



<https://doi.org/10.56552/jisipol.v7i2.351>

Pemilihan Legislatif Kabupaten Pesawaran 2024: Analisis Strategi Pemenangan Atut Widiarti oleh DPD Partai Keadilan Sejahtera

¹⁾M. Adiatma Widada, ²⁾Abdul Qohar, ³⁾Angga Natalia

^{1,2,3}Pemikiran Politik Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Corresponding Author : adiatma152@gmail.com

Abstract

The dynamics of local politics in Indonesia often present an interesting phenomenon in the form of a candidate's success in maintaining their seat during several election periods, this phenomenon is relevant to be studied more deeply. This study aims to analyze the winning strategy of Atut Widiarti as a legislative candidate for the Partai Keadilan Sejahtera in the 2024 Pesawaran Regency Regional People's Representative Council election. The focus of the research is directed at the Partai Keadilan Sejahtera efforts through its organizational structure and cadre network to formulate and implement political strategies to gain public support. The research method used in this study is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the study indicate that the winning strategy was implemented through a combination of political marketing theories from Adman Nursal which include indicators of push marketing, pull marketing, and pass marketing theories. This study concludes that Atut Widiarti's success in winning a seat in the Pesawaran Regency Regional Representative Council for the 2024-2029 period was influenced not only by the strength of the candidate's figure, but also by the Partai Keadilan Sejahtera consistency in building political communication that is adaptive to the needs of the local community. These findings are expected to contribute to the study of political science, particularly in understanding the dynamics of winning strategies at the regional election level.

Keywords: *Winning Strategy, Legislative, Partai keadilan sejahtera*

Abstrak

Dinamika politik lokal di Indonesia kerap menghadirkan fenomena menarik berupa keberhasilan seorang kandidat dalam mempertahankan kursinya selama beberapa periode pemilihan, fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji lebih dalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemenangan Atut Widiarti sebagai calon legislatif Partai Keadilan Sejahtera dalam pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2024. Fokus penelitian diarahkan pada usaha Partai Keadilan Sejahtera melalui struktur organisasi dan jaringan kadernya merumuskan serta mengimplementasikan strategi politik guna memperoleh dukungan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dengan teknik



pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemenangan dilaksanakan melalui kombinasi teori marketing politik dari Adman Nursal yang mencakup indikator teori push marketing, pull marketing, dan pass marketing. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Atut Widiarti meraih kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Pesawaran Periode 2024-2029 tidak hanya dipengaruhi oleh kekuatan figur kandidat, tetapi juga oleh konsistensi Partai Keadilan Sejahtera dalam membangun komunikasi politik yang adaptif dengan kebutuhan masyarakat lokal. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian ilmu politik, khususnya dalam memahami dinamika strategi pemenangan di level pemilu daerah.

Kata Kunci: strategi pemenangan, legislatif, Partai Keadilan Sejahtera

PENDAHULUAN

Strategi pemenangan adalah serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk mencapai kemenangan dalam suatu kompetisi, seperti pemilihan umum. Dalam konteks politik, strategi ini mencakup berbagai upaya untuk mengidentifikasi masalah, menganalisis situasi, dan menentukan langkah-langkah yang efektif guna meraih dukungan maksimal dari pemilih. Tujuannya adalah untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya di tengah masyarakat sebagai konstituen. (Mapris Laduma, 2023)

Pemilihan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah proses demokratis di mana warga negara Indonesia memilih wakilnya untuk duduk di lembaga legislatif daerah. DPRD berperan dalam fungsi legislasi, anggaran, dan pengawasan di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Pemilihan ini dilakukan secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan umum (pemilu) yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). (Asmawi, 2014)

Kabupaten Pesawaran berdiri tanggal 2 November 2007 dengan ibukota terletak di Gedong Tataan. Kabupaten Pesawaran merupakan daerah penyangga Ibu Kota Provinsi Lampung. Secara keseluruhan luas wilayah Kabupaten Pesawaran adalah 1.173,77 km² atau 117.377 Ha dengan Kecamatan Padang Cermin sebagai kecamatan terluas, yaitu 31.763 Ha. Dari luas keseluruhan Kabupaten Pesawaran tersebut, 13.121 Ha digunakan sebagai lahan sawah, sedangkan sisanya yaitu 104.256 Ha merupakan lahan bukan sawah dan lahan bukan pertanian. Jenis penggunaan lahan sawah terbanyak adalah irigasi teknis dengan dua kali penanaman padi dalam setahun. Sedangkan jenis penggunaan lahan bukan sawah terbanyak adalah hutan negara. (Suryadi, A., 2021)

Media sosial menjadi salah satu sarana kampanye yang sangat efektif. Tingginya tingkat penggunaan media sosial di Indonesia bukanlah fenomena baru.



Sejak popularitasnya melonjak pada tahun 2012, keterlibatan masyarakat dengan platform ini terus mengalami peningkatan. Jika sebelumnya media sosial hanya dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, kini fungsinya telah berkembang mencakup interaksi antara individu dan lembaga. Melihat perkembangan ini, partai politik dan para kandidat mulai memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menjalin komunikasi dengan para pemilih, termasuk dalam mempromosikan visi, misi, dan program mereka. Menjelang pemilu legislatif, semakin banyak partai yang aktif membuat dan mengelola akun media sosial guna mendukung kegiatan kampanye calon legislatif dan partainya. (Gunanto et al., 2020)

Saat ini, keterlibatan dan kontribusi perempuan dalam ranah politik praktis telah terealisasi melalui kebijakan yang menjamin keterwakilan perempuan di lembaga legislatif. Menurut Sukiada, perempuan yang menjabat sebagai legislator diharapkan dapat menghadirkan terobosan-terobosan baru serta menawarkan solusi atas berbagai persoalan yang ada. Selain itu, kehadiran perempuan dalam legislatif juga diharapkan mampu memperbaiki citra lembaga tersebut yang kerap dikaitkan dengan berbagai skandal yang melibatkan oknum anggotanya. Meski demikian, perempuan yang terjun ke dunia politik masih menghadapi berbagai tantangan, terutama karena anggapan bahwa perempuan adalah pihak yang lemah dan berada di posisi kedua setelah laki-laki, akibat kuatnya pengaruh budaya patriarki dalam masyarakat. Politik masih sering dianggap sebagai domain laki-laki, sehingga posisi perempuan belum sepenuhnya dianggap sejajar. (Pramudita et al., 2024)

Dimulai dari Undang-undang pemilihan umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tahun 2003, 2008, 2012 hingga yang terbaru yaitu Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilihan umum. Untuk aturan mengenai kebijakan 30% keterwakilan perempuan tidak mengalami perubahan. Ini menandakan bahwa peran administrasi negara sebagai *policy making* berhasil menciptakan berbagai regulasi di Indonesia, khususnya dalam memberikan jaminan dan kesempatan bagi perempuan untuk terjun ke dunia politik sesuai prinsip kesetaraan gender. (Isnainy & Oktariyanda, 2022)

Adapun strategi yang digunakan oleh Atut Widiarti yang paling efektif dalam kampanye ialah mensosialisasikan program-program kerja beliau, baik yang sudah terealisasi atau yang akan terealisasi dalam kampanye ini tidak ada strategi khusus yang dilakukan oleh tim sukses maupun Atut Widiarti itu sendiri. Strategi yang digunakan oleh Atut Widiarti terhadap kemenangan pemilu ini ialah



tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat, pemilih tetap menebar kebaikan, dan membuktikan bahwa Partai Keadilan Sejahtera itu peduli, bersih, dan profesional. Strategi kemenangan Atut Widiarti dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Pesawaran 2024 tidak hanya terlihat dari pola kampanye yang dijelaskannya bersama Partai Keadilan Sejahtera, tetapi juga tercermin pada hasil perolehan suara. (KPU Kabupaten Pesawaran).

Pada beberapa tahun terakhir ada pergeseran jelas dalam cara partai politik di Indonesia menjalankan kampanye, mereka tidak lagi hanya mengandalkan tatap muka dan jaringan lokal, tetapi juga memadukan kampanye digital yang semakin terukur. Studi kasus tentang PKS menunjukkan bahwa partai ini aktif mengembangkan strategi kampanye digital menggunakan analisis data media sosial untuk menentukan konten dan segmentasi audiens sekaligus mempertahankan praktik tradisional seperti jaringan dakwah dan kaderisasi yang kuat. Temuan ini penting karena menggambarkan strategi hybrid yang menjadi ciri kampanye pemilu 2024. (Yahya et al., 2024) Literatur terbaru juga menekankan pentingnya segmentasi dan positioning, partai yang berhasil memilih segmen pemilih yang tepat dan menyesuaikan pesan akan memiliki peluang lebih besar meraih suara di dapil lokal. Ini relevan untuk menjelaskan bahwa calon seperti Atut Widiarti bisa membangun citra personal yang resonan dengan kelompok pemilih tertentu sehingga mendapat dukungan substansial meskipun persaingan dapil ketat. Singkatnya, kampanye politik kontemporer di Indonesia adalah hibrida (digital dan tradisional), ditopang oleh mesin partai dan rawan tantangan disinformasi, namun kajian kasus pada level kabupaten yang mengaitkan kegiatan digital, jaringan lokal, dan hasil suara tingkat desa masih kurang.

Penelitian ini menawarkan *novelty* pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini menggabungkan pendekatan teori marketing politik (push, pull, dan pass marketing) dalam konteks lokal Pesawaran, yang belum banyak dilakukan dalam studi-studi sebelumnya. Dalam konteks Atut Widiarti, penelitian ini menelusuri bagaimana DPD PKS Pesawaran tidak hanya mengandalkan kampanye digital (pull marketing), tetapi juga memperkuat jaringan tatap muka berbasis keagamaan (push marketing) serta memanfaatkan pengaruh tokoh masyarakat dan kader lokal (pass marketing). Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru tentang integrasi strategi kampanye berbasis struktur partai dan teknologi digital di tingkat kabupaten. Kedua, penelitian ini menghadirkan dimensi gender dalam strategi kemenangan politik di daerah, dengan menyoroti keberhasilan Atut sebagai



calon legislatif perempuan yang terpilih melalui partai dengan basis kader laki-laki yang kuat. (Lestari & Fitriani Ali Zein, 2025) Ketiga, penelitian ini memberikan kontribusi mepiris baru dengan menganalisis data pemilu legislatif 2024 di kabupaten pesawaran, data yang masih sangat baru dan belum banyak dikaji dalam jurnal ilmiah. Dengan memanfaatkan hasil rekapitulasi resmi KPU serta data kampanye lapangan, penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis, yakni membandingkan pola kampanye dengan capaian elektoral aktual. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan awal bagi kajian strategi pemenangan calon legislatif di pemilu pasca 2024 di daerah lain. (KPU Kabupaten Pesawaran, 2024)

Dengan demikian, perolehan suara Atut bukan hanya angka statistik, melainkan bukti efektivitas dari strategi kampanye terintegrasi yang dijalankannya. Hasil ini memperlihatkan bahwa kombinasi antara kerja mesin partai, pemanfaatan teknologi digital, serta pendekatan langsung ke masyarakat mampu memberikan hasil konkret berupa kursi legislatif, meskipun harus bersaing dengan kandidat lain yang juga memiliki basis dukungan kuat. Dengan perolehan 3.040 suara dalam rekapitulasi spesifik ini, memberikan gambaran konkret tentang salah satu tahapan dalam perjalanan politiknya, yang relevan dengan kajian strategi pemenangan yang akan dibahas dalam artikel ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemenangan yang diterapkan oleh DPD Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam mendukung Atut Widiarti pada Pemilihan Legislatif Kabupaten Pesawaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi tersebut, mengevaluasi peran PKS dalam mobilisasi pemilih, serta menilai tantangan yang dihadapi dalam proses pemenangan. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat dampak dari strategi yang diterapkan terhadap hasil pemilihan, dengan fokus pada efektivitas dan keberhasilan dalam meraih dukungan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian ini diawali dari pemahaman umum bahwa strategi politik atau strategi pemenangan adalah rangkaian tindakan sistematis yang dirancang untuk memperoleh dukungan pemilih melalui pengelolaan pesan, organisasi, sumber daya, dan relasi sosial. Dalam konteks partai politik, fungsi partai sebagai agen rekrutmen, sosialisasi, dan mobilisasi sangat menentukan kemampuan pemenangan di tingkat daerah. Beberapa penelitian kontemporer yang menyelidiki peran PKS



pada Pemilu/Pilkada terbaru mencatat keberadaan basis kader yang terorganisir serta adaptasi taktik komunikasi lokal yang variative antar-daerah. Temuan-temuan ini relevan Ketika menganalisis bagaimana DPC Kabupaten dan struktur PKS setempat mendukung atau membatasi inisiatif calon legislatif.(Adnan & Mayar, 2024)

Perilaku pemilih pada pemilu lokal di Indonesia cenderung dipengaruhi oleh kombinasi faktor struktural (kelas, pendidikan), kultural (kekerabatan, patronase), dan personal (populairitas figur, jejak keluarga/dinasti). Literatur tentang politik lokal Indonesia menegaskan bahwa figuritas kandidat, jaringan keluarga, dan hubungan dengan tokoh agama/komunitas sering kali lebih determinan daripada afiliasi ideologis semata suatu kondisi yang membuat strategi pemenangan di tingkat kabupaten harus memperhitungkan modal sosial dan jaringan personal calon. Penelitian-penelitian kasus di beberapa wilayah menunjukkan bahwa patronase dan hubungan antar aktor lokal tetap memainkan peran sentral dalam hasil pemilu lokal.(Indama, 2025)

Dalam konteks pemilu di Indonesia, beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa kombinasi strategi tradisional dengan strategi digital menjadi hal yang tidak terelakkan. Penelitian Abdul dan Zahirah dalam studinya tentang peran media sosial pada pemilu Indonesia 2024 menjelaskan bahwa media sosial menjadi arena utama pertarungan politik, namun rawan terhadap penyebaran hoaks dan ujaran kebencian. Oleh karena itu, kandidat maupun partai perlu memiliki strategi komunikasi krisis untuk mempertahankan citra politiknya. Relevansi temuan ini dapat dikaitkan dengan strategi Partai Keadilan Sejahtera di tingkat lokal, termasuk dapat memenangkan Atut Widiarti di Pesawaran.(Quddus & Zahirah, 2024)

Penelitian lain oleh Yunus et al. menegaskan bahwa politik identitas dan keterikatan kultural masih sangat mempengaruhi pilihan masyarakat di daerah, sehingga strategi kampanye berbasis kearifan lokal dan pendekatan keagamaan lebih efektif dibanding hanya mengandalkan kampanye digital.(Yunus et al., 2023) Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Kusmiati (2024) mengenai kampanye PKS di Cimahi yang menunjukkan bahwa pendekatan dakwah menjadi salah satu instrument utama dalam menarik simpati pemilih. Dengan demikian, kajian pustaka menunjukkan bahwa strategi pemenangan kandidat legislatif pada pemilu 2024 banyak dipengaruhi oleh integrasi antara strategi marketing politik klasik dengan inovasi berbasis digital. Di sisi lain, faktor lokalitas, identitas sosial, dan gender tetap



menjadi determinan yang signifikan dalam menentukan keberhasilan seorang kandidat di daerah. Atut Widiarti bersama DPD PKS Pesawaran berada pada persimpangan ini yakni menggabungkan struktur partai basis sosial keagamaan, serta media digital untuk memastikan keberhasilan dalam kontestasi politik.

Untuk konteks khusus Kabupaten Pesawaran dan data primer mengenai hasil pemilu 2024, dokumen resmi KPU Kabupaten Pesawaran dan pemberitaan lokal mencatat daftar calon terpilih dan susunan DPRD periode 2024-2029, sehingga menyediakan bukti empiris keterpilihan calon dan komposisi partai di DPRD. Informasi ini penting sebagai latar empiris yang menghubungkan temuan teoritis dengan hasil nyata di tingkat daerah yang menjadi objek studi (KPU Kabupaten Pesawaran).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) riset ini memanfaatkan data lapangan untuk memperoleh data penelitiannya. Sumber data yang penulis gunakan dalam data primer ini adalah hasil wawancara dan observasi mendalam dengan tim sukses dan anggota DPRD terpilih dari partai PKS di Kabupaten Pesawaran. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya melalui dokumen laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer. Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan metode purposive sampling (atau dikenal juga sebagai sampling bertujuan) untuk memilih partisipan atau unit analisis. Pendekatan ini dipilih karena relevansinya yang tinggi dengan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pertama observasi, metode penelitian di mana peneliti mengamati perilaku atau fenomena tanpa terlibat secara aktif dalam situasi yang diamati. Sebagai sumber informasi pada penelitian ini, peneliti turun ke lapangan untuk mendapatkan data primer dan data sekunder, mengamati tingkah laku, serta berinteraksi dengan informan. Terkait dengan pokok permasalahan dalam penelitian, metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang Pemilihan Legislatif Kabupaten Pesawaran 2024: Analisis Strategi Pemenangan Atut Widiarti Oleh DPD Partai Keadilan Sejahtera. Kedua wawancara, wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada



subjek yang diwawancarai. Ada beberapa jenis wawancara yang dapat digunakan oleh peneliti, salah satunya wawancara mendalam menggunakan indikator teori marketing politik. Ketiga dokumentasi, teknik documenter atau disebut juga teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen rekaman. Dokumen tertulis dapat berupa arsip, salinan, kliping, dan sebagainya. Sementara dokumen terekam dapat berupa rekaman, audio, foto, dan lain sebagainya.

Teknik Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pertama, mereduksi data yaitu proses penting dalam penelitian yang melibatkan penyusunan rangkuman, pemilihan elemen-elemen kunci, dan identifikasi tema serta pola yang muncul. Ini diperlukan karena semakin banyaknya penelitian yang dilakukan, data yang terkumpul cenderung lebih kompleks. Kedua penyajian data, dalam penelitian kualitatif, penyajian data umumnya dilakukan melalui uraian singkat yang padat dan jelas. Ketiga penarikan kesimpulan, yaitu proses membangun pola, penjelasan, hubungan sebab akibat, dan proposisi dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan awal yang dibuat masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukungnya. Uji keabsahan data dalam penelitian ini ialah menggunakan triangulasi yang digunakan ialah triangulasi sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Partai Keadilan Sejahtera merupakan partai politik yang berlandaskan nilai-nilai Islam, dengan tujuan utama mengaktualisasikan cita-cita universal serta menjadi wadah penyaluran aspirasi politik umat Muslim dan seluruh elemen masyarakat Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atut Widiarti berhasil memperoleh kursi pada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Pesawaran periode 2024-2029, dengan penetapan calon terpilih yang disarankan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pesawaran pada rapat pleno bulan Maret 2024 dan dianugerahkan pelantikan pada Agustus 2024. Keberhasilan elektoral tersebut tercermin dalam daftar caleg terpilih yang dipublikasikan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pesawaran dan diberitakan oleh media lokal saat pelantikan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah periode 2024-2029. Data resmi Komisi Pemilihan Umum menjadi dasar verifikasi formal mengenai penetapan dan peringkat perolehan suara partai serta caleg dalam tiap dapil. Secara praktis, hasil



ini menegaskan keberhasilan strategi pemenangan yang dijalankan baik oleh kandidat maupun mesin partai di tingkat kabupaten (KPU Kabupaten Pesawaran).

Kampanye menunjukkan bahwa strategi pemenangan Atut Widiarti mengombinasikan beberapa pendekatan yang lazim dipakai partai PKS pada tingkat lokal, antara lain penguatan basis, dukungan lokal melalui kegiatan kader dan jaring relawan, pemanfaatan jaringan dakwah dan kegiatan sosial yang relevan dengan basis massa partai, serta adopsi teknologi komunikasi digital untuk menjangkau pemilih muda dan diaspora. Tim sukses Atut Widiarti juga menempatkan kombinasi komunikasi langsung melalui door-to-door dan pengajian seminggu sekali untuk membangun narasi personal dan kredibilitas calon. (Sunarto, 2025).

Di samping itu, temuan lapangan memperlihatkan bahwa struktur internal partai turut menentukan efektivitas kampanye, koordinasi antar tingkatan dan penataan logistik kampanye (agenda kunjungan, materi kampanye, daftar simpatisan) berperan memperkuat keberlanjutan upaya pemenangan. Studi-studi akademik tentang strategi Partai Keadilan Sejahtera pada pemilu-pemilu sebelumnya menggambarkan pola konsistensi partai dalam menyiapkan kader melalui jaringan dakwah, penguatan mesin organisatoris, dan strategi komunikasi yang mempertahankan citra religius progresif Partai Keadilan Sejahtera. Observasi di Pesawaran mengonfirmasi bahwa aktivitas kaderisasi dan pemanfaatan jaringan komintas keagamaan menjadi kanal penting untuk menyampaikan program calon sekaligus menggali kepercayaan pemilih tradisional. Dengan demikian, kemenangan Atut Widiarti tidak hanya produk kampanye individu semata tetapi juga hasil kerja kolektif struktural partai. (Hidayat, 2020)

Pembahasan

Salah satu aspek penting dalam pemilihan strategi adalah penguatan figur calon legislatif. Figur yang kuat dan dikenal di kalangan pemilih dapat menjadi modal utama dalam meraih suara. Seperti yang diungkapkan oleh Nasiruddin dkk., petahana strategis seringkali melibatkan figure penguatan untuk merebut Kembali posisi mereka. (Nasiruddin et al., 2022) Dalam hal ini, Atut Widiarti perlu menggali dan menyampaikan pencapaian serta kontribusinya selama ini kepada masyarakat Pesawaran.

a. Push Marketing

Menurut Adman Nursal dalam konteks pemasaran politik, push marketing didefinisikan sebagai penyampaian produk politik secara langsung kepada pemilih.



Produk politik di sini adalah calon kandidat beserta programnya, yang kemudian disampaikan melalui upaya tatap-muka, kegiatan kampanye langsung, pertemuan akbar, bakti sosial, dan interaksi fisik dengan masyarakat.(Marwiyah, S., 2024) Pada kerangka konseptual pemasaran politik, strategi push marketing dijabarkan sebagai suatu pendekatan taktis di mana aktor politik (kandidat, partai, tim kampanye) melakukan upaya aktif dan langsung untuk mendistribusikan “produk politik” ke pemilih melalui saluran antartemu tatap-muka dan interaksi komunikasi personal. Pendekatan ini menekankan keberadaan fisik kandidat atau timnya di arena sosial-kelompok pemilih, seperti pertemuan komunitas, kunjungan door-to-door, kegiatan bakti sosial, dan dialog publik (*town hall*) untuk menyampaikan visi, misi dan program secara langsung kepada pemilih.

Pada kasus Atut Widiarti, strategi ini terlihat dari intensitas kampanye tatap muka, door-to-door, sosialisasi langsung ke masyarakat desa, hingga kegiatan konsolidasi partai di basis kader. Strategi Atut dalam menyampaikan pesan kepada pemilih melalui door-to-door yang disampaikan oleh tim sukses untuk memilih Atut. Beliau juga memfasilitasi masyarakat jika mungkin ada yang membutuhkan bantuan, karena selain mencari suara beliau juga ingin mengayomi serta mempererat silaturahmi dan hubungan kekeluargaan dengan masyarakat.(Widiarti, A., 2025) Partai Keadilan Sejahtera di Pesawaran dikenal memiliki struktur kaderisasi yang rapi, sehingga strategi ini dilakukan dengan menugaskan kader dan relawan untuk secara aktif memperkenalkan calon, membagikan brosur, memasang spanduk, hingga menggelar pertemuan komunitas. Strategi ini efektif menjangkau pemilih yang lebih responsif terhadap interaksi langsung daripada media daring. Teori Adman Nursal menekankan bahwa push marketing dalam politik identik dengan strategi distribusi pesan hard selling agar pemilih segera mengenali kandidat.(Nursal, A., 2004)

Berdasarkan yang dikatakan Bapak Sunarto, sebelum merumuskan strategi kampanye, partai politik dan tim pemenang terlebih dahulu melakukan analisis situasi dan pemetaan kebutuhan pemilih untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai harapan, preferensi, serta isu-isu strategis yang dikembangkan di masyarakat. Proses ini dilakukan melalui pendekatan langsung dilapangan, meliputi kegiatan silaturahmi politik, forum musyawarah warga, serta kunjungan kepada tokoh masyarakat dan kelompok sosial yang memiliki pengaruh strategis. Pendekatan tersebut bertujuan untuk membangun hubungan komunikasi dua arah antara kandidat dan masyarakat, sekaligus memperoleh masukan empiris



yang menjadi dasar dalam perumusan strategi kampanye yang relevan dengan kebutuhan konstituen.

Berdasarkan yang dikatakan Bapak Widada, selama periode kampanye, kegiatan komunikasi politik dilakukan secara intensif dan berkelanjutan melalui interaksi langsung dengan kelompok masyarakat, khususnya kelompok ibu-ibu serta sebagian kelompok bapak-bapak di berbagai lingkungan sosial. Aktivitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana silaturahmi politik, tetapi juga sebagai media diskusi dan sosialisasi terkait dengan program-program pemerintah yang relevan dengan fungsi, tugas, dan wewenang anggota DPRD. Pendekatan ini mencerminkan upaya untuk meningkatkan pemahaman publik terhadap peran legislatif sekaligus memperkuat hubungan representatif antara wakil rakyat dan konstituennya melalui dialog partisipatif dan edukatif.

Strategi pemasaran politik yang diterapkan oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Pesawaran, yang melibatkan pendekatan langsung kepada pemilih, menunjukkan efektivitas yang signifikan. Melalui interaksi langsung dengan masyarakat, PKS berhasil memperoleh wawasan mendalam tentang kebutuhan dan harapan mereka, membangun hubungan personal yang kuat antara calon legislatif dan pemilih, serta meningkatkan tingkat kepercayaan. Respons positif dari masyarakat, yang merasa dihargai dan penting ketika dikunjungi secara langsung oleh perwakilan PKS, meningkatkan kemungkinan dukungan terhadap partai.

Tantangan yang dihadapi oleh tim sukses Atut Widiarti pada strategi push marketing yaitu, perubahan perilaku pemilih. Pemilih di Kabupaten Pesawaran kini semakin kritis dan rasional dalam menentukan pilihan. Mereka tidak hanya mempertimbangkan kedekatan ideologis atau loyalitas politik semata, tetapi juga melihat rekam jejak calon legislatif, kredibilitas partai, serta sejauh mana program-program yang ditawarkan menyentuh kebutuhan nyata masyarakat. Ini menuntut PKS untuk mengemas pesan politiknya secara lebih kontekstual dan komunikatif agar bisa menyentuh berbagai segmen pemilih, khususnya generasi muda dan pemilih pemula.

b. Pull Marketing

Pull marketing dalam konteks pemasaran politik menurut Adman Nursal adalah strategi yang memanfaatkan media massa dan saluran komunikasi massa sebagai sarana utama untuk menyampaikan produk politik (misalnya kandidat, partai, program) kepada publik yang lebih luas. Saluran tersebut mencakup media



cetak seperti surat kabar dan brosur, serta media elektronik seperti televisi, radio, papan reklame, dan juga media digital/internet. (Sosial & Komunikasi, 2025) Strategi ini berbeda dengan strategi push yang lebih berorientasi pada pendekatan tatap muka langsung dengan pemilih, karena pull marketing berfokus pada penciptaan daya tarik, kesadaran publik, dan penyebaran pesan yang berskala massal melalui media, sehingga calon pemilih secara proaktif terhadap kandidat atau partai melalui paparan media.

Berdasarkan yang dikatakan Bapak Sunarto, Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu instrumen utama dalam pelaksanaan strategi kampanye. Perkembangan media digital yang pesat menjadikan media sosial dan aplikasi pesan instan sebagai sarana komunikasi politik yang efektif, mengingat tingkat penetrasi dan familiaritas masyarakat terhadap platform digital yang semakin tinggi. Oleh karena itu, teknologi digital dimanfaatkan sebagai media diseminasi pesan politik yang memungkinkan penyebaran informasi secara lebih cepat, luas, dan efisien. Pendekatan ini juga mencerminkan pergeseran pola komunikasi kampanye dari model konvensional ke arah komunikasi politik berbasis jaringan (*networked political communication*) yang menekankan interaktivitas, partisipasi, dan kecepatan distribusi informasi di ruang publik digital. (Sunarto, 2025)

Berdasarkan yang dikatakan Bapak Widada, Kehadiran tim kampanye dan kandidat secara aktif dalam berbagai kegiatan masyarakat seperti acara sosial, kegiatan budaya, dan event olahraga menjadi salah satu strategi untuk membangun interaksi langsung dengan konstituen. Selain itu, strategi komunikasi kampanye juga memanfaatkan media komunikasi visual dan digital, termasuk media online, banner, dan baliho, sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas dan pengenalan publik terhadap kandidat atau program. Pendekatan kombinasi antara interaksi tatap muka dan eksposur media ini dirancang untuk menciptakan kesadaran, keterlibatan, dan kedekatan emosional antara kandidat dan masyarakat secara lebih luas. (Widada, 2025)

Pull Marketing menjadi strategi yang digunakan oleh partai dan kandidat, dengan menyebarkan pesan melalui berbagai platform media massa untuk mencapai khalayak secara luas. Di Kabupaten Pesawaran, Parta Keadilan Sejahtera (PKS) berupaya menciptakan suasana politik yang positif dan inklusif dengan mengubah pandangan negative masyarakat tentang politik. Melalui penggunaan media massa lokal, PKS secara rutin membagikan kegiatan dan pesan mereka



kepada masyarakat, menunjukkan transparansi dan keterbukaan yang meningkatkan kepercayaan.

Tantangan yang dihadapi oleh tim sukses Atut Widiarti pada strategi pull marketing yaitu, perkembangan teknologi informasi juga menjadi tantangan tersendiri. Di era digital, media sosial dan platform daring lainnya menjadi alat penting dalam kampanye politik. Bapak Sunarto mengatakan bahwa PKS harus mampu memanfaatkan media ini secara efektif, baik untuk membangun citra positif partai maupun untuk menjangkau pemilih yang tidak terjangkau oleh metode kampanye konvensional. Namun, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kapasitas digital serta keterbatasan akses internet di beberapa wilayah menjadi hambatan dalam optimalisasi strategi digital ini.

c. Pass Marketing

Menurut Adman Nursal dalam konteks pemasaran politik, istilah pass marketing didefinisikan sebagai strategi di mana penyampaian produk politik yaitu kandidat atau partai dilakukan melalui pihak ketiga yang memiliki pengaruh terhadap pemilih.

Atut Widiarti juga menggunakan strategi pass marketing, yaitu strategi berbasis *word of mouth* atau rekomendasi dari mulut ke mulut, yang sangat berpengaruh dalam politik lokal. Pada kasus Atut Widiarti, strategi ini muncul dari dukungan relawan, jaringan pengajian, dan komunitas lokal yang secara sukarela menyebarkan citra positif kandidat. Basis kader PKS juga berfungsi secara brand advocate yang secara alami menyampaikan kelebihan calon di lingkup keluarga, tetangga, dan jamaah. Pass marketing dinilai cukup efektif karena pesan yang disampaikan oleh orang yang dipercaya masyarakat memiliki legitimasi lebih tinggi dibandingkan kampanye formal. Nursal menyebut pass marketing sebagai strategi paling halus, karena pemilih merasa terpengaruh tanpa merasa dikampanyekan.

Berdasarkan yang dikatakan Bapak Sunarto, Pendekatan komunikasi politik yang diterapkan dalam upaya membangun persepsi positif terhadap dukungan kepada Ibu Atut Widyarti diarahkan pada penegasan bahwa pilihan politik tersebut tidak akan memberikan dampak merugikan bagi pemilih. Strategi ini dilakukan melalui penekanan terhadap rekam jejak kepemimpinan dan konsistensi komitmen beliau dalam memperjuangkan serta merealisasikan kepentingan masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan dalam teori marketing politik yang menekankan pentingnya kredibilitas dan rekam jejak aktor politik sebagai faktor



kunci dalam membangun kepercayaan publik terhadap kandidat maupun partai politik.(Sunarto, 2025)

Berdasarkan yang dikatakan Bapak Widada, Aktor-aktor sosial yang menjadi bagian dari jaringan pendukung politik terdiri atas berbagai elemen masyarakat yang memiliki posisi strategis di lingkungannya. Mereka mencakup pengurus kelompok wanita tani yang berperan dalam kegiatan ekonomi produktif berbasis pertanian, pengurus majelis taklim yang memiliki pengaruh dalam pembinaan keagamaan dan sosial kemasyarakatan, pengurus maupun anggota komunitas olahraga tertentu yang berfungsi sebagai penggerak kegiatan sosial dan pembentuk solidaritas komunitas, serta ketua kelompok tani yang menjadi figur sentral dalam koordinasi aktivitas pertanian di tingkat lokal. Keberadaan mereka tidak hanya berperan sebagai simpul komunikasi dalam struktur sosial masyarakat, tetapi juga sebagai agen yang potensial dalam menyebarkan pesan politik dan membangun legitimasi dukungan di tingkat akar rumput.(Widada, 2025)

Ibu Atut Widiarti mengombinasikan tiga indikator ini untuk menjangkau seluruh segmen pemilih. *Push* marketing menggarap pemilih tradisional, *pull* marketing menasar pemilih muda dan rasional, sementara *pass* marketing memastikan loyalitas dan kepercayaan melalui jaringan sosial. Strategi ini memperlihatkan efektivitas mesin partai dalam mengintegrasikan kerja struktural partai dengan personal branding kandidat.

Selain aspek strategi, faktor personal juga mempengaruhi keterpilihan Atut, identitasnya sebagai sosok perempuan yang aktif dalam kegiatan sosial serta kedekatannya dengan komunitas lokal memperkuat citra representasi politik perempuan di Pesawaran. Statusnya sebagai anggota Bhayangkari menambah legitimasi sosial, sehingga masyarakat menilai dirinya sebagai figur yang memiliki kredibilitas dan komitmen. Hal ini sesuai dengan teori politik marketing dari Firmanzah yang menekankan pentingnya membangun positioning kandidat sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pemilih.(Firmanzah, 2012) Dari perspektif politik gender, terpilihnya Atut Widiarti juga menunjukkan adanya pergeseran persepsi masyarakat Pesawaran terhadap representasi politik perempuan. Keberhasilan Atut mencerminkan relevansi antara strategi kampanye modern yang dijalankan oleh partai politik dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memberikan ruang bagi perempuan di arena politik lokal.(Wadud, 2021)

Berdasarkan tujuan penelitian menunjukkan bahwa strategi kemenangan Atut Widiarti sebagai kandidat legislatif Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam



Pemilihan DPRD Kabupaten Pesawaran tahun 2024 merupakan hasil dari penerapan strategi politik yang terencana, berlapis, dan kontekstual dengan karakteristik sosial masyarakat setempat. Atut Widiarti tidak hanya mengandalkan popularitas personal, tetapi juga memanfaatkan struktur dan kultur organisasi PKS secara optimal sebagai basis penguatan dukungan elektoral. Strategi pemenangan yang dijalankan menempatkan pendekatan langsung kepada pemilih sebagai elemen utama. Atut Widiarti secara konsisten membangun komunikasi tatap muka melalui kegiatan silaturahmi, pengajian, dan aktivitas sosial kemasyarakatan yang telah dilakukan jauh sebelum masa kampanye formal.

Selain pendekatan langsung, kemenangan Atut Widiarti juga didukung oleh konsistensi identitas ideologis PKS yang dikemas secara moderat dan adaptif. Narasi politik yang dibangun menekankan nilai-nilai keadilan sosial, kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat, serta penguatan peran perempuan dalam politik lokal. Di sisi lain, struktur organisasi PKS di tingkat daerah berperan signifikan dalam mendukung efektivitas strategi pemenangan.

Dengan demikian, analisis terhadap strategi kemenangan Atut Widiarti menunjukkan bahwa keberhasilannya dalam Pemilihan DPRD Kabupaten Pesawaran 2024 tidak berdiri pada satu faktor tunggal, melainkan merupakan akumulasi dari strategi komunikasi politik yang efektif, pemanfaatan jaringan partai yang solid, serta kemampuan kandidat dalam membaca dan menyesuaikan diri dengan dinamika sosial politik lokal. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pemenangan dalam konteks politik lokal membutuhkan kombinasi antara pendekatan personal, kekuatan organisasi partai, dan konstruksi pesan politik yang sesuai dengan karakter pemilih.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemenangan yang diterapkan menunjukkan adanya integrasi antara pendekatan struktural dan kultural, di mana Atut Widiarti mampu memadukan kekuatan organisasi partai dengan pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik sosial masyarakat Pesawaran. Pendekatan ini memungkinkan proses kampanye tidak hanya bersifat elektoral semata, tetapi juga berfungsi sebagai sarana membangun kepercayaan dan kedekatan jangka panjang dengan pemilih.

Lebih lanjut, penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan strategi pemenangan Atut Widiarti tidak bersifat instan, melainkan merupakan hasil dari



kerja politik yang berkelanjutan dan konsisten sebelum hingga masa pemilu berlangsung. Pemanfaatan strategi push, pull, dan pass marketing secara simultan mencerminkan kemampuan kandidat dan partai dalam mengelola berbagai saluran komunikasi politik secara adaptif sesuai dengan dinamika lokal. Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kemenangan dalam pemilu legislatif tingkat daerah sangat dipengaruhi oleh kemampuan kandidat dalam mensinergikan strategi pemasaran politik, kekuatan mesin partai, serta relevansi isu-isu lokal yang diangkat, sebagaimana tercermin dalam kasus kemenangan Atut Widiarti pada Pemilu DPRD Kabupaten Pesawaran tahun 2024.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kandidat dan partai politik pada pemilu legislatif tingkat daerah disarankan untuk mengembangkan strategi pemenangan yang mengintegrasikan pendekatan struktural dan kultural secara seimbang melalui penguatan mesin partai, pemanfaatan strategi *push*, *pull*, dan *pass marketing* secara simultan, serta pengangkatan isu-isu lokal yang relevan dan kontekstual. Strategi pemenangan perlu dipahami sebagai proses politik jangka panjang yang dilakukan secara konsisten sebelum dan selama masa pemilu guna membangun kepercayaan dan kedekatan berkelanjutan dengan pemilih. Secara akademik, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian strategi pemenangan politik melalui pendekatan komparatif dan penggunaan metode yang lebih beragam agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan pemilu legislatif di tingkat daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M. F., & Mayar, R. (2024). Peranan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pemilihan Umum Tahun 2024 di Kota Padang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(4), 1584–1603. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i4.1744>
- Asmawi. (2014). Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Dalam Perundang-Undangan Pemerintahan Daerah dan Lembaga Legislatif Daerah. *Jurnal Cita Hukum*, II(1), 1–18.
- Gunanto, D., Andriyani, L., & Sahrul, M. (2020). Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Terpilih Dprd Tangerang Selatan Dalam Pemilu Tahun 2019 (Fraksi Partai 493 | *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* | Received: (26-10-2025), Revised: (14-01-2026), Accepted: (03-02-2026)



Solidaritas Indonesia). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 131. <https://doi.org/10.24853/pk.4.2.131-136>

Hidayat, A. (2020). *Strategi Pemenangan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Di Era Populisme Islam Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2019*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/186980>

Indama, I. S. (2025). Pemilih dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024 di Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 7(1), 60. <https://doi.org/10.24843/IWSP.2025.v07.i01.p05>

Isnainy, F. N., & Oktariyanda, T. A. (2022). MANAJEMEN STRATEGI PEMENANGAN CALON ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH (DPRD) PEREMPUAN DALAM PEMILIHAN UMUM KOTA SURABAYA TAHUN 2019. *Publika*, 349–364. <https://doi.org/10.26740/publika.v10n2.p1-15>

Lestari, S., & Fitriani Ali Zein, K. (2025). PARTISIPASI POLITIK PEREMPUAN DALAM PEMILU KADA 2024 DI PROVINSI LAMPUNG. *Pelita : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 24(2), 47–59. <https://doi.org/10.33592/pelita.v24i2.5385>

Mapris Laduma, U. H. R. M. (2023). Strategi Politik Pemenangan Dedi Hamzah pada Pemilihan Umum DPRD. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(2), 2270–2277.

Nasiruddin, N., Mausili, D. R., & Nuraliah, D. (2022). STRATEGI INCUMBENT DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN LEGISLATIF. *Jurnal Arajang*, 5(2), 193–202. <https://doi.org/10.31605/arajang.v5i2.2133>

Pramudita, R. R., Suyaman, P., & Mulyanti, A. S. (2024). Representation And Participation Of Women In Indonesian Political Parties. *KRTHA BHAYANGKARA*, 18(3), 609–621. <https://doi.org/10.31599/krtha.v18i3.3053>

Quddus, Z. A., & Zahirah, Z. (2024). The Role of New Media in the 2024 General Election Campaign: Regulatory Challenges and Global Political Influence. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(1), 67–76.

Wadud, A. (2021). Reflections on islamic feminist exegesis of the qur'an. *Religions*, 12(7), 1–11. <https://doi.org/10.3390/rel12070497>



Yahya, A., Febrianti, D., & Rasyad, I. F. (2024). Strategi Kampanye Digital Partai Keadilan Sejahtera Menghadapi Pemilu 2024. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 79–86. <https://doi.org/10.54082/jupin.254>

Yunus, F. M., Yasin, T. H., & Rijal, S. (2023). Politik Identitas dan Politisasi Agama Dalam Konteks Pemilu di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 9(2), 121–137. <https://doi.org/10.29103/jsds.v9i2.12590>

