

STRATEGI PEMENANGAN TENGGU ZULKENEDI YUSUF DALAM MEMPEROLEH KURSI ANGGOTA DPRD KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI TAHUN 2019-2024.

Oleh :Ahmad Zukhron

Email: Ahmadzukhron@gmail.com

Dosen Pembimbing : Adlin,S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Strategy is one of the keys to victory for a candidate or candidate who plays a very important role in the legislative election victory. Political strategy is a method of winning the fight from various political forces that want power. This political strategy was formed from the impact of a reform process that occurred in which the political process was more diverse. The winning strategy is carried out to increase the number of people in choosing related candidates. For this reason, in winning the competition between candidates, competition between candidates is by making a political strategy. This research is about the winning strategy carried out by Tengku Zulkenedi Yusuf in obtaining a seat as a member of the DPRD of the Meranti Islands Regency. Tengku Zulkenedi Yusuf is the youngest candidate from the PKS party to be elected as a member of the DPRD of the Meranti Islands Regency.

This study aims to determine the winning strategy of Tengku Zulkenedi Yusuf in obtaining seats for members of the Meranti Islands Regency DPRD in 2016 and to describe the factors that drive Tengku Zulkenedi Yusuf's winning strategy in obtaining seats for members of the DPRD Islands Meranti Regency in 2019. The method used in this study is a descriptive qualitative approach. Sources of research data include primary and secondary data sources, tools and techniques for collecting data using interviews and documentation.

The results in this study reveal that Tengku's winning strategy Zulkenedi Yusuf, namely Forming new voters from young people. Conducting campaigns by going directly to the field, namely focusing on Tebing Tinggi District. Inviting various communities engaged in sports, arts and economics in Tebing Tinggi District. Conducting campaigns using mass media. Meanwhile, the supporting factors in the winning strategy of Tengku Zulkenedi Yusuf are the first factors branding. Second, promotion delivers the programs that will be offered. Third, capital, namely in the form of funds issued. Fourth, placement.

Keywords: General Election, Strategy, Political Marketing, Young Candidates.

PENDAHULUAN

Dalam dunia politik kunci dalam memenangkan pertarungan dalam dunia politik harus memiliki strategi agar bisa terpilih di dalam masyarakat, dimana salah satu cara agar bisa memenangkan pertarungan tersebut kita harus memiliki atau menyusun strategi agar bisa memenangkan pertarungan tersebut.

Strategi merupakan salah satu kunci kemenangan bagi seorang calon atau kandidat yang berperan sangat penting dalam kemenangan pemilihan legislatif. Strategi yang biasanya dipakai dalam dunia politik yaitu ada yang namanya Strategi Pemenangan, Strategi Pemenangan dilakukan untuk meningkatkan jumlah masyarakat dalam memilih kandidat yang terkait.

Selain dari Strategi Pemenangan namun Strategi ini tidak lepas dari kontribusi Strategi Politik dimana dengan adanya Strategi ini juga dapat membantu dalam penambahan jumlah suara dan dapat menang dalam pemilihan tersebut. Strategi politik adalah suatu metode dalam memenangkan pertarungan dari berbagai kekuatan politik yang menginginkan kekuasaan. Strategi politik ini terbentuk dari imbas sebuah proses reformasi yang terjadi dimana proses politik lebih beragam.

Selain adanya Strategi dalam memenangkan pemilu disini juga membutuhkan faktor-faktor yang lain dapat mendukung kemenangan dari caleg yaitu bisa dengan menggunakan Marketing Politik agar Strategi mencapai

keberhasilan. Marketing Politik merupakan serangkaian kegiatan yang direncanakan, dengan berbagai taktis, yang berdimensi jangka panjang dan jangka pendek untuk menyebarkan arti sebuah politik terhadap masyarakat. Tujuan dari marketing politik itu adalah untuk membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku para pemilih. Agar para pemilih dapat menjatuhkan pilihan terhadap kandidat tersebut. Dalam Marketing Politik (*political marketing*) ini ada terdapat empat konsep yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place* atau disingkat dengan 4P. 4 konsep ini bertujuan agar bisa mendapatkan perolehan suara sebanyak mungkin.

Pelaksanaan pemilu yang pada dasarnya mempunyai hubungan prinsip-prinsip demokrasi yang meliputi jaminan kebebasan individu dalam hak berpolitik, pemilu dilaksanakan tidak hanya secara langsung setiap lima tahun sekali dan juga serentak sebagai mana dijelaskan UU No. 8 Tahun 2015 dan UU No. 9 Tahun 2015 tentang pemerintah daerah. Undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum menyatakan bahwa pemilihan umum yang disebut Pemilu merupakan sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam

Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945.

Adapun penetapan daerah untuk pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) oleh KPU (komisi pemilihan umum) Kabupaten Kepulauan Meranti Provinsi Riau pada tahun 2019 diantaranya:

- a. Dapil I meliputi Kepulauan Meranti 1
- b. Dapil II meliputi Kepulauan Meranti 2
- c. Dapil III meliputi Kepulauan Meranti 3
- d. Dapil IV meliputi Kepulauan Meranti 4

2. Tabel 1.1
Hasil Perolehan Suara Calon
Legislatif Dalam Pemilu Legislatif
Kepulauan Meranti

No	Nama Partai	Suara Sah	Jumlah Kursi Partai	Nama Calon Terpilih	Usia Caleg
1.	PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	925	4	HAFIZAN ABAS	46 Tahun
2.	PARTAI GERINDRA	1.084	3	DH. H. M TOPIKUROHMAN, M.SI	48 Tahun
3.	PDI PERJUANGAN	1.440	4	CUN CUN, SE, M. SI	46 Tahun
4.	PARTAI GOLKAR	1.013	4	ISKANDAR BUDIMAN, SE	44 Tahun
5.	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	873	2	TENGGU ZULKENEDI YUSUF	24 Tahun
6.	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	840	4	DEDI PUTRA, S.H.I	44 Tahun
7.	PARTAI AMANAT NASIONAL	1.224	5	NIRWANA SARI, SE	52 Tahun
8.	PARTAI AMANAT NASIONAL	987	5	ARDIANSYAH, SH, M.Si	41 Tahun
9.	PARTAI HANURA	453	1	DEDI YUHARA	41 Tahun
10.	PARTAI DEMOKRAT	1.013	3	HELMI, A.MD	43 Tahun
11.	PARTAI NASDEM	-	1	-	-

Suara Sah Caleg Dapil 1

Sumber: <https://pemilu2019.kpu.go.id/#/dprdkab/rekapitulasi/>.

Berdasarkan hasil pada tabel 1.1 di dapatkan hasil perolehan suara calon legislatif di Kepulauan Meranti pada Dapil 1 didapatkan yaitu pertama duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Hafizan Abas dari partai PKB dengan jumlah suara sah sebanyak 925, kedua duduk sebagai Anggota DPRD yaitu M Topikurohman dari partai Partai Gerindra dengan jumlah suara sah sebanyak 1.084, ketiga duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Cun Cun dari partai Partai Gerindra dengan jumlah suara sah sebanyak 1.440, keempat duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Iskandar Budiman dari partai Partai Gerindra dengan jumlah suara sah sebanyak 1.013, kelima duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Tengku Zulkenedi dari partai PKS dengan jumlah suara sah sebanyak 873. Keenam duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Dedi putra dari PPP dengan jumlah suara sah sebanyak 840, ketujuh duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Nirwana Sari dari partai Amanah Nasional dengan jumlah suara sah sebanyak 1.224, kedelapan duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Ardiansyah dari partai Amanah Nasional dengan jumlah suara sah sebanyak 987, kesembilan duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Dedi Yuhara dari partai Hanura dengan jumlah suara sah sebanyak 453, sepuluh duduk sebagai Anggota DPRD yaitu Helmi dari partai Hanura dengan jumlah suara sah sebanyak 1.013.

Tabel 1.2
Data Jumlah Calon Anggota Legislatif
Berdasarkan Partai Pada Pemilihan
Anggota DPRD

Kabupaten Kepulauan Meranti

Jumlah Calon Anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti

Sumber: website KPU RI, 2019.

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat

No.	Nama Partai Politik	Jumlah Dapil	Jumlah Caleg		Total
			L	P	
1.	PKB	4	18	12	30 Orang
2.	GERINDRA	4	19	11	30 Orang
3.	PDI- PERJUANGAN	4	19	11	29 Orang
4.	GOLKAR	4	17	13	30 Orang
5.	NASDEM	4	19	11	30 Orang
6.	GARUDA	4	18	9	27 Orang
7.	BERKARYA	3	10	10	20 Orang
8.	PKS	4	19	11	30 Orang
9.	PERINDO	4	18	11	29 Orang
10.	PPP	4	19	11	30 Orang
11.	PSI	2	5	6	11 Orang
12.	PAN	4	19	11	30 Orang
13.	HANURA	4	18	11	29 Orang
14.	DEMOKRAT	4	19	11	30 Orang
15.	PBB	4	15	11	26 Orang
16.	PKPI	1	0	1	1 Orang
TOTAL			251	161	412 Orang

jumlah calon anggota legislatif berdasarkan dari partai pengusungnya yaitu dari partai PKB ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, partai GERINDRA ada 4 dapil

dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, partai PDI-PERJUANGA ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 29 orang, partai GOLKAR ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, partai NASDEM ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, partai GARUDA ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 27 orang, partai BERKARYA ada 3 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 20 orang, partai PKS ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, partai PERINDO ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 29 orang, PPP ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, PSI ada 2 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 11 orang, PAN ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, partai HANURA ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 29 orang, partai DEMOKRAT ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 30 orang, PBB ada 4 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 26 orang, PKPI ada 1 dapil dengan jumlah calon anggota legislatif sebanyak 1 orang.

Tabel 1.3

Usia Caleg Partai Keadilan Sejahtera (PKS) terpilih

No	Dapil	Caleg Terpilih	Usia
1.	1	Tengku Zulkenedi Yusuf. SE	24 Tahun
2.	3	Al-Amin. A, S.Pd	33 Tahun

Usia Caleg PKS Terpilih

Sumber: website KPU RI, 2019.

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa ini adalah usia caleg dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang sudah terpilih di dapatkan usia caleg yang termuda yaitu pada Dapil 1 Tengku Zulkenedi Yusuf dengan usia 24 tahun, dan pada Dapil 3 yaitu Al-Amin dengan usia 33 tahun. Dapat disimpulkan bahwa dari partai PKS Caleg termuda yaitu Tengku Zulkenedi Yusuf.

Tabel 1.4

Suara Sah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dapil 1-4

Dapil 1

No. Urut	Nama Caleg	Suara Sah	Usia
1.	Abdul Rauf	308	37 Tahun
2.	H.Didis Alamsyah, S.Pd.	400	41 Tahun
3.	Siti Huzaimah, S.Pd.I	86	38 Tahun
4.	Muzakir	680	32 Tahun
5.	R.H.Rizwan, S.T. M.Pd	199	35 Tahun
6.	Firma Eka Septewenti	19	32 Tahun

7.	Tengku Zulkenedi Yusuf	873	24 Tahun
8.	Edy Amin, S. Pd.i	585	37 Tahun
9.	Salbiah, S. Pd, I	21	39 Tahun
10.	Muhammad Saipul, A. md	870	31 Tahun
	Jumlah Suara Partai PKS	199	

Suara Sah PKS Terpilih Dapil 1

Sumber:

<https://pemilu2019.kpu.go.id/#/ppwp/hitung-suara>

Berdasarkan fenomena-fenomena yang penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI PEMENANGAN TENGKU ZULKENEDI YUSUF DALAM MEMPEROLEH KURSI ANGGOTA DPRD KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI TAHUN 2019-2024**”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf dalam memperoleh kursi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2019?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendorong strategi pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf dalam memperoleh kursi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2019?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf dalam memperoleh kursi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2019.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang mendorong pada strategi pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf dalam memperoleh kursi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2019.

Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
Sebagai sarana pembandingan bagi dunia ilmu pengetahuan dalam menambah kajian tentang strategi pemenangan kandidat pada pemilu pada serentak 2019.
2. Secara Praktis
Memberi masukan untuk setiap pembaca agar mengetahui strategi pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf dalam memperoleh kursi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2019. Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa jika suatu saat ada yang membahas judul dan perkuliahan yang terkait dengan pembahasan judul ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. **Strategi Pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf.**

Strategi dan taktik merupakan cara atau konsep yang telah disusun secara matang kemudian akan memberi hasil kemenangan bagi kandidat itu sendiri. Sebuah strategi dan taktik diperlukan karena melihat kuatnya persaingan politik dalam pesta demokrasi saat ini, karena membuat para calon harus merancang strategi dan taktik dengan sangat baik agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Maka dari itu berbagai strategi dan taktik yang dilakukan oleh siap calon legislatif, baik dari yang baru mencalonkan diri maupun yang masih menjabat dan ingin mencalonkan kembali.

Strategi Pemenangan yang dilakukan oleh Tengku Zulkenedi Yusuf dalam kemenangannya di Pemilu Legislatif 2019 dengan Strategi politik adalah suatu metode dalam memenangkan pertarungan dari berbagai kekuatan politik yang menginginkan kekuasaan. Strategi politik ini terbentuk dari imbas sebuah proses reformasi yang terjadi dimana proses politik lebih beragam. Strategi Politik dimana dengan adanya Strategi ini juga dapat membantu dalam penambahan jumlah suara dan dapat memenangkan dalam pemilihan tersebut. Pada strategi politik ini ada 2 strategi yang digunakan yaitu strategi ofensif dan strategi defensif.

Selain adanya Strategi Politik dalam memenangkan Tengku Zulkenedi Yusuf disini caleg juga membutuhkan faktor-faktor yang dapat mendukung kemenangan terpilih sebagai caleg, disini Tengku Zulkenedi Yusuf bisa menggunakan Marketing Politik agar Strategi kemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf bisa maksimal dan mencapai keberhasilan. Marketing Politik merupakan serangkaian kegiatan yang direncanakan, dengan berbagai taktis, yang berdimensi jangka panjang dan jangka pendek untuk menyebarkan arti sebuah politik terhadap masyarakat. Tujuan dari marketing politik itu adalah untuk membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku para pemilih. Agar para pemilih dapat menjatuhkan pilihan terhadap kandidat tersebut.

a. Strategi Politik Ofensif

Strategi politik ofensif adalah strategi kampanye politik yang digunakan dalam mempengaruhi pemilih, pada strategi ini yang harus ditampilkan adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu dan keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan dari padanya sehingga terbentuk kelompok pemilih baru disamping pemilih yang telah ada. Sebab dari itu, harus ada penawaran yang lebih baik dan baru bagi para pemilih tersebut.

Strategi politik yang dilakukan Tengku Zulkenedi Yusuf yaitu melakukan sosialisasi diri langsung kepada masyarakat, melakukan pendekatan kepada masyarakat khususnya kaum muda dan masyarakat yang ada di Kecamatan Tebing Tinggi Sesuai yang disampaikan oleh Restu Prayogi selaku pemuda desa Tebing Tinggi Timur berikut wawancaranya :

"Tengku Zulkenedi Sosialisasi langsung yang dengan masyarakat dengan cara door to door , yaitu mendatangi rumah-rumah warga, disitu Tengku Zulkenedi bercerita dengan masyarakat setempat mengenai masalah yang dialami baik dalam bidang ekonomi, pendidikan dan juga kebutuhan umum olahraga ".

Dapat disimpulkan dari wawancara diatas dimana strategi yang dilakukan oleh Tengku Zulkenedi Yusuf yaitu dengan cara pendekatan kepada masyarakat yang khususnya Kecamatan Tebing Tinggi dimana dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dengan turun Tengku Zulkenedi Yusuf secara langsung ke Kecamatan tersebut membuat para warga merasa lebih dekat dan lebih dipedulikan oleh kandidat karena bisa mendengarkan keluhan kesah masyarakat secara langsung.

b. Strategi Politik Defensif

Strategi defensif adalah strategi untuk mempertahankan pendukung. Dalam hal ini, partai akan memelihara pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman para pemilih musiman mereka sebelumnya pada situasi yang sedang berlangsung Pada strategi defensive digunakan apabila para caleg ingin mempertahankan suara mayoritasnya.

Strategi politik yang dirancang oleh caleg Tengku Zulkenedi Yusuf dalam pemilihan anggota DPRD Kepulauan Meranti tahun 2019 yaitu dengan menggunakan strategi pencitraan. Pada umumnya teori pencitraan dalam komunikasi ada hubungan erat antara caleg dengan perilaku pemilihnya. Dimana caleg Tengku Zulkenedi Yusuf mampu menciptakan persepsi masyarakat yang positif sebagai anak yang sederhana, pintar, ramah dan peduli serta dekat dengan masyarakat setempat yaitu Kecamatan Tebing Tinggi.

Modal pencitraan caleg Tengku Zulkenedi Yusuf mempunyai ciri khas tersendiri yaitu membangun komunikasi massa dengan hati nurani melalui bentuk pelayanan yang bersifat adil kepada masyarakat.

- **Strategi Pencitraan**

Sosialisasi Tengku Zulkenedi Yusuf terhadap publik dan komunikasi politik dengan elit lokal

dan masyarakatnya sangat terjalin dengan baik sehingga dia mendapatkan banyak pendukung dari kalangan masyarakat muda daerah pemilihannya. Komunikasi politik yang dilakukan

pada strategi pencitraan yang digunakan oleh Tengku Zulkenedi Yusuf, yaitu dengan memberikan bantuan berupa pemberian sembako kepada masyarakat. Dapat dilihat dari hasil wawancara dengan yang telah dilakukan bersama bapak Asri yang merupakan salah satu masyarakat Tebing tinggi sebagai berikut wawancaranya :

“Tengku Zulkenedi Yusuf juga memberikan masyarakat disini yaitu berupa sembako berupa beras, minyak goreng, telur, dan mie instan. Dan ternyata sampai sekarang Tengku Zulkenedi Yusuf tetap memberikan sembako kepada masyarakat yang kurang mampu”.

Dapat disimpulkan bahwa Tengku Zulkenedi Yusuf tidak hanya memberikan janji palsu terhadap masyarakat dan kalangan pemuda-pemudi yang memang dalam kondisi kurang mampu, sehingga masyarakat tersebut sangat puas dengan pilihannya yaitu mereka memilih Tengku Zulkenedi Yusuf.

2. Faktor-Faktor Pendorong Yang Mempengaruhi Tengku Zulkenedi Yusuf Dalam Pemenangan.

a. Marketing Politik

Marketing politik adalah upaya untuk membangun *branding* calon atau kandidat yang melalui beberapa tahapan rangkaian yang ditujukan untuk memperoleh simpatik dari masyarakat dan dukungan konstituen. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memenangkan pemilihan umum yang di hadapi oleh Tengku Zulkenedi Yusuf. Dengan demikian Tengku Zulkenedi Yusuf dapat menduduki kursi Anggota DPRD Meranti dengan suara sah yang diperoleh yaitu sebanyak 873 suara. Dengan adanya marketing politik sangat membantu dalam proses pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf melakukan kerja nyata tanpa janji politik, sehingga dapat dirasakan dampaknya oleh masyarakat secara langsung tanpa harus mengumbar janji politik, dalam proses kampanye yang dilakukan Tengku Zulkenedi Yusuf ingin menggunakan program-program kerja nyata (Firmanzah, 2018). Karena menurut Tengku Zulkenedi Yusuf dengan adanya kerja nyata masyarakat akan masyarakat lebih simpatik dan mendukung caleg pada saat pemilihan umum legislatif 2019. Strategi marketing politik menurut Firmanzah yaitu 4P:

1. Product (Produk)

Produk ini berisikan konsep, identitas, dan ideologi yang

berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Pada penelitian ini Tengku Zulkenedi Yusuf memenangkan pemilihan anggota DPRD Kepulauan Meranti untuk pertama kalinya. Keberhasilan dalam pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf didukung dengan adanya faktor branding (personal branding) , dimana dengan adanya factor ini sangat penting dalam mengambil hati pemilih. Personal branding ini yaitu penampilan jati diri sendiri yang memiliki karakteristik diri yang sangat kuat. Personal branding pada caleg yaitu untuk memperkenalkan diri ke masyarakat. Pada pemasaran politik yang dilakukan oleh Tengku Zulkenedi Yusuf, dia di kenal dengan sosok anak yang baik, pintar, ramah dan juga begitu peduli dengan masyarakat.

Tengku Zulkenedi Yusuf memiliki slogan yang dibawanya untuk turun langsung kelapangan melakukan kampanye yaitu “Saatnya Yang Muda Mengabdikan Untuk Negeri”. Disini yang dimaksud dengan saatnya yang muda mengabdikan untuk negeri adalah anak muda harus berperan aktif, dalam mengubah tatanan peradaban dunia, dan menjadi tatanan dunia yang lebih baik. Perubahan yang sangat identik dengan menciptakan terobosan-terobosan yang baru, berfikir dengan kreatif dalam menyikapi tantangan yang ada dalam upaya membangun

peradaban dan selalu turun ke masyarakat mendengar aspirasi warga bukti semangat perubahan khas yang dilakukan anak muda.

2. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan suatu usaha dalam memikat pembeli melalui teknik komunikasi dengan berbagai media seperti cetak, elektronik, maupun interpersonal. Suatu produk tertentu yang terletak pada tempat, harga harus dipromosikan dengan cara tertentu. Tengku Zulkenedi Yusuf melakukan promosi melalui media cetak seperti baliho, kartu nama, stiker dan spanduk. Pada media elektronik handphone, komputer dengan media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram agar mereka bisa dikenal oleh masyarakat walaupun tidak bertatap muka. Tengku Zulkenedi Yusuf juga melakukan promosi interpersonal yaitu door to door atau dengan cara bertatap muka secara langsung dengan masyarakat dan mendatangi kelompok-kelompok yang ada di masyarakat dan menjadwalkan sosialisasi kepada masyarakat. Kelompok masyarakat yang didatangi oleh Tengku Zulkenedi Yusuf adalah masyarakat yang ada di Kecamatan Tebing Tinggi mulai dari anak muda sampai dengan orang dewasa. Oleh karena itu Tengku Zulkenedi Yusuf menyampaikan

untuk merubah pola pikir negatif tentang politik dan Tengku Zulkenedi Yusuf melakukan perubahan dengan slogan yaitu “Saatnya Yang Muda Mengabdikan Untuk Negeri”.

3. Price (Harga)

Merupakan harga ekonomi dan harga psikologis. Harga ekonomi merupakan kalkulus segala biaya yang bisa dihitung nominalnya seperti biaya iklan, publikasi, pengerahan masa, administrasi pengorganisasian. Sedangkan harga psikologi merujuk pada harga persepsi psikologis dari kandidat anggota legislatif atau top eksekutif yang ditawarkan kepada pemilihnya. Misalnya, apakah latar belakang (suku, agama, pendidikan, daerah asal, dll) (Firmanzah, 2018): Tengku Zulkenedi Yusuf mengeluarkan harga cukup besar untuk melakukan pencitraan (*branding*), karena terdapat baliho-baliho dan spanduk yang tersebar di jalan-jalan di daerah pemilihannya. Namun hal yang dilakukan tersebut cukup membuahkan hasil, banyak masyarakat yang mulai mengenal Tengku Zulkenedi Yusuf melalui baliho-baliho dan spanduk yang tersebar di jalan, dan Tengku Zulkenedi Yusuf juga mengeluarkan dana kampanyenya untuk membeli alat-alat peraga

kampanye seperti stiker dan kartu nama.

Ada beberapa sahabat Tengku Zulkenedi Yusuf yang ikut membantu dalam proses masa kampanye, salah satunya sahabat Tengku Zulkenedi Yusuf yang ikut mencetak baliho, kartu nama, spanduk, stiker, dan membantu memasang baliho dan spanduk di jalan-jalan hingga membagikan kartu nama dan stiker.

4. Place (Penempatan)

Dalam hal ini berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi caleg dalam kemampuannya mampu untuk berkomunikasi dengan para pemilih dan berpotensi dalam memperoleh kemenangan pada daerah pemilihannya. Tengku Zulkenedi Yusuf merupakan calon anggota legislatif DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti, dalam pernyataannya pemilih di dapil 1 Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan atas dasar dari pilihannya sendiri bukan karena partai politik. Tengku Zulkenedi Yusuf dikenal anak yang santun, ramah, dan pintar sehingga disenangi oleh masyarakat dan memiliki massa yang cukup banyak, seringkali Tengku Zulkenedi Yusuf mendapat dukungan dari kalangan sahabat-sahabat, maupun relasi yang terjalin selama hidupnya. Penetapan untuk

lokasi kampanye yang ditargetkan oleh tim sukses Tengku Zulkenedi Yusuf yaitu di Tebing Tinggi, Tebing Tinggi Timur, dan Selat Panjang Kota, karena di tiga daerah ini terdapat banyaknya jumlah masyarakat terutama yang muda. Sesuai dengan hasil yang didapatkan bahwa suara terbanyak didapatkan di tiga daerah tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini tentang strategi pemenangan Tengku Zulkenedi Yusuf dalam memperoleh kursi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Meranti 2019-2020, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, strategi pemenangan yang dilakukan oleh Tengku Zulkenedi Yusuf yaitu dengan menggunakan strategi politik, dimana strategi politik ini terdiri dari strategi ofensif dan strategi defensif.

Strategi ofensif adalah strategi memperluas pasar. Strategi politik ofensif yang dilakukan Tengku Zulkenedi Yusuf yaitu melakukan sosialisasi diri langsung kepada masyarakat, melakukan pendekatan kepada masyarakat khususnya kaum muda dan masyarakat yang ada di Kecamatan Tebing Tinggi. Dan pada strategi ofensif ini bisa

merekrut tim dari keluarga, tim sukses dari teman-teman dan tim dari pemuda-pemuda sehingga lebih muda di kenal di masyarakat. bahwa orangtua dari Tengku Zulkenedi Yusuf juga merupakan anggota DPRD yang sedang menjabat sampai sekarang, dan masyarakat juga mengenal orangtua dari Tengku Zulkenedi Yusuf sebagai anggota DPRD, dimana sebagian besar masyarakat juga sudah mengenal Tengku Zulkenedi Yusuf dari kecil dan mereka sudah bisa menilai bahwa Tengku Zulkenedi Yusuf merupakan anak yang baik, ramah, pintar, dermawan, dan peduli kepada orang sekitar.

Strategi defensif yang digunakan oleh Tengku Zulkenedi Yusuf yaitu bagaimana cara Tengku Zulkenedi Yusuf bisa mempertahankan hak suara pemilih agar bisa mengalahkan lawan, Tengku Zulkenedi Yusuf melakukan pencitraan kepada masyarakat dimana bisa membangun komunikasi dengan masyarakat dari hati nurani melalui bentuk pelayanan yang bersifat adil pada setiap masyarakat, dan masyarakat pun merasa tidak ada jarak antara mereka dengan Tengku Zulkenedi Yusuf.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Tengku Zulkenedi Yusuf bisa menang dalam pemilihan calon legislatif yaitu

dengan cara memanfaatkan adanya marketing politik, dimana marketing politik yang digunakan oleh Tengku Zulkanedi Yusuf dengan menggunakan 4P: Pertama, *Product* (produk) disini ada keterlibatan faktor branding (personal branding). Kedua, *Promotion* (promosi) disini Tengku Zulkanedi Yusuf melakukan promosi melalui media cetak seperti baliho, kartu nama, stiker dan bahkan spanduk. Ketiga, *Price* (harga) disini maksud nya yaitu penggunaan dana yang dikeluarkan oleh Tengku Zulkanedi Yusuf, mengeluarkan harga cukup besar untuk branding personalnya yaitu mengeluarkan dana untuk kampanye seperti untuk membeli alat-alat kampanye stiker dan kartu nama. Dan Keempat *Place* (penempatan),dimana penempatan lokasi kampanye yang dilakukan oleh Tengku Zulkanedi Yusuf yaitu di Tebing Tinggi, Tebing tinggi Timur, dan Selat Panjang Kota.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, B. (2008) *Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Firmanzah (2018) *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Reabilitas*.
- Goodman, G. R. D. J. (2004) *Teori Seroligi*. Yogyakarta. Kreasi Wacana.
- Husein, U. (2001) *Strategi Management In Action*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nursal, A. (2004) *Politik Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPRD, DPD, Presiden*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Schroder, P. (2013) *Strategi Politik*. Jakarta.
- Surbakti, R. (2018) *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana indonesia.
- Tjenreng, Z. (2016) *Pilkada Serentak Penguatan Demokrai Indonesia*. Kemang. Pustaka Kemang
- Zaman, R. K. (2016) *Perjalanan Panjang Pilkada Serentak*. Jakarta. PT Mizan Publika.

Artikel Ilmiah:

- Betsiana, N. R. (2017) *Strategi Pemenangan Pada Incumbent Pilkada 2017 (Studi Kasus: pada Incumbent Kabupaten Brebes)*.
- Calon, P., Pada, L. and Umum, P. (2019) *Strategi Pendanaan Kampanye Partai Politik Untuk Pemenangan Calon Legislatif Pada Uemilihan umum (Studi Pemilihan Calon Legislatif Provinsi Lampung Tahun 2019 pada PDI Perjuangan, Partai Gerindra, dan PKS)*.
- Fauziah, R. S. (2015) 'Strategi koalisi politik dalam pemenangan pasangan Zulkifli AS dan Eko Suharjo pada pemilukada di Kota Dumai tahun 2015', *Jurnal Ilmu Politik dan Sosial*, 3(2), pp. 1–12.

- Febriani, N. S. (2020) 'Preferensi Media Sosial Generasi Milenial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif', *Journal Of Communiocation*, 4(1), pp. 89–107.
- Handika, R. (2020) 'Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Manufer Putra Firdaus dalam Pemilihan Legislatif DPRD Kota Padang Tahun 2019)', *Jurnal Ilmu Politik dan Sosial*, IX(2).
- Himawan, C. J. (2016) 'Analisis kemenangan H.Supriyadi,S.Sos terpilih yang kedua kalinya sebagai calon Anggota DPRD Koata Semarang 2014-2019 dilihat dari prespectiv politik', *Jurnal Semarang*, II(1).
- Hutagalung, P. D. (2016) *Strategi Marketing Isu Oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dalam Pemenangan Joko Widodo-Muhammad Jusuf Kalla pada Pemilihan Presiden di Kabupaten Tapanuli Utara Tahun 2014*.
- Kabupaten Kepulauan Meranti (2016) *Profil Kabupaten Kepulauan Meranti*.
- Mondir, N. and Hermanto, B. (2020) 'Political Marketing Kemenangan Natasha Devianti sebagai Calon Milenial Pendatang Baru Anggota Legislatif Kabupaten Bojonegoro 1 pada Pemilu 2019', *Journal Of Politics and Policy*, 2(2), pp. 109–124.
- Napitupulu, E. W. (2011) 'Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pemilu (Studi Kasus Strategi Komunikasi Politik Hulman Sitorus, SE dan Drs. Koni Ismail Siregar pada Masa Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Pematang Siantar 2010)', *Jurnal Pematang Siantar*, III(2), pp. 1–9.
- Narendra, R. A. (2011) 'Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang-Icek Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011.'
- Novita, D. and Fitri, A. (2020) 'Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial Strategi Komunikasi dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 2019', *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya*, 7(2), pp. 56–84.
- Nur, E. (2019) 'Strategi Komuniaksi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar', *Jurnal Diamkom*, 2(1), pp. 120–128.
- Nurhidayat, M. R. (2017) 'Strategi Pemenangan Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Incumbent Pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru Tahun 2017', *Jurnal Pemerintahan*, 6(II), pp. 1–14.
- Rasniati (2016) *Srategi Pemenanga Pasangan Raden Adipati Sury dan Edward Antoni Dalam Pemilukada Serentak 2015*, *Jurnal Pemerintahan*, 5(2),pp:12-13.
- Rosida, K. (2009) 'Strategi Calon Legislatif Perempuan pada Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tahun 2009 di Kota Malang', *Jurnal Mahasiswa Hukum dan Kewarganegaraan Universitas*.
- Rosit, M. (2012) *Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu*

Atut dan Rano Karno Pada Pilkada Banten 2011).

Rosyid, H. (2019) 'Strategi Pemenangan Caleg Partai Gerindra pada Pemilihan Umum Legislatif 2014', *Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 11(1), pp. 60–73.

Samsa, A. (2021) 'Strategi Politik Identitas Perempuan dalam Pemilihan Umum Legislatif 2019 (Studi Tentang Kemenangan Ade Kartika di Daerah Pemilihan II Kabupaten Majalengka)', *Jurnal Aristo (Sosial, Politic, Humaniora)*, IX(1), pp. 93–108.

Sanjaya, R. (2017) 'Pemasaran Politik Caleg Pendaftar Baru Dalam Pemilu (Studi Kasus Wardi Ningsi Caleg PAN Dapil -1 Kabupaten Lamandau)', *Jurnal Politika*, 8(1), pp. 103–112.

Saputra, A. E. (2015) 'Strategi Kampanye Tim Sukses Mursini-Halim Dalam Memenangkan Pilkada Di Kecamatan Kuantan Mudik Tahun 2015', *Jurnal Fisip*, 4(1), pp. 1–10.

Triawang, A. (2015) 'Strategi komunikasi politik Dedi Humadi dalam pemilihan umum legislatif anggota dewan perwakilan rakyat daerah Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014', *Jurnal Fisip*, 2(1), pp. 1–14.

Wati, I. (2013) 'Strategi Pencitraan Politik dalam Pemenangan Pasangan Sutarmidji dan Edi Rusadi Kamtono, Sebagai Calon Walikota dan Wakil Walikota Pontianak Tahun 2013', *Jurnal Ilmu Politik dan Sosial*, 11(1).