena ketidak tahuan masyarakat tentang Partai PERINDO menjadikan Masyarakat Kota Tasik memilih partai lain.

Dalam Pembahasan Price (harga), proses promosi pada saat memperkenalkan Programnya, DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya mengambil langkah untuk harga psikologis, yakni merekrut dan bekerja sama dengan tokoh-tokoh berpengaruh di Kota Tasikmalaya antara lain ,Ketua MUI, Ulama, RT/RW, Aktivis Pemuda, hal ini dilakukan seperti Partai PERINDO Pusat yang dimana beriklan di media digital dengan mengandalkan harga Psikologi yaitu tokoh berpengaruh sekaligus petinggi partai Hary Tanoesoedibjo, hal ini dilakukan karen diyakini DPD Partai PERINDO dapat meraup suara banyak di Kota Tasikmalaya, tetapi dalam hasil Pemilu 2019 kemarin keinginan belum sesuai dengan harapan, mungkin keberuntungan belum memihak DPP/DPD Partai PERINDO, berdampak pada kekalahan karena suara yang didapat masih kurang dengan target yang ditentukan. Peneliti menganalisis sebuah faktor yang dimana kurang maksimalnya dalam perekrutan tokoh berpengaruh dikota Tasikmalaya yang bisa meraup suara lebih, karena terbaginya perbedaan keyakinan antar masyarakat dengan Partai PERINDO membuat sebagian masyarakat masih ada yang belum puas dan merasa kurang. Meskipun Partai PERINDO terbilang partai yang memakai biaya sangat besar dari segi harga ekonominya namun dengan mengeluarkan biaya besar saja belum cukup kalau tidak di barengi dengan Image tokoh yang berpengaruh.

Kemudian dalam Place (tempat), DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya belum berhasil menempatkan Partai, caleg serta Program-Programnya agar mudah di pahami dan di rasakan oleh kalangan masyarakat

banyak, terlebih dalam bantuan program-programnya yang ditempatkan di masyarakat yang membutuhkan dan cara penempatan memperkenalkan Partainya agar di ketahuai oleh banyak kalangan masyarakat dapat dikatakan belum maksimal karena hal ini diketahui oleh peneliti saat mewawancarai sebagian masyarakat Kota Tasikmalaya dari dapil 1 sampai dapil 4 (daerah pilihan) dengan mengambil salah satu masyarakatnya yang tentunya hasil wawancara yang peneliti lakukan masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui Partai PERINDO ini, maka dari itu mengakibatkan kurangnya perolehan suara yang di dapat di Kota Tasikmalaya terhadap Caleg dan Partai PERINDO Kota Tasikmalaya.

Dari keseluruhan data diatas dengan teori yang peneliti yang dikemukakan oleh Niffenegger dalam Wring (1997) Partai PERINDO tasikmalaya masih berada dijalur yang aman karena sudah sesuai dengan apa yang dikatakan teori diatas.

### 3. Segmentasi, targeting dan Positioning

**Tabel 4.12 Keterangan Pasar**

| No | Keterangan Pasar | DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya   |
|----|------------------|---|
| 1  | Segmentasi       | DPD Partai PERINDO sudah melakukan pengelompokan untuk penerapan produk/Program-programnya.       |
| 2  | Targeting        | Program ini telah ditarget untuk masyarakat kota Tasikmalaya yang kurang diperekonomiannya dengan |

|          |             |   |
|----------|-------------|---|
|          |             | merangkul pedagang, adapun program kesehatan yang di target untuk masyarakat membutuhkan.   |
| <b>3</b> | Positioning | Untuk hal ini DPD Partai PERINDO belum bisa menggambarkan kandidat atau parpol kepada pemilih agar pemilih berpindah dukungan dari kandidat atau parpol lain agar mendukung Partai PERINDO. |

Sumber : Firmanzah (2012)

Arti dari segmentasi sendiri ialah sebuah pemetaan atau pengidentifikasian terhadap beberapa kelompok para konsumen agar dalam penempatan suatu produk yang di tawarkan tidak salah sasaran, dalam hal ini DPD Partai PERINDO sudah melakukan pemetaan terhadap program-programnya agar tidak salah sasaran dalam pemberiannya, hal ini di ketahui Peneliti setelah mewawancari sekretaris DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya Bapak Elysa Elyas, ia mengatakan dalam pemberian bantuan programnya ini tidak semata merta di bagikan kepada semua yang membutuhkan namun ada pembinaan khusus yang dilakukan kepada masyarakat agar mendapat bantuan program tersebut seperti salah satu program di bidang perekonomian yaitu bantuan program bantuan Gerobak dan UMKM, DPD Partai PERINDO melakukan pengelompokan hanya kepada pedagang saja, hal ini dilakukan agar tidak adanya masyarakat yang menyalah gunakan bantuan tersebut dan agar meningkatkan penjualannya.

Dalam bahasan *targeting*, peneliti melihat dari keseluruhan DPD Partai PERINDO sudah mampu menargetkan dalam pemberian program bantuannya terlebih untuk masyarakat pedagang yang perlu dibina dan di tingkatkan penjualannya agar perekonomiannya terbantu serta masyarakat lainnya yang membutuhkan di bidang kesehatan DPD Partai PERINDO telah memfasilitasi dalam bidang kesehatan juga yang ditargetkan untuk membantu masyarakat yang kurang mampu dalam menyewa mobil ambulance, karena mobil ambulance yang di sediakan DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya Gratis.

Namun dalam hal *Positioning* sebagaimana dikatakan menurut teori firmanzah (2012) Proses *positioning* politik adalah sebuah determinasi mengenai bagaimana cara terbaik untuk menggambarkan kandidat atau parpol kepada segmen yang relevan diantara pemilih dan juga untuk meyakinkan dan membujuk pemilih agar memilih kembali kandidat atau parpol atau agar pemilih berpindah dukungan dari kandidat atau parpol lain, seperti yang dikatakan teori diatas menurut peneliti DPD Partai PERINDO belum bisa menggambarkan sebuah program, kandidat maupun parpol kepada Seluruh Masyarakat Kota tasikmalaya, hal ini terbukti dalam hasil wawancara yang saya dapatkan dari beberapa informan , bahwasannya mereka belum mengetahui informasi tentang PERINDO begitupun tentang kandidat dan program-programnya, maka dari itu hal ini membuat sebagian masyarakat yang tidak mengetahui Partai PERINDO pada saat pemilu 2019 kemarin memilih partai lain. Sebagaimana dikatakan Dadan Ramadhan “kamari da bakat ku teuterang nya nyoblos nu sanes we nu rada jelas , kumargi poek soal partai ieu mah, warga didieu ge seurna mah ka partai lain

sapertos PDIP,PPP,PKB kitu a nya nu terang we”. “(Dadan Ramadhan, Wawancara pada tanggal 21 September 2019).

Peneliti berpendapat dalam semua teori marketing politik ini jika dibandingkan keseluruhan, masih banyak kekurangan yang fatal yang dilakukan oleh DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya dan tidak sesuai dengan teori Marketing Politik, dibandingkan dengan DPD Partai PERINDO Kabupaten Cianjur, dapat dikatakan menggunakan sebuah program yang sama namun DPD PERINDO Cianjur mampu mendapatkan perolehan suara yang lebih besar dan terlihat sudah merealisasikan semua programnya kepada masyarakat seperti, pembagian gerobak dari 75 gerobak sudah terealisasikan dan di terima oleh masyarakat 16 gerobak (*sumber : <https://cianjurupdate.co/optimis-bisa-bersaing-tiga-pilar-ini-jadi-andalan-dpd-PERINDO-kabupaten-cianjur/>, diakses 02 November 2019 pukul 20:32 WIB*), dalam penggunaan marketing politiknya DPD PERINDO Kabupaten Cianjur benar-benar memaksimalkan semua SDMnya untuk bisa memberikan informasi sosialisasi terhadap produk serta calegnya ke masyarakat di Kabupaten Cianjur.

Jika dibandingkan dan dianalisis, SDM DPD Partai PERINDO belum bisa memahami sepenuhnya kondisi masyarakat serta budaya yang ada di Kota Tasikmalaya dibandingkan dengan DPD PERINDO di Kabupaten Cianjur yang karakteristik wilayahnya sama namun meraup suara yang lebih banyak.

Dilihat dari 3 aspek teori diatas Partai PERINDO tidak sesuai dengan teori point ketiga yang di mana kurangnya menanamkan kesan terhadap masyarakat kota tasik dan peneliti menyatakan gagal akan marketing politik yang dilakukannya.

## **2. Komunikasi Politik DPD Partai PERINDO**

Komunikasi merupakan proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Kejadian tersebut merupakan proses yang berkesinambungan, melibatkan pula pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompok pada semua tingkatan masyarakat, sehingga komunikasi politik memainkan peranan penting dalam sistem politik: komunikasi politik ini menentukan elemen dinamis, dan menjadi bagian menentukan dari sosialisasi politik, partisipasi politik, dan perekrutan politik (Surbakti, 2010: 153).

Komunikasi politik yang sangat berperan dilakukan pada saat kampanye, dimana kampanye yang merupakan salah satu bagian dari pemasaran politik (marketing politik), harus dipikirkan matang-matang oleh setiap kandidat atau tim suksesnya. Di tahap ini semua kandidat dan tim suksesnya harus bekerja keras untuk bisa memperoleh suara yang banyak dan bisa menang dalam pemilihan yang digelar. Kampanye dalam sebuah pemilihan, harus diatur dengan strategi yang baik, karena kampanye merupakan sebuah kegiatan untuk menarik simpati dan meningkatkan elektabilitas serta popularitas. Peningkatan elektabilitas dan popularitas tersebut sangat berpengaruh besar terhadap perolehan suara dalam pemilihan.

Dalam hal ini menurut peneliti jika dilihat dilapangan bahwa DPD Partai PERINDO telah mampu berkomunikasi secara baik terhadap sebagian masyarakat di Kota Tasikmalaya, terbukti dari hasil survey wawancara yang peneliti lakukan di setiap dapil kepada masyarakat umum Kota Tasikmalaya, yakni terlihat respon

masyarakat terhadap Partai PERINDO yang positif dan menerima akan kedatangan partai baru ini di kota tasikmalaya, meskipun bisa dikatakan tidak mungkin antara Partai PERINDO dengan kota Tasikmalaya dalam meraup suara yang notabene Partai PERINDO ini bukan partai islam dan Tasikmalaya sebagai kota santri yang sudah dipastikan bermayoritas muslim, namun karena kerendahan hatinya Partai PERINDO dan Hary Tanoesoedibjo mampu memposisikan partainya dengan baik di Kota Tasikmalaya dan memungkinkan meraup suara dari masyarakat Kota Tasikmalaya, dengan merangkul tokoh-tokoh berpengaruh yang ada di tasikmalaya seperti ulama dan ketua MUI, DPD Partai PERINDO mampu menjalankan kampanye nya tanpa hambatan.

Namun jika dilihat dari keseluruhan komunikasi politik dari DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya terhadap Masyarakat di kota Tasikmalaya masih sangat kurang dan tidak maksimal , karena menurut peneliti pada saat terjun kelapangan dan mewawancarai beberapa masyarakat kota tasikmalaya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui sama sekali tentang Partai PERINDO begitupun terhadap program-program yang dibuatnya, ada juga masyarakat yang mengungkapkan rasa kecewanya karena terputusnya komunikasi politik tentang programnya terhadap masyarakat yang membutuhkan dan belum tau kelanjutannya, hal ini menurut peneliti setelah di analisis merupakan sebuah faktor yang sangat-sangat berpengaruh dalam Pemilu kenapa DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya kurang meraup suara yang banyak untuk di Kota Tasikmalaya ini, padahal dapat dikatakan bahwasannya DPD Partai PERINDO sudah memposisikan dirinya dengan baik terhadap Masyarakat Kota Tasik yang bermayoritas islam, karena yang menjadi kendala saat ini menurut peneliti kurang

maksimalnya komunikasi kemasyarakat umum yang berada di Kota Tasikmalaya hal ini disebabkan karena terlalu berfokus berkampanye lewat media digital seperti Tv, Facebook dan Instagram. Dan faktor lainnya yang peneliti lihat dari segi komunikasi yaitu kurang sigapnya komunikasi antar DPP dengan DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, menjadikan lemahnya pergerakan DPD Partai PERINDO di Kota Tasikmalaya terhadap masyarakat.

Sama halnya pun terkait komunikasi politik yang di lakukan Partai PERINDO kota tasikmalaya tidak sesuai dengan apa yang telah dikatakan teori tersebut, peneliti beranggapan bahwa Partai PERINDO kota tasikmalaya belum menjalankan tugas sesuai dengan teori diatas dan bahwasannya ini merupakan suatu kegagalan yang harus benar-benar diperbaiki.

Dalam hal komunikasi DPD Partai PERINDO Kabupaten Cianjur dikatakan mampu mengimbangi keadaan yang ada di lapangan terkait memberikan informasi ke masyarakat alhasil dalam perolehan suara Kabupaten Cianjur lumayan tinggi dibanding Kota Tasikmalaya karena masyarakatnya sudah mengetahui akan informasi tentang Partai PERINDO.

### **3. Identifikasi unsur 5M dalam Organisasi Politik DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya**

Dari Hasil Penelitian lapangan dan wawancara terhadap DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, didapatkan informasi bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan kapasitas organisasi DPD Partai PERINDO tidak mampu mengimbangi kampanye tingkat Digital ditinjau dari unsur 5 M adalah sebagai Berikut :

**Tabel 4.13**  
**Identifikasi Unsur 5M**

| <b>No</b> | <b>Unsur 5 M</b> | <b>5 M pada DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya</b>   |
|-----------|------------------|---|
| <b>1</b>  | <b>Man</b>       | DPD Partai PERINDO memiliki 29 Pengurus yang diantaranya ada yang dari tokoh masyarakat. Dari segi kualitas dan kuantitas SDM masih kurang, komunikasi pusat dan daerah tidak maksimal, pengurus banyak yang belum berpengalaman.   |
| <b>2</b>  | <b>Money</b>     | dalam pengelolaan keuangan untuk pengeluaran tidak sepenuhnya di bantu oleh Pak Hary Tanaoesudibjo, keuangan dari bantuan masing-masing caleg jadi otomatis kurang maksimalnya dalam acara kampanye maupun sosialisasi di Lapangan. |
| <b>3</b>  | <b>Material</b>  | Material yang dibuat Partai PERINDO sudah di olah sesuai dengan Keinginan masyarakat seperti Ambulan untuk kesehatan, dan gerobak dan UMKM untuk meningkatkan Ekonomi Masyarakat.   |
| <b>4</b>  | <b>Machine</b>   | Mesin yang digunakan untuk  |

|          |               |  |
|----------|---------------|--|
|          |               | menyampaikan produk, yakni tenaga media digital dan manusia ( pengurus) .  |
| <b>5</b> | <b>Market</b> | Dalam segi pemasaran, PERINDO mampu menguasai pasar Digital dan dalam mengolah sebuah produk sudah sesuai dengan keinginan konsumen, namun dalam pasar darat Partai PERINDO masih kurang |

Menurut peneliti, jika di analisis keseluruhan DPD PERINDO Kota Tasikmalaya masih jauh dan belum bisa dikatakan memenuhi persyaratan dalam Teori Manajemen 5M tersebut, masih banyak kekurangan, hal itu mengakibatkan terjadinya faktor kekalahan yang dialami DPD Partai PERINDO yang menyebabkan perolehan suara sedikit, hasil penelitian dan wawancara disini faktor yang sangat mempengaruhi disini yaitu dari SDMnya sendiri, total pengurus di DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya hanya 29 orang yang terdiri dari 19 Laki-laki dan 10 Perempuan, sebagian orang – orangnya pun masih kurang dari segi kualitas dan kuantitasnya, meskipun dari sebagian orang-orang di pengurus tersebut di ambil dari Tokoh masyarakat, Seperti aktivis pemuda dan Ketua-Ketua namun hal itu belum bisa membuahkan hasil yang di inginkan dalam berkampanye di lapangan, kesalahan Partai PERINDO yang tidak maksimal dalam mengatur waktu serta terlalu fokus terhadap penguasaan pasar Digital menjadikan permasalahan yang harus di evaluasi secara bersama-sama untuk kedepannya agar hal yang sama tidak terjadi lagi, seperti yang dialami oleh DPD

Partai PERINDO Kota Tasikmalaya yang terkena dampak akibat kurang maksimalnya kinerja dari pusat menjadikan segala sesuatu di lakukan ketika waktu sudah terdesak menjadikan beberapa Program/Produk yang disediakan untuk masyarakat tidak tersampaikan begitupun dalam komunikasi kepada masyarakatnya yang kurang menyeluruh.

Dibandingkan dengan DPD Partai PERINDO Kabupaten Cianjur, dilihat dari teori 5M yang peneliti gunakan, bahwa SDM di DPD Partai PERINDO Kabupaten Cianjur sudah cukup baik dibandingkan dengan SDM di DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya, hal ini terlihat dalam segi perolehan suara yang tinggi di Kabupaten Cianjur setiap SDM yang tergabung dalam DPD PERINDO telah berusaha memaksimalkan dan menjalankan Marketing Politik yang diperintahkan terkait pemberian sosialisasi dan merealisasikan program agar bisa cepat diterima oleh masyarakatnya.

Jika di analisis dari keseluruhan teori yang digunakan, peneliti mendeskripsikan bahwa faktor kekalahan Partai PERINDO di Kota Tasikmalaya selain dari faktor Internal seperti yang peneliti tulis diatas ada juga akibat dari faktor Eksternalnya, Meskipun Partai PERINDO ini dikenal sebagai Partai Baru yang terlihat menghabiskan biaya besar dalam kampanye untuk menarik perhatian Seluruh masyarakat Indonesia dan bisa meraup suara banyak tetapi hal itu tidak terlalu berpengaruh di masyarakat khususnya di Kota Tasikmalaya jika merujuk kedalam Teori Bauran Marketing 4P yaitu Place, sebagaimana jika dilihat dari pandangan kultural budaya Masyarakat di Kota Tasikmalaya yang dikatakan Kota Santri dengan mayoritas Islam, bahwa pandangan masyarakat Kota Tasikmalaya terhadap Partai PERINDO menurut sebagian masyarakat cukup baik dan

menerima keberadaannya tetapi dalam keyakinan masyarakat di Kota Tasikmalaya dalam hal memilih kepemimpinan jika melihat profil Partai tersebut, Masyarakat Kota Tasikmalaya tetap untuk tidak memilih orang yang di pimpin oleh seseorang yang beragama non-Muslim, karena ini menyangkut akan sebuah kebudayaan Islam yang sudah melekat secara turun-temurun di Kota Tasikmalaya, kurangnya dalam perolehan suara juga diakibatkan oleh adanya pemilih militan yang tetap teguh akan pendiriannya sebagai masyarakat Kota Tasikmalaya dalam mendukung Partai Islam yang menurutnya masih sejalan dengan apa yang di amanatkan dan diperintahkan oleh budayanya. Hal ini mengakibatkan sebagian para pemilih di Kota Tasikmalaya tidak memberikan hak suaranya kepada sebuah Partai politik yang dipimpin oleh non muslim karena perbedaan kepercayaan dan budayanya itu yang akhirnya tetap menerima keberadaannya namun tidak untuk suaranya.

Maka dari itu dalam hal ini sangat penting bagi sebuah partai politik untuk bisa memahami karakteristik suatu wilayah di daerah, tidak hanya tentang kondisi penduduknya saja melainkan pemahaman akan budaya kulturalnya untuk bisa benar-benar menempatkan dan memberikan suatu keyakinan kepada masyarakatnya agar memilih .