

## **BAB IV**

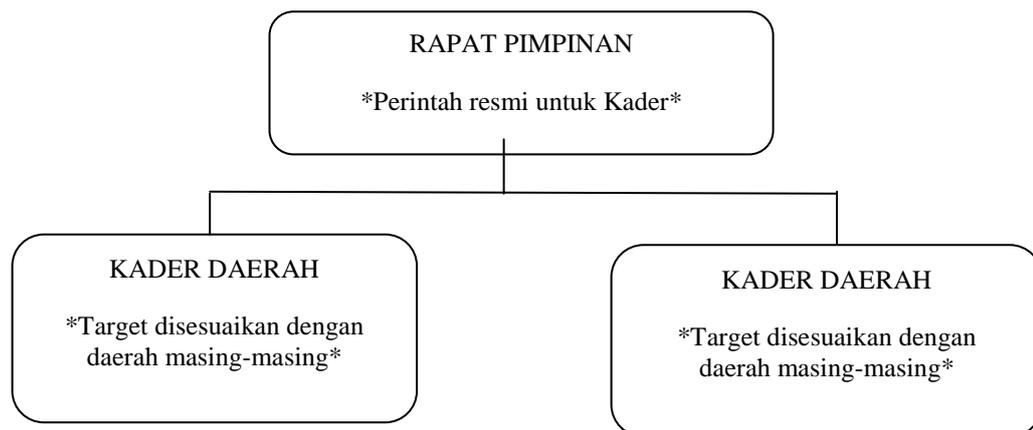
### **ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

Pada Bab IV ini, peneliti akan mengulas mengenai strategi kampanye yang dipakai oleh DPD Partai Amanat Nasional (PAN) dalam memenangkan pileg Kota Mojokerto 2009. Strategi kampanye tersebut akan dianalisis dengan beberapa pendekatan atau teori-teori dalam ilmu politik yang nantinya akan menjawab rumusan sebagaimana disebutkan pada bab sebelumnya. Rumusan masalah tersebut dijawab dan dianalisis pada beberapa sub bab yang akan dijelaskan pada bab ini.

Disamping itu Partai Amanat Nasional (PAN) yang notabennya sebagai partai kader harus memiliki sistem yang sangat sistematis dalam menjaring pemilih. Sistematisasi yang dilakukan PAN ternyata tidak luput dari adanya pengaruh pusat dimana penentu dari seluruh pergerakan strategi telah terencana sejak awal dan terstruktur. PAN ternyata begitu kuat dalam menentukan target. Dan pada pemilu kali ini PAN mentargetkan 25 % suara kursi di DPRD.

Melalui adanya hasil ini dapat diidentifikasi bahwa PAN menduduki urutan ke satu dari tingkat Kota Mojokerto. Pertarungan politik yang terjadi membuat PAN harus bekerja lebih ekstra lagi agar dapat memperoleh suatu hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Pencapaian-pencapaian yang dilakukan PAN sebagai partai memang telah terlihat dari tataran tingkat pusat yang menjalankan amanat serta keputusan. Ini dijadikan sebagai acuan dengan adanya keputusan yang resmi. Dalam memenangkan pemilihan ini, partai PAN

mempunyai suatu alur pencapaian target yang diinginkan. Berikut ini adalah hasil wawancara yang didapat alur pencapaian target yang ditempuh seperti bagan dibawah ini:



Bagan 1: DPD PAN <sup>1</sup>.

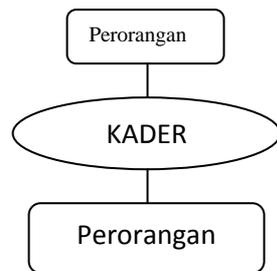
Setiap kader mempunyai target yang berbeda-beda, seperti halnya partai PAN yang ada di daerah Kota Mojokerto memiliki target tersendiri. Ini karena di setiap kecamatan, lingkungan, memiliki jumlah kader yang tidak sama. Keterkaitan untuk mengajak pemilih atau menjadikan pemilih sebagai anggota juga dipengaruhi cara kader di setiap masing-masing daerah berbeda-beda tergantung kapasitas dan kapabilitas kader tersebut. Kader PAN tidak dituntut secara pasti dalam mengajak para pemilih untuk memilih PAN, hanya dalam kesempatan saat itu ada target yang memang diharapkan dapat tercapai, seperti terpilihnya PAN, dll.

---

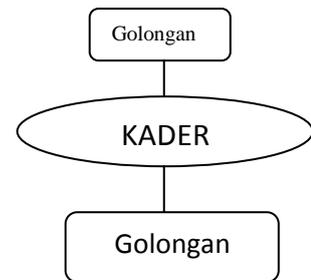
<sup>1</sup> DPD PAN, tanggal 25 Juli 2013

Kemudian model strategi yang dijalankan oleh PAN pada tahun 2004 berbeda dengan 2009 sebagai berikut :

Model tahun 2004



Model tahun 2009



PAN benar benar mengandalkan kader guna sebagai pendongkrak suara di pemilu kali ini khususnya di Kota Mojokerto. Dan untuk memenangkan pemilu 2009 kali ini tentunya diperlukan persiapan yang terencana dan terstruktur. Jika kita lihat pada model diagram diatas bahwa PAN mengalami model konsep strategi penentuan target. Pada tahun 2004 PAN menggunakan model konsep perorangan yang mempengaruhi perorangan. Namun di tahun 2009 kader PAN lebih banyak mempengaruhi golongan ke golongan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan suara yang lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya. Namun dalam prakteknya PAN tidak melepaskan model perorangan ke perorangan.

Strategi yang dilakukan tim pemenangan dalam mensosialisasikan kandidat atau "menjual" kandidat melalui cara-cara pemasaran kandidat (*marketing*). Marketing dalam dunia politik dapat disebut dengan marketing politik. Marketing politik merupakan kemampuan kandidat untuk membawa dan mendistribusikan produk politiknya, serta mengarahkan pemilih secara persuasif untuk menjatuhkan pilihan politik pada kandidat tersebut.

Strategi marketing politik dilakukan oleh tim pemenangan gabungan dan juga tim relawan. Uraian dalam bab ini merupakan analisis atas praktik marketing politik yang dilakukan oleh kandidat PAN dalam mengkampanyekan diri, khususnya di Kota Mojokerto dalam menggalang dukungan warga.

1. Adapun strategi pemenangan DPD PAN Kota Mojokerto antara lain:

#### A. Pemetaan Politik

##### 1.1 Pemetaan Pemilih

###### a) Peta Pemilih

Partai PAN harus mempunyai data pemilih di Dapil masing-masing. Hal ini untuk memudahkan strategi apa yang harus diterapkan di daerah tersebut, karena masing-masing daerah (kelurahan) sangat berbeda walaupun sama-sama orang Kota Mojokerto.

Demikian juga masing-masing caleg PAN harus mengetahui siapa saja caleg yang berangkat dari Dapil tersebut, basis caleg tersebut dimana saja dan apa yang ditawarkan oleh Caleg tersebut kepada konstituennya.

Kalau semua informasi tentang peta politik di Dapil masing-masing diketahui. Maka sangat mudah untuk infiltrasi di basis caleg dari partai lain untuk menyiapkan agenda pemenangan DPD PAN.

Caleg harus mengetahui daerah mana saja yang menjadi tempat pertarungan dengan caleg partai lain dan daerah mana saja yang menurut kita sulit untuk dimasuki (daerah abu-abu) dan yang paling penting kita bisa mengukur kemampuan Tim Sukses kita bisa masuk di daerah-daerah

tersebut atau tidak, kalau pun tidak bisa kita masuki maka kita tinggalkan daerah-daerah yang mudah kita masuki.

b) Hasil pemilu 2004

**Tabel IV.1**

**Jumlah Perolehan Suara Sah dan Jumlah Perolehan Kursi**

<b>No</b>	<b>Partai Politik</b>	<b>Suara Sah</b>	<b>Perolehan Kursi</b>
1	PARTAI NASIONAL MARHAENISME	461	
2	PARTAI BURUH SOSIAL DEMOKRAT	205	
3	PARTAI BULAN BINTANG	800	
4	PARTAI MERDEKA	395	
5	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	1584	1
6	PARTAI PERSATUAN DEMOKRASI BANGSA	96	
7	PARTAI PERHIMPUNAN INDONESIA BARU	167	
8	PARTAI NASIONAL BENTENG KEMERDEKAAN	228	
9	PARTAI DEMOKRAT	8294	
10	PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONESIA	1894	3
11	PARTAI PENEGAK DEMOKRASI INDONESIA	263	1
12	PARTAI PERSATUAN NAHDLATUL UMMAH	371	
13	PARTAI AMANAT NASIONAL	4659	2
14	PARTAI KARYA PEDULI BANGSA	607	
15	PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	16839	6
16	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	3242	2
17	PARTAI BINTANG REFORMASI	615	
18	PARTAI DEMOKRASI	13949	5

	INDONESIA PERJUANGAN		
19	PARTAI DAMAI SEJAHTERA	2598	1
20	PARTAI GOLONGAN KARYA	7769	3
21	PARTAI PATRIOT BANGSA	1547	1
22	PARTAI SERIKAT INDONESIA	201	
23	PARTAI PERSATUAN DAERAH	75	
24	PARTAI PELOPOR	741	
	JUMLAH	67600	25

\*Sumber: KPU Kota Mojokerto

c) Data pemilih 2009

**Tabel IV.2**

**Jumlah Penduduk, Hak Pilih dan TPS**

Kecamatan/Kelurahan	Jumlah Penduduk	Jumlah Hak Pilih	Jumlah TPS
Kec. Prajurit Kulon	53056	40621	100
1. Surodinawan	5210	3983	10
2. Kranggan	11744	9308	25
3. Miji	8426	6624	17
4. Prajurit kulon	6247	4813	13
5. Blooto	4912	3600	10
6. Mentikan	6946	5269	14
7. Kauman	3105	2310	6
8. Pulorejo	6466	4714	13
Kec. Magersari	65122	48789	129
1. Meri	6715	4635	12
2. Gunung gedangan	6036	4410	12
3. Kedundung	12010	8913	24
4. Balongsari	7262	5643	15
5. Jagalan	2840	2317	6
6. Sentanan	2347	1914	5
7. Purwotengah	1594	1751	4
8. Gedongan	2394	1695	5
9. Magersari	5470	3990	11
10. Wates	18454	13521	35

JUMLAH	118178	89410	237
--------	--------	-------	-----

\*Sumber: BPS Kota Mojokerto

## 1.2 Pemetaan Kompetitor

Mengerti kekuatan diri sendiri dan lawan politik (basis dari partai lain) yaitu Pesaing Utama PKB dan PDIP, pesaing kedua Demokrat dan Golkar. yang merupakan kunci utama untuk bisa memenangkan pertarungan, kita harus mengerti kelebihan dan kekurangan pesaing kita, kelebihan dan kekurangannya bisa menjadi evaluasi diri kita. Apa kelebihan dan kekurangan kita, sehingga kita bisa memperbaikinya. Bagaimana cara kita bisa mengolah isu-isu strategi yang bisa menarik minat basis massa pesaing. Semakin banyak hal sepele yang tidak bisa dikerjakan oleh pesaing kita, maka kita bisa meyakinkan kepada basis pesaing kalau kita bisa melaksanakannya.

## B. Penentuan Tujuan dan Target

### 2.1 Tujuan

Sebagaimana data yang telah diperoleh melalui wawancara dan data-data penunjang lainnya, pada pemilu legislatif 2009 yang lalu tujuan yang dijalankan oleh PAN adalah memenangkan pemilu legislatif Kota Mojokerto cukup berjalan dengan baik hal ini didasarkan pada hasil yang telah diperoleh PAN di lapangan menunjukkan kesesuaian yang diinginkan. Hal tersebut dilihat dari perolehan suara dan caleg yang lolos. Caleg di Kota Mojokerto yang lolos ada 5 orang, masing-masing 3

diantaranya mewakili kecamatan prajurit kulon yang 2 perwakilan dari kecamatan magersari. Hal ini PAN mendapatkan 19% yakni 12.353 suara. Perihal tersebut tentunya hal ini menjadi tolak ukur tersendiri bagi DPD PAN dalam menjalankan seluruh rencana dan strateginya dalam pileg pada saat itu.

## 2.2 Target

Partai Amanat Nasional (PAN) yang notabennya sebagai partai kader harus memiliki sistem yang sangat sistematis dalam menjaring pemilih. Sistematisasi yang dilakukan PAN ternyata tidak luput dari adanya pengaruh pusat dimana penentu dari seluruh pergerakan strategi telah terencana sejak awal dan terstruktur. PAN ternyata begitu kuat dalam menentukan target. Dan pada pemilu kali ini PAN menargetkan 25% suara kursi di DPRD.

**Tabel IV.3**

**JUMLAH PEROLEHAN SUARA YANG SAH DAN JUMLAH KURSI**

NO	NAMA PARTAI	DAPIL I	DAPIL II	SEMUA DAPIL KOTA MOJOKERTO	KURSI
1	PARTAI HATI NURANI RAKYAT	1.294	861	2.155	1
2	PARTAI KARYA PEDULI BANGSA	247	214	461	
3	PARTAI PENGUSAHA DAN PEKERJA INDONESIA	0	0	0	
4	PARTAI PEDULI RAKYAT NASIONAL	617	1.197	1.814	1
5	PARTAI GERAKAN RAYA	394	652	1.046	

6	PARTAI BARISAN NASIONAL	42	88	130	
7	PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONRESIA	1.637	172	1.809	1
8	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	959	1.913	2.872	1
9	<b>PARTAI AMANAT NASIONAL</b>	<b>7.722</b>	<b>4.773</b>	<b>12.495</b>	<b>5</b>
10	PARTAI PERJUANGAN INDONESIA BARU	0	0	0	
11	PARTAI KEDAULATAN	100	458	558	
12	PARTAI PERSATUAN DAERAH	93	44	137	
13	PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	2.981	3.707	6.688	3
14	PARTAI PEMUDA INDONESIA	106	45	151	
15	PARTAI NASIONAL INDONESIA MARHAENISME	57	172	229	
16	PARTAI DEMOKRASI PEMBARUAN	28	354	382	
17	PARTAI KARYA PERJUANGAN	92	54	146	
18	PARTAI MATAHARI BANGSA	13	71	84	
19	PARTAI PENEGAK DEMOKRASI INDONESIA	20	21	41	
20	PARTAI DEMOKRASI KEBANGSAAN	7	14	21	
21	PARTAI REPUBLIKA NUSANTARA	30	55	85	
22	PARTAI PELOPOR	5	495	500	
23	PARTAI GOLONGAN KARYA	1.768	3.755	5.523	3
24	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	887	1.797	2.684	1
25	PARTAI DAMAI SEJAHTERA	190	440	630	
26	PARTAI NASIONAL	36	27	43	

	BENTENG KERAKYATAN INDONESIA				
27	PARTAI BULAN BINTANG	83	96	179	
28	PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN	3.943	8.288	12.231	4
29	PARTAI BINTANG REFORMASI	0	0	0	
30	PARTAI PATRIOT	311	342	653	
31	PARTAI DEMOKRAT	4.299	5.108	9.407	4
32	PARTAI KASIH DEMOKRASI INDONESIA	36	114	150	
33	PARTAI INDONESIA SEJAHTERA	310	261	571	
34	PARTAI KEBANGKITAN NASIONAL ULAMA	2.277	917	3.197	1
41	PARTAI MERDEKA	29	28	57	
42	PARTAI PERSATUAN NAHDLATUL UMMAH INDONESIA	0	0	0	
43	PARTAI SERIKAT INDONESIA	0	18	18	
44	PARTAI BURUH	18	23	41	
	JUMLAH	30.631	36.574	67.205	25

\*Sumber: KPU Kota Mojokerto

### C. Isu Kampanye

Pemilu 2009 ini membuat PAN harus ekstra kerja keras untuk memenangkan pemilu ini. PAN lebih menggunakan cara dalam bentuk strategi kampanye. Strategi kampanye pemilu adalah strategi yang digunakan partai politik untuk menjaring (pemilih) untuk mau memilih partai tersebut. Dimana cara-cara itu diperlihatkan dengan masuknya PAN ke golongan-golongan. Dalam kaitannya

dengan PAN tentunya PAN menggunakan cara tersendiri untuk melakukan kampanye yang antara lain:

- 1) Menggunakan jargon atau teksline BERBUAT UNTUK MANFAAT. Teksline ini berguna untuk mencitrakan nilai-nilai positif pada PAN sebagai Partai Politik. Teksline ini diperkuat dengan data-data yang ada dan pencitraan yang selama ini ditunjukkan oleh PAN dari para anggotanya yang berada di parlemen. Program dari berbuat untuk manfaat yaitu pendidikan politik, pendampingan kesehatan, pembiayaan sekolah gratis, pembangunan kota Mojokerto, dan gerakan-gerakan politik yang bertujuan mensejahterakan masyarakat kota Mojokerto.
- 2) Cara kedua untuk memperluas pasar dan menembus pasar adalah dengan memperlebar jaringan guna menggunakan hak suaranya dan tentunya memilih PAN. PAN pada kampanye kali ini, menekankan pada strategi “*golongan to golongan*”, berbeda dengan tahun lalu yang menunjukkan pada “*person to person*”. Hal ini tentunya memiliki tujuan untuk lebih banyak mengeruk suara.<sup>2</sup> Ini juga menunjukkan pelebaran pada partai PAN yang berguna untuk menjaring suara pada konstituen-konstituen yang memiliki peranan penting di masyarakat. Namun strategi “*person to person*” tidak langsung begitu saja dihilangkan. Dengan berbagai cara dan taktik yang ditempuh menjadikan PAN kian dikenal oleh masyarakat mesti

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Wibisono. Wakil DPD PAN Kota Mojokerto, tanggal 25 Juli 2013

hanya perorangan. PAN juga menarik para kepala rumah tangga untuk dapat bergabung kedalam PAN yang bertujuan untuk mengikat lebih mudah seluruh keluarga kedalam PAN. Jika kepala keluarga yang diajak kedalam PAN mampu mempengaruhi, maka akan mudah untuk mengajak keluarga yang lain.

Strategi yang dijalankan oleh PAN bertujuan untuk kelangsungan PAN kedepan. PAN dengan kekuatan kader, anggota berharap bahwa apa yang menjadi bagian dari tujuan akhir adalah kelangsungan para kader dan anggota yang membawanya. Untuk kampanye ini pula PAN juga menitik beratkan pada kader yang muda, serta pencarian bibit-bibit baru pada tataran intelektual. Profesionalitas yang diusung menjadi bagian keberlangsungan, serta daya tarik tersendiri bagi PAN untuk mendorong pemilih untuk mau memilih partai PAN. Dengan adanya pendekatan ini, maka akan berdampak pada diri masing-masing orang yang menjadi sasaran atau target, sebagai bentuk atau kekuatan tersendiri.

Seperti yang telah dikemukakan pada data-data yang ada, bahwa system kampanye untuk memenangkan pemilu legislatif tahun 2009 kali ini telah dipertegas oleh ketua DPD PAN Kota Mojokerto Bapak Mulyadi. Menyatakan bahwa kemenangan PAN ini disebabkan adanya "*mesin politik*" PAN yang mana bekerja sangat keras, khususnya di Kota Mojokerto tercinta ini.<sup>3</sup> Dari keadan inilah dapat terlihat bahwa sistem yang dibangun oleh PAN memang telah tersruktur dengan cukup rapi. Kemenangan yang diperoleh PAN pun juga

---

<sup>3</sup> Pernyataan ketua DPD PAN Kota Mojokerto, Mulyadi.

dipengaruhi sikap kooperatif yang diterapkan PAN terhadap partai-partai lain yang berkoalisi pada pertarungan politik.

#### D. Strategi Menggait Dukungan Pemilih

##### 4.1 Penguatan Kader

PAN adalah partai politik yang memperjuangkan kedaulatan rakyat, demokrasi, kemajuan dan keadilan sosial yang berakar pada moral agama, kemanusiaan dan kemajemukan. Dan sangat terlihat jelas dari para kader PAN yang masuk pada partai ini. Kader-kader dengan warna khas (etnis, suku, agama, jender) menyelimuti tubuh PAN. Mulai dari cara berpakaian hingga sikap yang dijalankan. Namun hal ini tak menjadi pengaruh untuk terus melakukan penarikan terhadap massa guna mencari pendukung pada pileg 2009. Penguatan Kader pun dilakukan oleh PAN pada pileg 2009 yang lalu dengan istilah LDK yang wajib di ikuti semua caleg dan kader yang dilaksanakan di Pacet. Hal ini bertujuan untuk memastikan secara kuota atas penambahan kader yang ada dari tahun 2004-2009. Dari pengokohan kader ini tentunya akan dapat memetakan diri serta akan menjadikan PAN lebih kuat dan solid. Karena PAN dalam hal ini mengandalkan kekuatan kader untuk menambah suara pada pemilihan. Sebagaimana telah dikatakan Saiful Arsyad.

“Kalau yang paling membantu itu adalah semangat dari para kader-kader itu sendiri. Itu sangat membantu bagi DPD PAN khususnya Kota Mojokerto yang perolehan suaranya meningkat sangat drastis dibandingkan tahun yang lalu. Dimana perolehan keseluruhan pada PILEG tahun ini sekitar 12.495 suara sedangkan pada pemilihan PILEG yang lalu diperoleh hasil sekitar 3.434. Yaitu

dilihat dari citra kandidat yang menjadi calon legislatif DPD PAN juga kok mbak”.<sup>4</sup>

PAN mengandalkan kekuatan penuh pada kader. Kader-kader PAN yang ada di daerah Kota Mojokerto khususnya telah mendapatkan amanah untuk melaksanakan kinerja-kinerjanya dan mampu menarik konstituen yang ada dengan sistematis yang telah ditentukan dari KPPD.

#### 4.2 Perluasan Basis Massa

Basis Massa merupakan agenda yang dijalankan terus menerus oleh PAN dalam setiap kegiatannya. Bahkan dapat dikatakan bahwa ini adalah agenda utama dalam kampanye PAN. Hal ini dapat terlihat dari bagaimana PAN terus menerus PAN mencari kader-kader baru. Karena dengan masuknya kader-kader baru juga menambah suara PAN dan menentukan kemenangan PAN kedepannya.

Basis Massa Rill atau basis yang pasti mendukung kemenangan caleg DPD PAN dibagi menjadi 3 bagian antara lain:

##### a) Keluarga/ Saudara

Strategi untuk mencari basis massa rill yang paling mudah untuk memilih atau mendukung kemenangan bagi seorang caleg adalah *keluarga*. Karena secara psikologi seseorang akan memilih keluarganya sendiri dari pada memilih orang lain dengan satu syarat bahwa hubungan kekeluargaan tidak dalam masalah konflik. Dalam pemetaan keluarga sangat mudah dan biasanya mereka (keluarga) tidak disatu titik atau disatu daerah, apalagi keluarga

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan Saiful Arsyad, Ketua DPD PAN, tanggal 25 Juli 2013.

besar yang terpenting keberadaan keluarga tersebut masih di lingkup Dapil Caleg.

b) Kawan/Teman/Sahabat

Strategi mencari basis massa rill dengan cara mencari Kawan/Teman/Sahabat

Juga dapat dilakukan dengan mudah dan satu syarat bahwa teman dekat tersebut tidak menjadi caleg dari partai lain.

c) Organisasi/ Lembaga

Strategi untuk mencari basis massa melalui organisasi gampang-gampang susah, hal ini tidak semua anggota caleg bisa mempengaruhi suatu organisasi atau lembaga tersebut. Untuk mencari basis massa dari organisasi atau lembaga dan posisi caleg hanya anggota maka yang harus dilakukan adalah pendekatan dengan ketua organisasi atau lembaga tersebut. Kalau caleg sendiri yang menjadi ketua organisasi atau lembaga tersebut maka sangat mudah untuk menyampaikan ke anggotanya.

Ini diperjelas oleh Wibisono selaku kader dan pengurus DPD PAN Kota Mojokerto.

“Kalau untuk sasaran sendiri itu pastinya kader terlebih dahulu, kemudian simpatisan dan partisipannya yang dikuatkan, yang terakhir itu masyarakat umum. Kalau kader sendiri InsaAllah jelas pasti memilih PAN. yang justru di perkuat adalah simpatisan dan partisipannya untuk lebih mengenalkan PAN pada masyarakat umum yang mempunyai ketertarikan pada PAN.”<sup>5</sup>

Terkait dengan wawancara diatas jelas menggambarkan bahwa kader telah menentukan sikap dalam memilih PAN yang didasarkan bahwa adanya penguatan-penguatan prinsip yang dibangun oleh PAN terhadap para kader-kadernya.

#### 4.3 Penempatan Mesin Politik/ Tim Sukses

Dalam merekrut tim sukses partai dari Kota, Kecamatan, kemudian ketingkat kelurahan harus mengetahui kemampuan agitasi dan propoganda dari orang-orang yang dijadikan Tim sukses. Ketika merekrut Tim Sukses minimal harus orang-orang yang berdomisili di daerah tersebut dan tidak memiliki permasalahan dengan masa di sekitar tempat tinggalnya. Maksimal seorang tokoh masyarakat yang bisa di percaya dan disegani oleh masyarakat sekitar. Sehingga memudahkan kerja-kerja kader-kader PAN.

Dalam menempatkan tim sukses yang bukan orang di daerahnya, minimal tim sukses tersebut mengetahui gambaran atau peta politik di daerah penugasan dan kontak person yang akan mereka hubungi di daerah tersebut.

---

<sup>5</sup>Wawancara dengan Wibisono, Sekretaris DPD PAN, tanggal 24 Juli 2013.

#### 4.4 Penyebaran Atribut Partai dan Alat Peraga.

Selain dari semua syarat-syarat diatas yang tidak kalah pentingnya adalah atribut partai. Atribut Partai seperti Bendera Partai yang harus dipasang dirumah Pengurus Ranting, Kantor Pengurus Cabang, dalam hal ini untuk membangun image masyarakat bahwa PAN masih eksis dan terus melakukan kegiatan-kegiatan. Hal ini dapat dikatakan taktik khusus yang dilakukan oleh PAN guna untuk memperkenalkan PAN lebih luas. Atributisasi yang biasanya dan memang lebih diperlihatkan oleh kader-kader PAN tentunya akan membawa pengaruh pada konstituen luar untuk mencontoh atau meniru trend yang dilakukan oleh PAN. uniknya PAN membuat dan mencetak atribut serta simbol-simbol PAN pada baju, kaos, pamflet serta hal-hal kecil lainnya yang orang mudah dilihat dan digunakan masyarakat. Walaupun hal ini sepele akan tetapi membawa dampak yang luar biasa dalam strategi kampanye. Demikian juga dengan papan nama pengurus yang harus terpasang, hal ini menunjukkan kepada masyarakat bahwa DPD PAN masih ada dan masih eksis dalam dunia perpolitikan<sup>6</sup>.

#### 4.5 Media Relation

Media relation dapat dikatakan sebagai tonggak dalam kampanye yang dilakukan oleh PAN dalam menjaring konstituennya. Media relation terdiri dari Media Cetak: iklan, opini, siaran pers. Media Elektronik: Spot

---

<sup>6</sup>DPD PAN Kota Mojokerto, tanggal 25 Juli 2013

Iklan, Talkshow. Media Komunikasi Visual: Poster, Baliho, Spanduk, Umbul-umbul. Sedangkan Media Sosial: FB, BBM, Twitter.

Media relation merupakan sarana yang dapat mudah menjangkau massa guna mendapatkan suara. Ini berguna untuk dapat memasarkan atas apa yang ingin dicapai dan ditargetkan oleh DPD PAN.

Bahwa kesuksesan pemilihan umum terletak pada penerapan strategi pemasaran karena di dalamnya terdapat strategi kampanye yang sudah dirancang bersama, diperiode yang cukup pendek dengan pendayagunaan organisasi untuk memobilisasi dukungan dan menghasilkan koalisi pemenangan yang berbeda, bahkan kelompok yang berbeda.<sup>7</sup>

Media relation yang telah dilakukan oleh PAN pada saat kampanye lebih ditekankan pada tataran teknis di pusat. Tataran teknis yang dilakukan oleh PAN dijalankan melalui beberapa kampanye seperti berhadapan langsung dengan calon pemilih, pembentukan image publik melalui berbagai media dsb. Seperti yang telah diprogramkan oleh PAN pada media relations untuk menjaga dan mengutamakan permasalahan yang ada di Kota Mojokerto seperti *Media Handling, Delivery isu lokal dan Negative Campaign*. Permasalahan ini diperjelas oleh pernyataan Saiful Arsyad.

---

<sup>7</sup>*Handbook Of Marketing, edited by Brice I Newman, sage publication, inc.*

“Memang kita melihat permasalahan-permasalahan itu dan kita mengadakan kegiatan itu yang bernuansa anak muda. Agar anak muda dan kelompok para pemuda yang ada di Kota Mojokerto mau memilih PAN”<sup>8</sup>

*Media Handling:* pada media handling disini menunjukkan bahwa PAN menekankan kepada target untuk dapat memilih PAN dan masuk sebagai anggota PAN. karena dengan adanya penetapan kader dan anggota akan lebih memudahkan PAN untuk mengontrol maupun memberikan arahan-arahan yang berkaitan dengan strategi PAN yang akan dijalankan. Dengan demikian media handling yang digunakan PAN dapat berjalan.

*Delivery isu lokal:* PAN menempatkan diri dengan menstranformasi permasalahan-permasalahan yang ada dan diungkapkan kepada masyarakat dengan diskusi-diskusi di pengajian-pengajian, penyuluhan dan lain-lain. Ini dinilai efektif untuk menyampaikan visi misi serta platfrom yang akan dijalankan oleh PAN.

*Negative Campaign* (kampanye negatif): permasalahan ini tidak lepas dari partai-partai politik yang menjalankan kegiatan kampanye dan kegiatan menjelang pemilu. Namun PAN menangkis semua hal itu. PAN memperlihatkan dan memperkuat dengan cara-cara yang dilakukan oleh para kader dan anggota legislatif yang sudah menjabat sebelumnya. Cara yang ditempuh adalah dengan membuktikan kepada masyarakat atas keadaan yang sesungguhnya dan bukti nyata.

---

<sup>8</sup>Wawancara dengan Saiful Arsyad, wakil ketua dan anggota dewan, tanggal 25 Juli 2013.

### E. Struktur Tim Kampanye

Sistem Pengorganisasian yang dijalankan oleh PAN pada kampanye pemilihan calon anggota legislatif ini, memperlihatkan struktur yang sistematis.



Sistematisasi yang ada diperoleh dari bagaimana PAN menuntut kader dan anggotanya yang ada di DPD Kota Mojokerto. Cara yang ditempuh oleh PAN tentunya berbeda dengan partai-partai yang lain. PAN kali ini menentukan target pemilih pemula. Hal ini didasarkan pada pemilih

pemula yang akan dijadikan anggota dan ada yang dijadikan kader tentunya akan mendorong kelangsungan PAN kedepannya. Pemilihan pemula akan lebih muda diberikan pandangan atau yang biasanya yang disebut dengan platform untuk masa depan PAN. strategi pemilihan telah dilakukan PAN sebelum menjalankan perencanaan taktik. Perencanaan taktik disini sangat diperlukan agar apa yang menjadi tujuan terlaksana dengan tepat.

Perencanaan taktik dan pengambilan keputusan tindakan hanya dapat memiliki sebuah arti apalagi sebuah strategi direncanakan secara teliti. Jadi perencanaan taktik dapat memberikan jawaban atas pertanyaan siapa akan melakukan apa, kapan, dimana, bagaimana dan mengapa. Keputusan taktik semacam ini digunakan untuk mencapai setiap tujuan strategis.<sup>9</sup> Dalam hal ini, penting untuk diketahui oleh partai untuk pengenalan ruang lingkup, kerangka persyaratan dan kemampuan pribadi.

Dengan demikian adanya perencanaan taktik hendaknya tidak direncanakan dari tingkat strategis, melainkan oleh pimpinan yang ada di tingkat taktis, karena pengetahuan yang dibutuhkan itu berbeda khususnya pengetahuan di DPD Kota Mojokerto.

Dalam teori management menyatakan bahwa, keefektifan sebuah organisasi dipengaruhi oleh efektifitas pada individu dan kelompoknya. Keefektifitasan individu dapat dilihat dari sifat psikologis, motivasi, komunikasi, dan sosialisasi. System yang dibentuk oleh PAN dalam hal ini

---

<sup>9</sup> Peter Schroder, *Strategi Politik*, Friedrich Naumann-Stiftung, 9-10.

telah membentuk konstituensi strategis dimana ini diperkuat oleh kader-kader PAN yang menggiring para pemilih. Konstituen strategis inilah yang diperkuat, hal ini didasarkan pada kader-kader PAN dididik dengan cara-cara yang memang untuk memahami maksud serta platform yang hendak dicapai. Jika pemahaman ini telah diterima, maka apa yang akan menjadi tujuan bersama akan tercapai.

Partai Amanat Nasional memang sangat berambisi untuk dapat mampu mendapatkan suara yang diinginkan. Dan partai ini telah menyiapkan kiat dan strategi untuk mampu menjaring masa. Keseriusan partai PAN mendapatkan suara sebesar 19% yang menjadikan PAN lebih kerja keras. Untuk Kota Mojokerto sendiri sebagai barometer politik juga tidak pernah luput dari agenda-agenda kampanye terbuka untuk menjadi kontestan Pemilu pada 2009.

Kampanye PAN kota mojokerto sekaligus bertepatan dengan akhir masa kampanye pada tanggal 5 April 2009. PAN melaksanakan kampanye dengan menggunakan acara Jalan Santai di Alon-Alon Kota Mojokerto yang dipadati oleh puluhan ribu kader dan simpatisan PAN Kota Mojokerto. Acaranya diselenggarakan pada pukul 06.00 sampai 12.00 acara ini dikemas dengan jalan santai, acara hiburan dan pembagian hadiah serta orasi politik. Sebelumnya mulai pukul 06.00 pagi, massa akan diberangkatkan secara serentak dari Alun-alun sampek benteng pancasila dan kembali lagi ke alon-alon. Mereka akan memadati seluruh bagian di dalam lapangan Alon-Alon. Berbagai acara sudah disiapkan oleh panitia

untuk menghibur massa yang datang. Dengan menampilkan beberapa artis ibu kota sebagai bintang tamu untuk turut memeriahkan pelaksanaan kampanye Kota Mojokerto ini.

Pengorganisasian kampanye yang dilakukan PAN memang telah terstruktur, ini dilihat dari kelompok-kelompok pengorganisasian yang memang cukup terprogram mulai dari tingkatan atas sampai bawah. System terpusat dan menyeluruh menjadikan PAN kompak dalam menyelenggarakan kampanye 2009. Keselarasan dan kekompakan itulah yang senantiasa dijaga. Adanya kekompakan ini diharapkan masyarakat dapat mudah mengenal PAN. Koordinasi juga dilakukan oleh PAN secara terus menerus, untuk mengetahui seberapa jauh taktik yang telah dihasilkan, serta kelemahan-kelemahan yang ada dilapangan.

Diakhir suatu kegiatan yang terlaksana, tentunya diperlukan adanya suatu evaluasi. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui letak kekurangan dan hambatan yang terjadi setelah proses pemilu berlangsung. Serta untuk mengetahui seberapa jauh hasil yang diperoleh dari apa yang telah dilakukan.

Evaluasi yang disimpulkan oleh PAN ternyata menunjukkan bahwa dalam kegiatan kampanye ini, mendapatkan apa yang diharapkan. PAN pada pileg 2009 kali ini secara teknis telah mengalami kenaikan sebesar 19% untuk kursi DPRD Kota Mojokerto. Dengan adanya kenaikan ini memperlihatkan bahwa strategi kampanye, serta strategi pemenangan yang digunakan PAN efektif dalam menjaring massa. Dasar kekuatan

PAN terletak pada kesolidan dan kebersamaan yang dibangun para kader-kader PAN.

## 2. Hasil Pemilu DPD PAN Kota Mojokerto 2009

Di bawah ini adalah hasil penghitungan suara pemilu legislatif 2009;

**A. Tabel IV. 4**  
**Hasil Penghitungan Suara Pemilu Legislatif 2009**  
**Dapil I Kecamatan Prajurit Kulon**

No	PARTAI POLITIK	SUARA SAH
1	2	3
1	PARTAI HATI NURANI RAKYAT	1.294
2	PARTAI KARYA PEDULI BANGSA	247
3	PARTAI PENGUSAHA DAN PEKERJA INDONESIA	
4	PARTAI PEDULI RAKYAT NASIONAL	617
5	PARTAI GERAKAN RAYA	394
6	PARTAI BARISAN NASIONAL	42
7	PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONRESIA	1.637
8	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	959
9	<b>PARTAI AMANAT NASIONAL</b>	<b>7.722</b>
10	PARTAI PERJUANGAN INDONESIA BARU	
11	PARTAI KEDAULATAN	100
12	PARTAI PERSATUAN DAERAH	93
13	PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	2.981
14	PARTAI PEMUDA INDONESIA	106
15	PARTAI NASIONAL INDONESIA MARHAENISME	57
16	PARTAI DEMOKRASI PEMBARUAN	28
17	PARTAI KARYA PERJUANGAN	92
18	PARTAI MATAHARI BANGSA	13
19	PARTAI PENEGAK DEMOKRASI INDONESIA	20
20	PARTAI DEMOKRASI KEBANGSAAN	7

21	PARTAI REPUBLIKA NUSANTARA	30
22	PARTAI PELOPOR	5
23	PARTAI GOLONGAN KARYA	1.768
24	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	887
25	PARTAI DAMAI SEJAHTERA	190
26	PARTAI NASIONAL BENTENG KERAKYATAN INDONESIA	36
27	PARTAI BULAN BINTANG	83
28	PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN	3.943
29	PARTAI BINTANG REFORMASI	
30	PARTAI PATRIOT	311
31	PARTAI DEMOKRAT	4.299
32	PARTAI KASIH DEMOKRASI INDONESIA	36
33	PARTAI INDONESIA SEJAHTERA	310
34	PARTAI KEBANGKITAN NASIONAL ULAMA	2.277
41	PARTAI MERDEKA	29
42	PARTAI PERSATUAN NAHDLATUL UMMAH INDONESIA	
43	PARTAI SERIKAT INDONESIA	
44	PARTAI BURUH	18
	<b>JUMLAH</b>	<b>30.631</b>

**B. Tabel IV. 5**

**Hasil Penghitungan Suara Pemilu Legislatif 2009**

**Dapil II Kecamatan Magersari**

<b>No</b>	<b>PARTAI POLITIK</b>	<b>SUARA SAH</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	PARTAI HATI NURANI RAKYAT	861
2	PARTAI KARYA PEDULI BANGSA	214
3	PARTAI PENGUSAHA DAN PEKERJA INDONESIA	
4	PARTAI PEDULI RAKYAT NASIONAL	1.197

5	PARTAI GERAKAN RAYA	652
6	PARTAI BARISAN NASIONAL	88
7	PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONRESIA	172
8	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	1.913
9	<b>PARTAI AMANAT NASIONAL</b>	<b>4.773</b>
10	PARTAI PERJUANGAN INDONESIA BARU	
11	PARTAI KEDAULATAN	458
12	PARTAI PERSATUAN DAERAH	44
13	PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	3.707
14	PARTAI PEMUDA INDONESIA	45
15	PARTAI NASIONAL INDONESIA MARHAENISME	172
16	PARTAI DEMOKRASI PEMBARUAN	354
17	PARTAI KARYA PERJUANGAN	54
18	PARTAI MATAHARI BANGSA	71
19	PARTAI PENEGAK DEMOKRASI INDONESIA	21
20	PARTAI DEMOKRASI KEBANGSAAN	14
21	PARTAI REPUBLIKA NUSANTARA	55
22	PARTAI PELOPOR	495
23	PARTAI GOLONGAN KARYA	3.755
24	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	1.797
25	PARTAI DAMAI SEJAHTERA	440
26	PARTAI NASIONAL BENTENG KERAKYATAN INDONESIA	27
27	PARTAI BULAN BINTANG	96
28	PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN	8.288
29	PARTAI BINTANG REFORMASI	

30	PARTAI PATRIOT	342
31	PARTAI DEMOKRAT	5.108
32	PARTAI KASIH DEMOKRASI INDONESIA	114
33	PARTAI INDONESIA SEJAHTERA	261
34	PARTAI KEBANGKITAN NASIONAL ULAMA	917
41	PARTAI MERDEKA	28
42	PARTAI PERSATUAN NAHDLATUL UMMAH INDONESIA	
43	PARTAI SERIKAT INDONESIA	18
44	PARTAI BURUH	23
	<b>JUMLAH</b>	<b>36.574</b>

**\*Sumber : KPU Kota Mojokerto Dalam Angka 2009**

Dengar bertambahnya partai yang mengikuti pemilu 2009, hal ini mengindikasikan semakin ketat pula persaingan antar partai dalam memperebutkan dukungan suara dari pemilih. Pada Pileg Kota Mojokerto, DPD PAN menjadi salah satu partai yang mencalonkan para calegnya untuk periode 2009-2014. Kemenangan DPD PAN tidak terlepas dari latar belakang para calegnya dan pendukungnya yang pada periode sebelumnya sudah menjadi Ketua PAN dan sebagainya. Berbeda pada pileg sebelumnya, PAN adalah partai yang memenangkan pileg pada tahun 2009 dan mengalahkan partai-partai yang lain, padahal Kota Mojokerto notabene partai PKB dan PDI.

Partai Amanat Nasional akhirnya mendapatkan suara tertinggi di Kota Mojokerto. Di Kecamatan Magersasri PAN mampu mengumpulkan 4.654 suara, sedangkan dari Kecamatan Prajurit Kulon mampu mengumpulkan suara 7.374

suara. Berdasarkan perhitungan sementara, harga satu kursi di Kecamatan Magersari sekitar 2.517 suara dan di Kecamatan Prajurit Kulon harga 1 kursi sebanyak 2668 suara.

Dengan perolehan suara tertinggi di Kota Mojokerto, kursi anggota dewan PAN naik dari 2 menjadi 5. Sedangkan PKB yang menjadi pemenang dalam Pemilu 2004 turun drastis dari 6 kursi menjadi tinggal 3 kursi dan PDIP perolehan kursinya bakal berkurang 1 kursi dari 5 menjadi tinggal 4 kursi. PDIP-P di Kecamatan Magersari mendapatkan 7.999 suara dan Kecamatan Prajurit Kulon sebanyak 3.808 suara. Dengan raihan perolehan suara itu maka partai dengan nomer urut 28 tersebut diperkirakan hanya mampu menempatkan 3 wakilnya dari Magersari dan 1 dari Prajurit kulon.

Kemenangan PAN kota mojokerto pada pemilu legislatif 2009, berhasil menempatkan salah satu kadernya sebagai ketua DPRD Kota Mojokerto. DPD PAN Kota Mojokerto menjadi satu-satunya DPD PAN yang memenangkan pemilu legislatif di Jawa Timur, bisa jadi di pulau Jawa.

Pada pemilu Legislatif Kota Mojokerto 2009, Mulyadi resmi menjadi Ketua DPRD Kota Mojokerto pada periode 2009-2014. Kemenangannya Mulyadi sangat tidak lepas dari dukungan para kader DPD PAN dan masyarakat yang memilihnya. Karena, beliau mempunyai citra yang baik di mata masyarakat dan banyak sekali hal-hal yang lainnya.