

**MARKETING POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF GENERASI
MILENIAL PADA PEMILU LEGISLATIF DEWAN PERWAKILAN
RAKYAT DAERAH (DPRD) KOTA PADANG TAHUN 2019**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Strata Satu (S1)*



Oleh :

RIAN HANDIKA

15052086/2015

**PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN
JURUSAN ILMU SOSIAL POLITIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2020**

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Marketing Politik Calon Anggota Legislatif Generasi Milenial
Pada Pemilu Legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
(DPRD) Kota Padang Tahun 2019

Nama : **Rian Handika**

TM/NIM : 2015/15052086

Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

Jurusan : Ilmu Sosial Politik

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 5 Februari 2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Alia Azmi, S.IP., M.Si
NIP. 19820904 200812 2 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Sosial Politik Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang

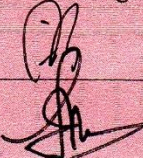


Pada hari Rabu, 22 Januari 2020 Pukul 10.30 s/d 12.00 Wib

**MARKETING POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF GENERASI MILENIAL
PADA PEMILU LEGISLATIF DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD)
KOTA PADANG TAHUN 2019**

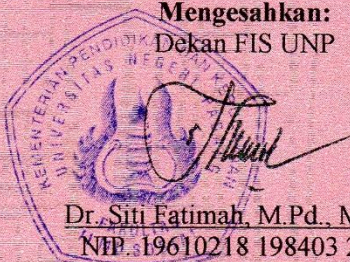
Nama : Rian Handika
TM/NIM : 2015/15052086
Program Studi : Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan
Jurusan : Ilmu Sosial Politik
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 5 Februari 2020

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
Ketua : Alia Azmi, S.IP., M.Si	
Anggota : Dr. Maria Montessori, M.Ed., M.Si	
Anggota : Dra. Al Rafni, M.Si	

Mengesahkan:
Dekan FIS UNP



Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum
NIP. 19610218 198403 2 001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rian Handika
TM/NIM : 2015/15052086
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Jurusan : Ilmu Sosial Politik
Fakultas : Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Marketing Politik Calon Anggota Legislatif Generasi Milenial Pada Pemilu Legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Padang Tahun 2019

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka
4. Karya tulis (skripsi) ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis (skripsi) ini, serta sanksi lainya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 5 Februari 2020

Saya yang menyatakan



Rian Handika
NIM. 15052086

ABSTRAK

Rian Handika: 2015/15052086. Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial Pada Pemilu Legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Padang Tahun 2019

Penelitian ini membahas tentang Calon Legislatif generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang pada tahun 2019, yaitu Manufer Putra Firdaus, Donal Ardi, Iswanto Kwara dan Jafar. Kemenangan yang diperoleh Calon Legislatif generasi milenial ini merupakan wujud dari keberhasilan pemasaran politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran politik Calon Legislatif generasi milenial tersebut pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019. Dalam meneliti penulis menggunakan kerangka teori pemasaran politik 4P (*product, promotion, price* dan *place*), serta teori pemasaran politik 3P (*push, pull*, dan *pass*) Penelitian ini berbentuk kualitatif dengan metode deskriptif, yang untuk memperoleh datanya, penulis menggunakan teknik melalui wawancara mendalam kepada narasumber serta ditambah dengan studi dokumentasi, yang kemudian data tersebut dianalisis menggunakan teori.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran politik Calon Legislatif generasi milenial (Manufer Putra Firdaus, Donal Ardi, Iswanto Kwara dan Jafar), yaitunya dimulai dengan membangun citra atau *branding* politik kepada masyarakat melalui identitas, masa lalu, *platform* partai pengusung dan kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan semasa kampanye. Selanjutnya melakukan kegiatan promosi produk politik kepada calon pemilih, yang dilakukan dengan tiga metode yaitu promosi secara langsung, melalui media massa serta melalui pihak ketiga, yang mana dalam menjalankan kegiatan tersebut ditunjang dengan dana yang cukup besar agar proses promosi dapat berjalan dengan maksimal. Melalui strategi pemasaran politik inilah Calon Legislatif generasi milenial (Manufer putra Firdaus, Donal Ardi, Iswanto Kwara dan Jafar) bisa memperoleh dukungan dari calon pemilih dan memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.

Kata Kunci: Pemilu Legislatif, Pemasaran Politik, Calon Legislatif Milenial

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial Pada Pemilu Legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Padang Tahun 2019”**. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Selama penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai pihak yang sudah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta Bapak Yuldasri Candra dan Ibu Rahimah beserta Kakak Putri Mandasari, Gina Adewiyah dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril ataupun materil demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
3. Bapak Dr. Hasrul, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
4. Ibu Rita Anggraini, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

5. Ibu Alia Azmi, S.IP., M.Si. selaku Pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan kepada penulis mulai dari awal hingga penyelesaian skripsi ini
6. Ibu Dr. Maria Montessori, M. Ed., M. Si dan Ibu Dra. Al Rafni, M.Si. selaku Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran mulai dari awal hingga penyelesaian skripsi ini
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Tata Usaha Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengajaran dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis
8. Teman – teman seperjuangan Civic Education angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta yang selalu menyemangati rekan – rekan sepermainan yang tergabung dalam “Tujuh Lewat”.
9. Sahabat yang selalu memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini Mutia Delviana, Riska Fadillah, Mayoga Pratama, Beni Saputra dan Adly Usuluddin.
10. Anggota Legislatif DPRD Kota Padang, Bapak Manufer Putra Firdaus, Bapak Donal Ardi, Bapak Jafar dan Bapak Iswanto Kwara atas kerjasamanya demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
11. Untuk Semua pihak yang turut membantu hingga selesainya skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Tinjauan tentang Marketing Politik	12
2. Tinjauan tentang Generasi Milenial	18
B. Kerangka Konseptual	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian	26
C. Informan Penelitian	26
D. Jenis, Sumber Data, Teknik dan Alat Pengumpulan Data	28
E. Uji Keabsahan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Temuan Umum	31
1. Profil Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Padang.....	31
2. Calon Legislatif Pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.....	33
3. Calon Legislatif yang Lolos Pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun.....	34
B. Temuan Khusus.....	39
1. Strategi Marketing Politik Calon Legislatif generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.....	39
a. Strategi membangun produk politik.....	39
b. Strategi mempromosikan produk politik.....	46
c. Strategi penggunaan biaya pemasaran politik	63
d. Strategi pemanfaatan tempat pencalonan	66
C. Pembahasan	70
1. Analisa strategi Marketing Politik Calon Legislatif generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019	70
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1. Informan Penelitian	27
Tabel 2. Jumlah Perolehan Kursi DPRD Kota Padang yang didapatkan Partai Politik pada Pemilu tahun 2019.	32
Tabel 3. Struktur Pimpinan DPRD Kota Padang Periode 2019-2024	32
Tabel 4. Data Caleg DPRD Kota Padang Berdasarkan Usia	33
Tabel 5. Data Caleg DPRD Kota Padang Berdasarkan Usia PerDapil.....	33
Tabel 6. Data Caleg DPRD Kota Padang Berdasarkan Usia PerPartai	34
Tabel 7. Daftar Calon Legislatif yang Lolos Pada Pemilu DPRD Kota Padang tahun 2019.	34
Tabel 8. Data Caleg generasi milenial yang berhasil lolos pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang.	38
Tabel 9. Strategi pemasaran politik Caleg generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 1. Diagram Rekap Data Usia Calon Anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat Pemilu Tahun 2019.	4
Gambar 2. Data jumlah Caleg DPRD Kota Padang berdasarkan usia.....	5
Gambar 3. Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4. Postingan <i>Facebook</i> yang memviralkan Donal Ardi.....	43
Gambar 5. Penggunaan media sosial dalam pemasaran politik Donal Ardi Caleg Gerindra Dapil II Kuranji, Pauh.	57
Gambar 6. Penggunaan media sosial dalam pemasaran politik Iswanto Kwara Caleg PDIP Dapil V Padang Utara, Padang Selatan.	57
Gambar 7. Penggunaan media sosial dalam pemasaran politik Manufer Putra Firdaus Caleg Gerindra Dapil I Koto Tengah.	58
Gambar 8. Penggunaan media sosial dalam pemasaran politik Jafar Caleg PKS Dapil II Kuranji, Pauh.....	58
Gambar 9. Pemasaran politik Manufer Putra Firdaus yang dilakukan ayahnya dimedia sosial <i>Facebook</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1. Pedoman Wawancara	80
Lampiran 2. Daftar Calon Terpilih Anggota DPRD Kota Padang Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019	81
Lampiran 3. Daftar Calon Tetap (DCT) Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang Tahun 2019.....	82
Lampiran 4. Surat Izin Pengambilan Data	87
Lampiran 5. Surat Izin penelitian penelitian	89
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.....	90

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam negara demokrasi, partisipasi politik warga negara sangat penting dalam mempengaruhi proses pembuatan kebijakan dan pelaksanaan umum serta dalam menentukan pemimpin pemerintahan (Cholisin & Nasiwan, 2012: 113). Partisipasi politik warga negara sangatlah dibutuhkan untuk mewujudkan suatu pemerintahan yang ideal bagi negara Indonesia, tak terkecuali bagi kalangan anak muda. Seberapa jauh tingkat partisipasi generasi muda dalam bidang politik sering kali menjadi bahan perdebatan. Generasi muda sering kali dianggap sebagai kelompok masyarakat yang paling tidak peduli dengan persoalan politik. Generasi muda juga dianggap kerap mengalami putus hubungan dengan komunitasnya, tidak berminat pada proses politik dan persoalan politik, serta memiliki tingkat kepercayaan rendah pada politisi serta sinis terhadap berbagai lembaga politik dan pemerintahan (Haste & Hogan, 2006).

Dilihat dalam kurun waktu satu dekade terakhir partisipasi masyarakat Indonesia terhadap perpolitikan di Indonesia sudah mulai meningkat. Tak terkecuali dari kalangan anak muda yang saat ini juga antusias menyuarakan aspirasinya untuk kemajuan negara ini. Sering kita lihat kritikan-kritikan terhadap pemerintahan yang dilakukan oleh kalangan anak muda melalui media sosial, dan aksi-aksi demo yang di prakarsai oleh kalangan anak muda untuk menyuarakan aspirasi ataupun keluhan-kesah masyarakat yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, serta

kalangan anak muda inipun juga mulai terlibat dalam kontes perpolitikan tanah air, salah-satunya dengan ikut menjadi relawan Partai ataupun KPU untuk mensukseskan pemilu di Indonesia. Kalangan anak muda tersebut saat ini dikenal dengan istilah generasi milenial.

Generasi milenial adalah penduduk yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000. Sebelum generasi milenial lahir, terdapat generasi X yang lahir antara tahun 1960-1979, dan generasi Veteran atau *Baby Boom* yang lahir sebelum tahun 1960. Jumlah generasi milenial di Indonesia mencapai sepertiga penduduk Indonesia. Menurut Susenas 2017, jumlah generasi milenial mencapai sekitar 88 juta jiwa atau 33,75 persen dari total penduduk di Indonesia. Proporsi tersebut lebih besar dari proporsi generasi sebelumnya seperti generasi X (25,74 persen) maupun generasi *baby boom* + veteran (11,27 persen). Demikian juga dengan jumlah generasi Z baru mencapai sekitar 29,23 persen (Budiati dkk, 2018: 13).

Pada Pemilu tahun 2019 bonus demografi pemilih milenial mengalami peningkatan. Berdasarkan data KPU, jumlah pemilih milenial mencapai 70 – 80 juta jiwa dari 193 juta pemilih (Budiati dkk, 2018). Artinya, sekitar 35 – 40 persen memiliki pengaruh besar terhadap hasil pemilu dan menentukan siapa pemimpin pada masa mendatang. Sehingga partai politik saat ini berlomba-lomba dalam memikat partisipasi kaum milenial sebagai pemilih maupun sebagai kader calon legislatif.

Jika melihat pada sejarah bangsa Indonesia, generasi muda merupakan tonggak perjuangan bangsa dan menjadi pelopor pada setiap keresahan yang dirasakan oleh masyarakat bangsa Indonesia. Selain itu di zaman yang serba digital, banyak generasi muda yang memimpin jalannya roda perusahaan berbasis daring. Oleh karena itu, generasi milenial yang merupakan generasi muda saat ini dinilai mampu untuk membawa perubahan dalam parlemen dan lebih kompeten dalam membuat regulasi di zaman yang serba digital saat ini. Apalagi jumlah generasi milenial di Indonesia mencapai 40% dari warga Negara bangsa Indonesia. Hal tersebut menjadi pertimbangan partai politik untuk mengusung calon legislatif dari generasi milenial untuk meningkatkan suara pemilih.

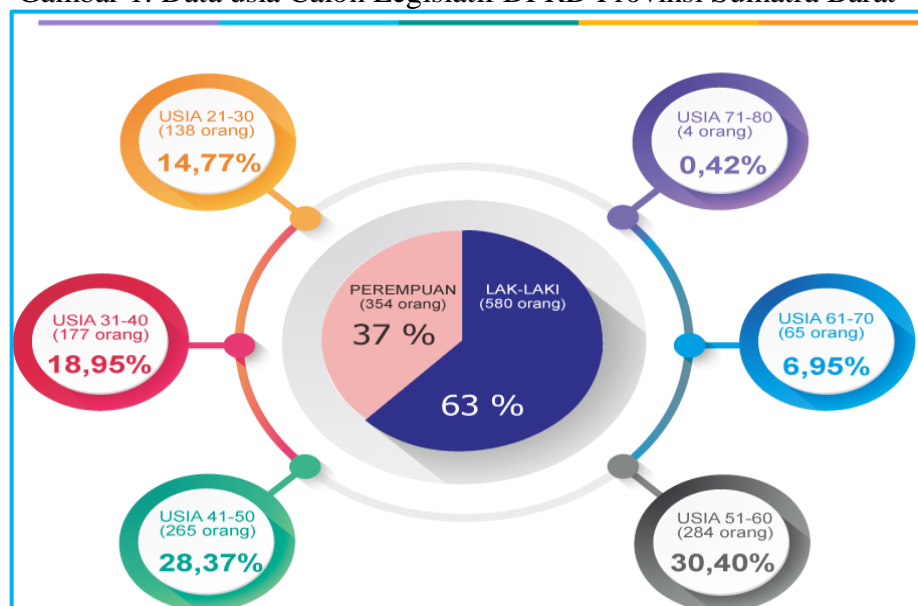
Partai - Partai politik di Indonesia mulai mengusung generasi milenial menjadi kadernya untuk ikut berkontestasi pada pemilu legislatif. Dengan adanya kader muda yang dicalonkan, juga akan menambah suara pemilih dari generasi milenial Indonesia yang tentunya menjadi lumbung suara baru bagi Parpol tersebut. Dengan hadirnya kader muda pada politik praktis dapat membawa nafas baru bagi Lembaga Legislatif di Indonesia.

Berdasarkan data calon anggota legislatif peserta Pemilu tahun 2019 yang bisa dibuka di laman Komisi Pemilihan Umum (KPU) ditemukan sebanyak 7.968 caleg DPR RI. Dari data diri caleg yang bisa dibuka, 1.543 orang masuk dalam generasi milenial atau kelahiran tahun 1980 ke atas. Dari jumlah itu, 588 orang berusia di bawah 30 tahun dan 955 orang berusia 31 – 40 tahun. (Kpu.co.id, 2019). Keberadaan caleg generasi milenial pada Pemilu

Legislatif tahun 2019, tidak hanya ditemui pada tingkat DPR RI saja, pada tingkat DPRD Provinsi dan Kabupaten/kota pun juga banyak Caleg-Caleg milenial yang ikut berkontestasi. Begitupun yang terjadi di Provinsi Sumatera Barat.

Generasi milenial di Sumatera Barat menunjukkan partisipasi politiknya dalam pesta demokrasi ditanah air, salah satunya dengan ikut serta sebagai Caleg DPRD tingkat provinsi maupun kabupaten/ kota pada pemilu tahun 2019. Tingginya antusias generasi milenial menjadi Caleg DPRD Provinsi Sumatera Barat dapat dibuktikan melalui diagram dibawah ini.

Gambar 1. Data usia Calon Legislatif DPRD Provinsi Sumatera Barat



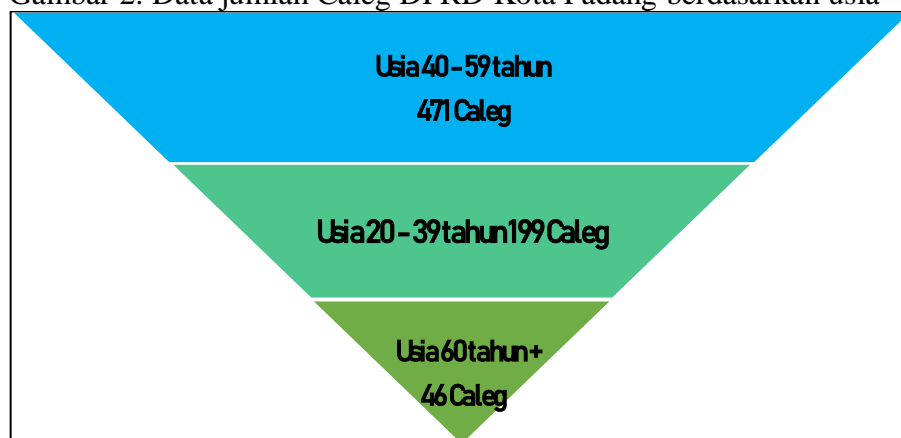
Sumber : PPID KPU Sumatera Barat

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwasanya caleg yang berusia 21 – 30 tahun ada sebanyak 138 orang, dan yang berusia 30 – 40 tahun ada sebanyak 177 orang dari total 934 orang caleg. Berangkat dari teori generasi, penduduk yang berusia direntang 21 – 40 tahun dapat dikategorikan sebagai

generasi milenial. Dengan demikian dapat dikatakan partisipasi generasi milenial sebagai caleg ada sekitar 315 calon. Berdasarkan angka tersebut dapat kita simpulkan bahwasanya partisipasi generasi milenial sebagai calon anggota legislatif tergolong tinggi di Sumatra Barat, yakni lebih dari 30 persen atau 1/3 dari keseluruhan calon legislatifnya.

Pada Tahun 2019, Keterlibatan serta partisipasi generasi milenial sebagai caleg di Indonesia tidak hanya ada pada Pileg DPR RI maupun DPRD Provinsi saja, ditingkat Kabupaten/Kota pun juga banyak generasi milenial yang ikut berkontestasi sebagai Caleg pada Pemilu Legislatif. Partisipasi generasi milenial menjadi Caleg tingkat Kabupaten/kota di Sumatra Barat lebih banyak terlihat pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang. Hal ini karena keterlibatan generasi milenial perkotaan dalam aktivisme politik lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi milenial di pedesaan (Budiati dkk, 2018). Tingginya tingkat partisipasi generasi milenial sebagai Caleg DPRD Kota Padang pada pemilu tahun 2019 dapat dibuktikan melalui tabel dibawah ini.

Gambar 2. Data jumlah Caleg DPRD Kota Padang berdasarkan usia



Sumber : Diolah dari data PPID KPUD Kota Padang

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat partisipasi generasi milenial sebagai Caleg DPRD Kota Padang mencapai 199 orang , atau sekitar 27,8 % dari total 716 orang caleg DPRD Kota Padang. Hal ini membuktikan bahwasanya generasi milenial cukup banyak berpartisipasi sebagai Calon Legislatif DPRD Kota Padang pada Pemilu 2019.

Partisipasi generasi milenial dalam kontes politik sebagai Caleg DPRD Kota Padang tahun 2019 juga menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Dimana Caleg generasi milenial yang ikut serta dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang juga mampu bersaing dengan Caleg-Caleg senior lainnya dalam memperebutkan kursi diparlemen. Dari 45 orang Caleg yang dinyatakan lolos, 39 orang diantaranya merupakan generasi X, lalu 2 orang dari generasi *baby boom* dan ada 4 orang dari generasi milenial yang dinyatakan lolos oleh KPU Kota Padang pada pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019. (PPID KPU Kota Padang, 2019).

Berdasarkan hasil Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tersebut menunjukkan bahwasanya Caleg generasi milineal juga berpotensi dalam memenangkan Pemilu Legislatif. Walaupun tingkat keberhasilannya masih kalah dari Caleg senior, setidaknya sebagai pendatang baru Caleg milenial sudah menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Terbukti dengan adanya 4 Caleg dari generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019, yaitu Manufer Putra Firdaus (usia 26 tahun dari Partai Gerindra), Donal Ardi (36 tahun dari Partai Gerindra), Jafar (35 tahun dari PKS) dan Iswanto Kwara (38 tahun dari PDIP). Artinya

partisipasi generasi milenial Pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019 sebagai Caleg tidak hanya sekedar ikut-ikutan saja, melainkan memang sudah dipersiapkan dengan matang oleh Caleg milenial tersebut agar dapat memenangkan kontes politik yang diikutinya.

Berangkat dari lolosnya empat orang Caleg generasi milenial pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019, timbulah pertanyaan bagaimana cara mereka menarik simpati dan mendapatkan dukungan dari masyarakat sehingga dapat memenangkan Pemilu Legislatif. Tentunya diperlukan strategi pemasaran politik yang baik dan matang dari Caleg tersebut agar mendapatkan hasil yang maksimal. Pemasaran politik merupakan upaya untuk membangun *branding* calon atau kandidat melalui beberapa rangkaian program yang ditujukan untuk memperoleh simpatik dan dukungan konstituen. Tujuan dari strategi pemasaran politik adalah untuk memenangkan kontestasi politik yang dihadapi oleh kandidat tersebut (Firmanzah, 2008).

Merujuk pada penelitian Ernando Rahagi (2019) tentang Marketing Politik Pemenangan Pemilu Legislatif DPR RI Abraham Sridjaja pada Daerah Pemilihan Jawa Timur 1 (Surabaya-Sidoarjo) sebagai Calon Legislatif Partai Golkar. Penulis mendapati bahwasanya dalam penelitian tersebut menggunakan teori 4P Firmansyah (2012) untuk mengetahui bagaimana marketing politik Caleg yang ditelitinya. Hasilnya menunjukkan strategi marketing politik Abraham Sridjaja yaitu memperkuat produk politik kepada masyarakat, selanjutnya melakukan kegiatan promosi produk politik kemasyarakatan melalui berbagai macam rangkaian kegiatan, yang ditunjang

dengan dana yang cukup besar pula, lalu Abraham juga memanfaatkan relasi yang ia dapatkan melalui organisasi-organisasi yang diikutinya di daerah pencalonan, untuk membantu memasarkan produk politiknya kepada masyarakat.

Selanjutnya pada penelitian Sutrisno tentang komparasi teori marketing politik. Penulis mendapati bahwasanya dalam strategi pemasaran politik kandidat atau Caleg dapat dianalisis melalui teori 3P Adman Nursal (2004). Dimana dalam memasarkan produk politik Caleg menggunakan metode promosi langsung, promosi menggunakan media massa serta dipromosikan oleh orang lain (Sutrisno, 2018). Dalam kasus Caleg generasi milenial pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019, tentunya mereka juga memiliki strategi marketing politik tersendiri, sehingga Caleg milenial tersebut bisa mendapatkan dukungan dari pemilih dan memenangkan pemilu legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.

Seperti halnya Manufer Putra Firdaus, berdasarkan temuan awal penulis diketahui salah satu strategi marketing politik Manufer untuk mendekati diri kepada calon pemilih yaitunya dengan mengadakan *whorkshop* kewirausahaan yang diperuntukan untuk ibu-ibu rumah tangga, lalu Manufer juga melakukan pendekatan kekomunitas supporter Spartak Semen Padang yang banyak diisi oleh anak muda. Strategi berbeda pasti juga terdapat pada pemasaran politik Caleg milenial lainnya yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk menelusuri secara lebih mendalam terkait strategi marketing politik tersebut.

Berdasarkan uraian latarbelakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial Pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang Tahun 2019**”. Dalam penelitian ini penulis akan menelusuri dan mendeskripsikan bagaimana strategi marketing politik Caleg generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Pada Pemilu tahun 2019, Partai-partai politik di Indonesia mulai tertarik mengusung generasi milenial menjadi kadernya untuk berkontestasi dalam Pemilu Legislatif.
2. Caleg generasi milenial juga mampu bersaing dengan Caleg generasi X dan *Baby Boom* dalam ajang Pemilu Legislatif, terbukti dengan keberhasilan empat orang Caleg generasi milenial pada Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.
3. Marketing Politik Caleg generasi milenial yang berasal dari Partai-partai besar seperti Gerindra, PKS dan PDIP lebih berhasil dibanding caleg generasi milenial dari Partai-partai lainnya pada Pileg DPRD Kota Padang Tahun 2019.

C. Batasan Masalah

Dari masalah diatas maka untuk lebih terfokusnya penelitian ini perlu dibatasi. Penentuan batasan penelitian ini bertujuan untuk membatasi ruang

lingkup penelitian. Batasan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi marketing politik Caleg generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah diuraikan, peneliti merumuskan rumusan masalah. Berikut adalah rumusan masalah terkait dengan penelitian ini:

1. Bagaimanakah strategi marketing politik Calon Legislatif generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang pada tahun 2019 ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitunya untuk menelusuri dan mendeskripsikan bagaimana strategi marketing politik Calon Legislatif generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang pada tahun 2019.

F. Manfaat Penelitian

Setelah penulis melakukan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Penulis membagi manfaat penelitian ini menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan khasanah keilmuan terkait dalam bidang marketing politik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis.

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi marketing politik Calon Legislatif generasi milenial dalam memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah referensi peneliti lain dalam melakukan penelitian terkait marketing politik Calon Legislatif generasi milenial dalam memenangkan Pemilu Legislatif.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi atau pendidikan politik kepada masyarakat terkait dengan partisipasi politik generasi milenial serta bagaimana strategi marketing politik Calon Legislatif generasi milenial dalam memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang pada tahun 2019.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran politik Manufer putra Firdausn yaitu melakukan rangkaian kegiatan untuk mendekati diri kekalangan ibu-ibu rumah tangga dan generasi muda yang ada di Dapilnya.
2. Strategi pemasaran politik Donal Ardi, yaitu membangun produk politik melalui pemaparan idenditas dan masa lalu Donal Ardi untuk memperkuat *branding* politiknya kepada calon pemilih di Dapilnya.
3. Strategi pemasaran politik Iswanto Kwara yaitu membangun *branding* politik kepada calon pemilih dengan cara memperkuat rasa keetnisan dengan kelompok masyarakat keturunan Cina di Dapilnya.
4. Strategi pemasaran politik Ja'far yaitu melakukan rangkaian kegiatan untuk mempromosikan produk politiknya kepada kelompok-kelompok tani, generasi muda dan merangkul kembali basis pendukungnya pada periode pencalonan sebelumnya.
5. Secara keseluruhan dapat disimpulkan segmentasi pemasaran politik Caleg generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019, juga meliputi calon pemilih generasi milenial.
6. Strategi marketing politik Caleg generasi milenial yang berhasil memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Padang tahun 2019 yaitunya memperkuat produk politik, melakukan kegiatan promosi, menggunakan biaya yang cukup besar serta memanfaatkan keunggulan tempat pencalonan.

B. Saran

1. Bagi generasi milenial yang tertarik menjadi Caleg, penulis menyarankan ukurlah potensi diri terlebih dahulu sebelum menjadi Calon Legislatif.
2. Bagi masyarakat yang ingin menjadi Caleg, penulis menyarankan dalam memilih Partai Politik yang akan ditumpangi dalam kontes Pemilu Legislatif pilihlah Partai yang elektabilitasnya cukup baik di tempat pencalonan. Karena *eletabilitas* Partai pengusung dapat memperkuat *branding* politik kepada calon pemilih.
3. Untuk Partai politik, penulis menyarankan, Dalam merekrut kader-kader generasi milenial jangan hanya untuk memenuhi kuota saja agar lolos verifikasi menjadi peserta Pemilu. Sebaiknya Partai politik juga harus memperhatikan bagaimana potensi dari kader milenial tersebut dalam bersaing dengan Caleg-caleg lain pada Pemilu yang akan diikuti. Sehingga dapat menuai hasil yang maksimal pada kontes politik yang diikuti.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz
- Ali, H., & Lilik Purwandi. 2017. *Millennial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Alie, Marzuki. 2013. *Pemasaran Politik di Era Multipartai*. Bandung: Expose. 243 hlm.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Budiardjo, Miriam. 1982. *Partisipasi dan Partai Politik: Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Gramedia.
- Budiati Dkk. 2018. *Profil Generasi Milenial di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Bappenas, BPS, dan UNFPA. 2017. *Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035: Hasil SUPAS 2015*, Jakarta : BPS.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press
- Cholisin & Nasiwan. 2007. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Firmanzah. 2007. *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik Di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Pustaka.
- Haris, Syamsuddin. 2014. *Partai, Pemilu, Dan Parlemen*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.