

Strategi Partai Keadilan Sejahtera Kota Padang dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2004

Oleh: Nurman, S. dan Al Rafni

Abstract

This research focuses on PKS's strategy to win the election in terms of segmentation strategy, targeting, and establishing position. The problem is: "how is PKS, dealing with opportunity and treat, win the election in terms of internal and external context"?. Data was collected through depth interview and analyzed using Miles and Huberman models. The finding of the research showed that in terms of segmentation strategy, PKS focus on five communities segmentation, those are; 1) group of modern and educated peoples, 2) group of community fishermen, 3) groups of farmer on the villages, 4) young educated peoples who's participated in the reform period, and 5) group of women as active voters. From all of segmentations, PKS focuses on young educated peoples as their targeting party, while in terms of positioning strategy, PKS stated it self as dakwah and reform party. PKS opportunity in general election in 2009 relates to three dominant factors, that are; 1) party's image 2), recruitment member system and 3) Minangkabau society culture. On the other hand, PKS treat relate to 1) Party's commitment, 2) realignment and 3) funding.

Kata Kunci : *Pemilu legislative, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), strategi segmentasi, peluang dan tantangan*

I. PENDAHULUAN

Reformasi politik telah membawa angin segar perubahan kehidupan politik di negeri ini. Salah satu hal yang menonjol adalah masalah partai politik. Kemunculan partai politik yang bak cendawan tumbuh di musim hujan merupakan fenomena menarik dalam kehidupan kepartaian era reformasi. Fakta menunjukkan bahwa pada pemilu 1999 tercatat sejumlah 141 partai politik yang mendaftarkan diri sebagai sebuah partai dan hanya 48 partai politik

yang lulus verifikasi serta dinyatakan sebagai peserta pemilu (Widagdo, 1999). Hal senada juga terjadi pada pemilu 2004, dari 220 partai yang mendaftarkan diri hanya 24 partai yang dinyatakan lolos oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk ikut pemilu. Terdapat peningkatan yang berarti dalam hal kuantitas partai politik dari pemilu 1999 ke pemilu 2004 sekali pun terjadi pengurangan dari segi kontestan yang berhak ikut pemilu itu sendiri. Kondisi ini tentu berpengaruh terhadap peta kekuatan politik baik di tingkat pusat maupun daerah.

Di tingkat daerah, PKS menunjukkan fenomena yang menarik. Ia menjadi partai yang mampu memperoleh suara secara signifikan bahkan menjadi partai pemenang di daerah perkotaan seperti DKI Jakarta, Bandung dan Padang.

Di Kota Padang, pada pemilu 1999 peta kekuatan politik dimenangkan berturut-turut oleh PAN, Golkar, PDI-P serta PPP. Pada pemilu 2004 terjadi pergeseran peta kekuatan politik di kota ini, dimana PKS memperoleh suara terbanyak sebesar 57.839 atau 20,07% dari keseluruhan suara. Menyusul di bawahnya Golkar, PAN, Partai Demokrat, PPP, PBB, dan PDI-P (KPUD Kota Padang, 2004).

Realitas yang dipaparkan sebelumnya mempertegas pergeseran yang signifikan dalam peta kekuatan politik Kota Padang. PKS yang sebelumnya bernama PK dan hanya berada pada urutan ke tujuh pada pemilu 1999 melonjak sebagai pemenang pada pemilu legislatif 2004. Fenomena kemenangan PKS di Kota Padang ini menarik untuk diteliti. Oleh karena itu yang menjadi permasalahan penelitian adalah : Bagaimana strategi yang dilakukan PKS khususnya berkaitan dengan *strategi segmentasi, targeting dan penentuan posisi* dalam memenangkan pemilu legislatif 2004 di Kota Padang?

Untuk mengungkapkan strategi PKS dalam memenangkan pemilu legislatif 2004 di Kota Padang, maka teori yang digunakan berhubungan dengan partai politik dan strategi politik.

Sebagai manifestasi sistem politik yang modern atau yang sedang dalam proses memodernisasikan diri, partai politik hampir selalu dijumpai kehadirannya di setiap negara, sekalipun keberadaannya tersebut bersifat formal belaka. Keberadaan dari partai politik ini dapat dijumpai baik di negara yang menganut paham demokrasi maupun otoriter, baik di negara maju ataupun di negara-negara yang sedang berkembang.

Bagi negara maju (dunia pertama), partai politik merupakan alat yang membuat pemerintah responsif terhadap orang-orang

yang berhak memilih dalam suatu pemilihan sehingga kompetisi partai diasumsikan sebagai tanda bagi demokrasi liberal (Haque, 1993). Gagasan dasar ideologinya adalah bahwasanya rakyat berhak untuk turut berpartisipasi dan menentukan siapa yang akan menjadi pemimpin yang nantinya akan menentukan kebijakan umum (*public policy*) (Budiardjo, 1982).

Sementara itu di negara-negara totaliter, partai politik digunakan untuk maksud-maksud rezim, yaitu antara lain sebagai alat untuk memperluas kontrol terhadap seluruh kehidupan kemasyarakatan. Maksud ini tentunya tidak terlepas dari gagasan partisipasi rakyat dalam pandangan elit politiknya, yaitu rakyat perlu dibimbing dan dibina untuk mencapai stabilitas yang langgeng (Haque, 1993). Sedangkan di negara-negara berkembang, pada umumnya partai politik merupakan suatu gejala yang muncul sebagai reaksi atas sistem kolonial yang dipandang menindas hak-hak politik masyarakat pribumi. Dalam hal ini, di negara-negara jajahan partai politik sering didirikan dalam rangka pergerakan nasional di luar dewan perwakilan rakyat kolonial, malahan partai-partai kadang kala menolak untuk duduk dalam badan itu, seperti yang pernah terjadi di India dan Hindia Belanda. Setelah kemerdekaan dicapai dan dengan meluasnya proses urbanisasi, komunikasi massa serta pendidikan umum, maka bertambah kuatlah kecenderungan untuk berpartisipasi dalam proses politik melalui partai (Budiardjo, 1997).

Pada prinsipnya setiap partai politik dalam menjalankan aktifitasnya, melaksanakan fungsi-fungsi tertentu, yang dengan sendirinya tentu berbeda aksentuasinya antara satu partai dengan partai lainnya. Dalam konteks ini, di dalam menjalankan fungsinya suatu partai politik akan sangat bergantung pada kegiatan yang dilaksanakan oleh partai politik itu sendiri. Oleh karena itu, partai politik bergantung pada kelompok-kelompok yang terdapat di dalamnya dan tujuan-tujuan yang dikejarinya (Mas'ood dan Collin MacAndrews, 1978).

Jika demikian adanya, apa dan bagaimanakah fungsi dari partai politik itu? Beberapa ahli memberikan pandangannya mengenai hal ini. Haque (1993) mengklasifikasikan fungsi partai politik sebagai berikut : *Pertama*, (yang paling penting) sebagai sarana atau mata rantai antara penguasa dan rakyat. Dalam hal ini partai berfungsi sebagai saluran ekspresi antara yang menguasai dengan yang dikuasai. *Kedua*, partai sebagai agen penting untuk agregasi kepentingan (*interest aggregation*). *Ketiga*, di dalam pemerintahan, pemimpin partai merupakan pusat kebutuhan dalam

rangka mengimplementasikan tujuan-tujuan kolektif dari masyarakat. *Keempat*, berfungsi sebagai agen rekrutmen elit dan sosialisasi. *Kelima*, partai politik seringkali dipandang sebagai objek pelengkap dari kekuatan emosional yang kuat atau antagonisme, yang mempunyai pengaruh atas opini dan perilaku dari supporter (pemilih) mereka.

Selanjutnya Almond merumuskan fungsi partai politik ke dalam delapan poin, yaitu masing-masing : (1) sebagai sarana komunikasi politik; (2) sebagai sarana sosialisasi politik; (3) sebagai sarana rekrutmen politik ; (4) sebagai sarana pengatur konflik; (5) sebagai sarana partisipasi politik; (6) sebagai sarana artikulasi kepentingan; (7) sebagai sarana agregasi kepentingan; dan (8) sebagai sarana pembuatan kebijakan (Mas'ood dan MacAndrews, 1978).

Pandangan-pandangan di atas, memberikan gambaran betapa banyak dan beragamnya fungsi-fungsi dari partai politik. Namun secara umum, pandangan tentang fungsi partai politik tersebut mempunyai persamaan yang sangat mendasar dan fundamental sifatnya, yaitu fungsi sebagai alat penghubung, mata rantai atau perantara antara kepentingan pemerintah dan kebutuhan masyarakat. Jadi dalam konteks ini, suatu partai politik dapat menjadi kendaraan dari berbagai kepentingan dari para pendukungnya dan pada saat yang lain dapat berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan dan menjelaskan segala kebijakan yang ditetapkan oleh pihak penguasa kepada segenap lapisan masyarakat melaksanakan fungsi komunikasi politik.

Selanjutnya dalam upaya memenangkan pemilu sebagai arena perebutan kekuasaan yang legal, maka partai politik harus memiliki strategi politik. Setiap strategi terfokus pada cara-cara dimana suatu partai politik dapat membedakan dirinya dengan partai politik lainnya. Strategi dilakukan dengan mengerahkan segala kemampuannya untuk memberikan nilai yang lebih baik kepada para pemilihnya dalam pemilu. Dalam memenangkan pemilu pada umumnya sebuah partai telah mempunyai strategi untuk menjadi pemenang. Lebih jauh Plano (1985) mengartikan strategi sebagai rencana yang menyeluruh atau berjangka panjang yang mencakup serangkaian gerakan yang langsung diarahkan untuk mencapai tujuan yang menyeluruh.

Strategi masing-masing partai politik meraup kemenangan pada waktu pemilu berlangsung sangat ditentukan oleh ideologi dan *platform* masing-masing di mana partai politik tersebut merebut simpati pemilihnya. Dalam kaitan ini Widagdo (1999) memaparkan

strategi sebuah partai politik merebut suara pada pemilu berkaitan dengan tiga hal berikut :

Pertama, segmentasi. Segmentasi yaitu suatu kelompok yang memberikan tanggapan yang sama. Segmentasi tersebut dapat dibedakan berdasarkan segmentasi geografik di mana partai politik hanya melihat berdasarkan suku, ras, propinsi, kabupaten, kecamatan, kelurahan dan sebagainya. Misalnya pada daerah yang ingin mewujudkan otonomi daerah yang diperluas, maka sebuah partai mengangkat isu tentang perwujudan otonomi daerah dengan tujuan akan mendapatkan suara pada daerah pemilihan tersebut. Kemudian segmentasi demografik, di mana suatu wilayah dibagi berdasarkan jenis kelamin, umur, agama, suku, profesi, pendidikan dan sebagainya. Apabila suatu daerah jumlah penduduknya mayoritas perempuan, maka isu yang “dijual” adalah pemberdayaan perempuan.

Kedua, targeting. Pemilihan kepada suatu segmen tertentu yang ingin dicapai digarap secara intensif untuk diraih sebagai pendukung utama. Apabila suatu partai ingin mendapat dukungan pemilih pemula, maka *performance* partai politik tersebut haruslah sesuai dengan “gejolak”-nya kawula muda.

Ketiga, penentuan posisi. Sebuah partai harus menentukan posisi yang berbeda dari partai lain. Hal ini dimaksudkan agar sebuah partai mendapat tempat bagi para pemilihnya. Di tengah maraknya isu penghapusan korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN), maka sebuah partai yang ingin memperoleh dukungan massa harus berada pada posisi yang bertekad untuk menghantam KKN tersebut.

Pemilu legislatif 2004 dengan nuansa pemilihan langsung sangat menuntut kejelian partai politik menerapkan strategi yang *customer oriented*. Artinya partai politik harus mampu memberikan produknya sesuai dengan selera rakyat sebagai konsumen pada segmen pasar masing-masing. Selain itu perlu pula dilakukan pengkajian terhadap kekuatan, kelemahan dan rencana pesaing. Dalam kaitan ini, partai politik yang cepat mampu merespon angin reformasi akan mendapat dukungan massa yang kuat.

II. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang menjadikan pengurus DPD PKS Kota Padang periode 2000-2005 sebagai informan penelitian. Data yang akan dijaring untuk mengungkapkan jawaban dari pertanyaan penelitian dikumpulkan

melalui wawancara mendalam (*depth interview*) dengan menggunakan alat berupa pedoman wawancara dan *tape recorder*. Untuk mendapatkan data yang valid digunakan teknik triangulasi melalui pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data (Patton, 1990).

Sementara itu data yang diperoleh dari sumber data diolah secara kualitatif dengan model interaktif seperti yang digambarkan oleh Miles dan Huberman (1979) sebagai berikut : (1) reduksi data ; (2) penyajian data ; (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi ; serta (4) merumuskan temuan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik pada hakekatnya merupakan suatu organisasi yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai cita-cita, tujuan-tujuan dan orientasi-orientasi yang sama dimana organisasi ini berusaha untuk memperoleh kekuasaan dan kemudian mengendalikan/mengontrol jalannya roda pemerintahan.

Untuk melaksanakan program-programnya dan menempatkan anggota-anggotanya dalam jabatan-jabatan publik, suatu partai politik harus terlebih dahulu menetapkan strategi partai yang membedakannya dengan partai lainnya. Perbedaan strategi sesuai dengan ideologi dan *platform* masing-masing partai politik. Namun pada hakekatnya berkisar pada pemilih, pesaing dan organisasi itu sendiri. Berikut ini dipaparkan strategi yang dilakukan PKS dalam memenangkan pemilu legislatif 2004 di Kota Padang, khususnya strategi segmentasi, *targetting* dan *positioning* (penentuan posisi).

1. Strategi Segmentasi

Segmentasi yaitu suatu kelompok yang memberikan tanggapan yang sama. Segmentasi dibedakan berdasarkan segmentasi geografik dimana partai politik hanya melihat pemilih/massa berdasarkan suku, ras, provinsi, kabupaten, kecamatan, kelurahan, dan sebagainya. Kemudian segmentasi demografik yang didasarkan pada jenis kelamin, umur, agama, suku, profesi, pendidikan, dan sebagainya.

Strategi segmentasi yang dilakukan PKS adalah dengan memilih kelompok masyarakat yang menjadi pendukung PKS dalam pemilu 2004. Ada pun segmen yang menjadi sasaran

perolehan suara bagi PKS dibagi ke dalam segmen geografik dan segmen demografik berikut ini :

- 1) Kelompok masyarakat perkotaan yaitu masyarakat yang modern, masyarakat yang berpendidikan.
- 2) Kelompok masyarakat pesisir pantai yaitu masyarakat yang mata pencahariannya nelayan.
- 3) Kelompok masyarakat yang tinggal di daerah pertanian yaitu masyarakat yang mata pencahariannya bertani.
- 4) Kalangan muda terdidik yang mempunyai inisiatif dan ikut andil dalam memperjuangkan reformasi.
- 5) Kaum perempuan dimana pada segmentasi ini dirasakan paling penting karena jumlah pemilih perempuan lebih besar daripada laki-laki.

Melalui kelompok-kelompok masyarakat ini lah PKS berusaha merebut simpati agar mendapat dukungan pada pemilu legislatif 2004. Menurut Sekretaris DPD PKS Kota Padang yang sekarang juga menjabat anggota legislatif (DPRD) Kota Padang,

“PKS berupaya meraup suara dari berbagai kalangan masyarakat. Segmen masyarakat ini diharapkan mampu membawa perubahan yang signifikan dalam perolehan suara pemilu legislatif 2004. Ternyata strategi segmentasi ini bisa mendongkrak suara PKS sehingga menjadi partai pemenang pemilu legislatif 2004 sebagaimana disinyalir oleh majalah Kompas.”

Dalam merebut simpati massa, PKS telah melakukan beragam upaya pendidikan politik rakyat. Sosialisasi visi, misi, dan *platform* partai adalah langkah awal yang merupakan faktor penentu keberhasilan sosialisasi terhadap pemilih dalam pemilu.

Salah satu fungsi dan tugas partai politik adalah melakukan sosialisasi politik pada masyarakat. Sosialisasi politik diartikan sebagai proses melalui mana seseorang memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik umumnya berlaku dalam masyarakat dimana ia berada (Budiardjo, 1983). Doktrin-doktrin politik partai biasanya diusahakan untuk diterapkan dalam masyarakat. Berhasil atau tidaknya suatu partai biasanya juga diukur oleh berhasil atau tidaknya partai-partai tersebut menerapkan dan menanamkan doktrin-doktrinnya pada masyarakat. Cara pemasyarakatan doktrin politik partai yang baik ialah dengan cara persuasif (ajakan dan dorongan) bukan dengan kekerasan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sukarna (1976) bahwa

“pemasyarakatan doktrin politik dengan kekerasan, tidak akan memperoleh simpati masyarakat, bahkan masyarakat akan menentangnya.”

Suatu doktrin politik yang mudah dimasyarakatkan ialah doktrin yang bahan-bahannya berasal dari rakyat dan sesuai dengan kemauan rakyat. Suatu doktrin yang bersifat asing, kurang dihayati oleh rakyat, bahkan bertentangan dengan kemauan rakyat, maka doktrin politik yang demikian tidak akan berkembang.

Bagi PKS sendiri sesuai dengan asas partai yaitu Islam maka nilai-nilai Islami yang disebarkan ke tengah-tengah masyarakat Kota Padang seakan-akan menemukan tempat yang cocok karena masyarakat Kota Padang adalah masyarakat Minang yang hidup bersandikan pada adat dan agama, sebagaimana falsafahnya “*adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah.*” Adat dan agama berjalan seiring dan bahwa di dalam masyarakat sangat malu bila dikatakan seseorang tidak beradat atau tidak beragama (Hamka, 1985).

Iklim masyarakat Minangkabau yang menganut falsafah bersumber dari ajaran Islam ternyata cocok untuk basis perjuangan, terutama gerakan atau partai dengan basis atau berasaskan Islam. Masyumi, Perti, dan PSII serta sebagian besar partai Islam telah terbukti pernah berkembang di Sumbar. Menurut Deliar Noer (1985), partai politik Islam lebih dominan di daerah-daerah terutama daerah dengan penduduk beragama Islam taat, termasuk diantaranya Sumbar, karena adanya kata Islam itu sendiri yang menjadi penyatu gerakan mereka.

Disamping sesuai dengan kultur masyarakat Kota Padang yang egaliter, masyarakat terlihat lebih banyak pula bersedia menerima perubahan di era reformasi yang notabene diusung oleh PKS.

Dalam melakukan sosialisasi PKS menggunakan dua cara. *Pertama*, sosialisasi ke dalam yaitu untuk anggotanya sendiri. Sosialisasi seperti ini disebut sebagai pengkaderan terhadap anggotanya. *Kedua*, sosialisasi ke luar, yaitu dengan memperkenalkan PKS kepada masyarakat melalui ideologi dan *platform* partai.

Sosialisasi ke dalam dilakukan terhadap anggota PKS yang menurut ART partai terdiri dari :

- 1) Anggota kader pendukung yaitu mereka yang terlibat aktif mendukung setiap kegiatan kepartaian.

- 2) Anggota kader inti yaitu anggota yang telah mengikuti berbagai kegiatan pelatihan kepartaian dan dinyatakan lulus oleh panitia penyeleksian.
- 3) Anggota kehormatan yaitu mereka yang berjasa dalam perjuangan partai dan dikukuhkan oleh Dewan Pimpinan Pusat (DPP).

Berkaitan dengan keanggotaan partai, PKS sebagaimana tercantum dalam AD/ART-nya menyatakan bahwa setiap WNI bisa menjadi anggota partai dan tidak ditentukan oleh ketentuan-ketentuan umur, suku mau pun agama.

Proses pengkaderan dilakukan dengan menggunakan pengkaderan dakwah. Proses pengkaderan ini menggunakan sistem sel dimana setiap kader yang telah dibina mempunyai binaan dan binaan juga mempunyai binaan di bawahnya. Pola yang berlangsung antara yang membina dengan binaan adalah pola *patron-client* artinya seorang anggota baru tidak serta merta mengetahui siapa gerangan pemimpin mereka yang sebenarnya. Ia hanya kenal orang-orang yang merekrutnya tadi. Baru setelah keanggotaan mereka cukup lama dan dirasakan telah memiliki nilai-nilai dan sikap yang selaras dengan ajaran Islam, anggota baru itu tahu lebih banyak tentang organisasi tersebut.

Pengkaderan yang dilakukan oleh PKS Kota Padang terbagi atas beberapa pelatihan yaitu : (1) orientasi partai dan tokoh (OPT) ; (2) taklim rutin partai yang dilakukan sekali sebulan ; (3) training orientasi partai ; (4) taklim rutin kader yang dilakukan sekali seminggu. Disamping pelatihan rutin ini juga dilakukan pelatihan-pelatihan spesifik untuk keperluan sesuatu hal seperti pelatihan saksi dalam pemilu.

Menurut Rinto Ernadi, "*pelatihan kader seperti kegiatan orientasi partai dan tokoh (OPT) dijadikan sebagai jalan atau pintu gerbang untuk mendalami lebih jauh tentang Islam dan PKS itu sendiri.*"

Melalui proses pengkaderan tersebut diharapkan dapat menghasilkan kader yang memiliki karakter, mental, pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dilandasi oleh iman dan taqwa yang diwujudkan dalam perilaku dengan dasar moralitas agama. Secara spesifik pengkaderan PKS bertujuan untuk : (1) memberikan pemahaman Islam kepada anggotanya ; (2) meningkatkan kualitas jati diri, intelektualitas, profesionalisme, kesungguhan, kemampuanantisipasi ke masa depan dan kepekaan sosial serta kepemimpinan yang berwibawa ; (3) memperkokoh komitmen PKS terhadap negara, wawasan kebangsaan yang dilandasi iman dan taqwa ; (4)

mempertebal mental kejuangan dan mewujudkan reformasi total menuju masyarakat Indonesia baru ; (5) meningkatkan semangat berkorban, rasa tanggungjawab dan keberpihakan kepada kepentingan rakyat secara keseluruhan ; dan (6) membangun kader secara berkesinambungan.

Melalui pelatihan-pelatihan tersebut diharapkan kader yang telah terbentuk dan berasal dari beragam segmentasi dapat memperjuangkan partai merebut perolehan suara dalam pemilu legislatif 2004.

Sementara itu, sosialisasi ke luar difokuskan pada memperkenalkan visi, misi dan *platform* partai kepada masyarakat luas. Sosialisasi umumnya dilakukan melalui dakwah di mesjid-mesjid, kegiatan-kegiatan sosial, mau pun forum-forum kepedulian lainnya.

Sosialisasi kepada masyarakat terutama untuk merebut simpati pemilih difokuskan kepada ranting-ranting yang ada di setiap kelurahan dan bermuara kepada kecamatan. Isu-isu yang ada di setiap kecamatan dikelola oleh partai dan dijadikan sarana bagi upaya memenangkan pemilu, sehingga tidak heran kegiatan di satu kecamatan akan berbeda dengan kecamatan lainnya. Misalnya di satu kecamatan sesuai dengan aspirasi masyarakatnya maka dilakukan perbaikan sarana-sarana ibadah, sementara yang lainnya dilakukan kegiatan-kegiatan sunatan massal, pencerahan politik atau hal-hal lain yang dirasa perlu bagi masyarakat di wilayah itu.

Untuk segmentasi masyarakat yang berada di pesisir pantai dilakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah pada pemberian bantuan peralatan masyarakat nelayan berupa peralatan sederhana seperti pukat dan yang lainnya. Kemudian untuk masyarakat di wilayah pertanian diberikan bantuan tentang berbagai pemecahan masalah di seputar tanah, tanaman, atau strategi pemasarannya.

Sementara untuk merebut simpati kaum muda terdidik sering dilakukan diskusi-diskusi strategis dalam memecahkan masalah-masalah bangsa sampai pada pembinaan di bidang pemuda dan olah raga. Sedangkan untuk segmentasi kaum perempuan dilakukan program-program yang menyentuh langsung hak-hak perempuan seperti pendidikan politik perempuan, perjuangan perempuan untuk mengisi jabatan-jabatan publik dan seterusnya.

Dalam pelaksanaan sosialisasinya PKS mempunyai berbagai alternatif sebagaimana dituturkan oleh Arnedi Yarmen berikut ini.

“Dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat dilakukan melalui berbagai cara diantaranya : (1) pemasaran door to door (direct selling) yaitu sebuah kegiatan dimana PKS menawarkan programnya dari pintu ke pintu melalui penyebaran pamflet dan atribut partai lainnya ; (2) menawarkan program nyata kepada masyarakat melalui kader yang siap membantu memecahkan kesulitan-kesulitan yang ada di tengah masyarakat ; dan (3) menyusun program-program yang langsung bersentuhan dengan kepentingan jangka panjang masyarakat.”

2. Strategi Targetting

Targetting maksudnya adalah upaya pemilihan suatu segmen tertentu yang ingin dicapai dan digarap secara intensif untuk diraih sebagai pendukung utamanya. Sebagai partai Islam yang kelahirannya dipelopori oleh kalangan muda terdidik baik yang berada di dalam kampus mau pun yang berada di luar kampus membuat PKS memilih target utamanya (pendukung) adalah kalangan muda Islam, cendekiawan santun dan profesional, baik yang bergabung dalam organisasi Islam atau pun yang independen berada di tengah-tengah masyarakat.

Untuk melaksanakan strategi targetting ini PKS memulai dengan mengajak orang-orang untuk ikut dalam kegiatan politik sebagai anggota dengan cara melalui kontak-kontak pribadi, persuasif dan lain-lain. Dalam proses rekrutmen ini diusahakan menarik golongan muda untuk dididik menjadi kader guna memimpin di masa depan.

Rekrutmen politik menurut Surbakti (1992) adalah proses melalui mana partai politik mencari anggota baru dan mengajak orang-orang berbakat untuk berpartisipasi dalam proses politik. Lebih lanjut Budiardjo (1983) menyatakan bahwa rekrutmen politik menjamin kontinuitas dan kelestarian partai dan sekaligus merupakan salah satu cara untuk menyeleksi calon-calon pemimpin. Terdapat dua pola pengkaderan bila ditinjau dari sudut keanggotaan yaitu keanggotaan langsung atau perorangan dan keanggotaan tidak langsung. Pada keanggotaan langsung atau perorangan partai menggunakan ranting-ranting dan cabang-cabangnya sebagai unit organisasi terkecil untuk memelihara hubungan antar anggota dan partai yang sekaligus berfungsi melaksanakan kaderisasi. Sedangkan pada keanggotaan tidak

langsung partai akan menggunakan organisasi masyarakat *underbouw*-nya yang berfungsi merekrut anggota dan mencetak kader-kader serta kemudian menyalurkan ke partai politik.

Proses rekrutmen ini dilanjutkan dengan proses pengkaderan yang umumnya banyak terjadi di kalangan cendekia seperti mahasiswa, dosen, pelajar yang sebelumnya telah tergabung dalam beberapa wadah seperti KAMMI, HMI sampai Lembaga Dakwah Kampus (LDK). Walau pun secara formal dan struktural tidak ada keterlibatan LDK namun secara pribadi-pribadi mereka banyak yang terlibat sebagai kader partai.

PKS yang didirikan oleh kalangan muda ini bila dilihat hampir semua DPW dan DPD yang tersebar di sleuruh Indonesia dimotori oleh kader yang berumur tidak lebih dari 40 tahun. Khusus DPD PKS Kota Padang sebagian besar anggotanya berumur antara 21-39 tahun.

Target partai pada kaum muda cendekia Islam ternyata cukup beralasan sebagai upaya dalam meraup jumlah suara pada pemilu legislatif 2004. Hal ini disebabkan pemuda Islam menjadi pasar potensial bagi keseluruhan partai politik yang mengusung asas Islam, walau pun dengan berbagai tampilan. Namun demikian masyarakat pedesaan seperti nelayan dan petani juga menjadi target bagi PKS dalam meraup suara. Program-program partai juga banyak dilakukan di daerah ini dan bukan hanya masyarakat perkotaan saja yang menjadi sasaran PKS.

3. Strategi Penentuan Posisi (Positioning)

Strategi penentuan posisi yang berbeda dengan partai lain dimaksudkan agar sebuah partai mendapat tempat di kalangan para pemilihnya. PKS yang lahir bersamaan dengan bergulirnya semangat reformasi politik bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan sejahtera yang diridhoi Allah SWT, dalam negara kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila.

Tujuan yang ingin dicapai oleh PKS disimboliskan melalui lambang dua bulan sabit berwarna kuning emas, dengan garis lurus di antara keduanya. Keduanya berada di dalam satu kotak bersegi empat berwarna hitam. Kotak persegi empat berarti keserasian. Kotak hitam berarti pusat peribadahan dunia Islam yakni Ka'bah. Bulan sabit berarti lambang kemenangan Islam, dimensi waktu, keindahan, kebahagiaan, pencerahan dan kesinambungan sejarah. Untaian padi tegak lurus berarti keadilan, ukhuwah, istiqamah, berani dan ketegasan yang mewujudkan kesejahteraan. Putih berarti bersih dan kesucian. Hitam berarti aspiratif dan kepastian. Kuning

emas berarti kecemerlangan, kegembiraan dan kejayaan. Makna lambang partai secara keseluruhan adalah menegakkan nilai-nilai keadilan berlandaskan pada kebenaran, persaudaraan dan persatuan menuju kesejahteraan dan kejayaan umat dan bangsa (DPP PKS, 2005).

Bila dicermati lambang partai tersebut terlihat sebuah upaya untuk membangun identitas diri yang berbeda dari “masa lalu.” Sebagai partai yang dilahirkan oleh sebuah generasi baru, simbol-simbol yang mereka munculkan pun sedapat mungkin mewakili semangat baru tanpa harus dibayang-bayangi oleh masa lalu. Sebagai partai yang memiliki posisi partai dakwah, partai kader dan partai reformis dengan basis agama Islam maka sasaran yang harus diperjuangkan adalah : (1) terwujudnya pemerintahan yang jujur, bersih, berwibawa, dan bertanggungjawab berdasarkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan ; (2) tegaknya “masyarakat Islam” yang memiliki kemandirian berdasarkan sebuah konstitusi yang menjamin hak-hak rakyat dan bangsa Indonesia.

Dalam mewujudkan tujuan dan sasarannya PKS menggunakan cara, sasaran dan prasarana yang tidak bertentangan dengan norma-norma hukum dan kemaslahatan umum antara lain : (1) seluruh sarana dan manajemen politik, ekonomi, sosial, budaya dan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang dapat mengarahkan dan mengatur kehidupan masyarakat serta dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahannya ; (2) ikut serta dalam lembaga-lembaga pemerintahan, badan-badan penentu kebijakan, hukum dan perundang-undangan, lembaga swadaya masyarakat dan lain-lain ; (3) menggalakkan dialog konstruktif disertai argumentasi yang kuat dengan semua kekuatan politik dan sosial ; (4) aktif berpartisipasi dalam berbagai lembaga dan organisasi serta yayasan yang sesuai dengan tujuan partai (ART PKS).

Untuk mencapai sasaran melalui sarana-sarana sebagaimana dipaparkan sebelumnya, PKS mencetak kadernya melalui perilaku yang Islami. Perilaku kader PKS di eksekutif dan legislatif juga turut menguatkan posisi partai ini di kalangan publik. Demikian juga tokoh-tokoh partai yang menjadi pengurus direkrut dari orang-orang yang bersih dari KKN, berakhlak mulia dan berdedikasi tinggi dalam menyuarkan aspirasi masyarakat.

Kenyataan ini sebagaimana yang ditegaskan oleh Arnedi Yarmen berikut ini.

“ Bahwa kader PKS di Kota Padang direkrut melalui kalangan cendekiawan seperti dosen, mahasiswa, tokoh masyarakat, tokoh agama yang dinilai bersih, taat beragama dan merespon proses reformasi.”

Jika dilihat dari struktur kepengurusan partai, rata-rata pengurus partai di Kota Padang adalah sarjana yang sangat kompeten di bidangnya. Kader-kader yang simpati ini lah yang menjadi andalan atau ujung tombak dalam meraup simpati masyarakat. Dengan kata lain posisi partai di mata publik sangat tergantung oleh pola tujuan kader di tengah-tengah masyarakat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Beranjak dari hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi PKS dalam memenangkan pemilu legislatif 2004 terutama dalam bingkai strategi segmentasi terpusat pada lima segmen masyarakat berikut : (1) kelompok masyarakat perkotaan yaitu masyarakat yang modern dan berpendidikan ; (2) kelompok masyarakat pesisir pantai dengan mata pencaharian nelayan ; (3) masyarakat yang tinggal di daerah pertanian dengan mata pencaharian bertani ; (4) kalangan muda terdidik yang mempunyai inisiatif dan ikut andil dalam memperjuangkan reformasi ; dan (5) kaum perempuan yang potensial sebagai pemilih dengan jumlah lebih besar dibandingkan pemilih laki-laki. Dari kelima segmentasi ini maka PKS memilih kelompok muda terdidik sebagai kelompok *targetting* dalam strategi pemasaran partainya. Sedangkan dalam bingkai strategi *positioning* PKS memposisikan dirinya sebagai partai kader, partai dakwah dan partai reformis.

2. Saran

- a. PKS hendaknya segera mengevaluasi strategi yang telah dilakukan dalam pemilu legislatif 2004 agar dapat dijadikan bahan perrefleksian diri sekaligus mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi ke depan terutama dalam menyusun strategi yang tepat menghadapi pemilu 2009 mendatang. Apalagi persoalannya sangat terkait dengan dinamika kepentingan masyarakat yang sangat dinamis. Dalam konteks ini suatu partai politik termasuk PKS harus memiliki kepekaan

terhadap berbagai perkembangan yang terjadi di tengah masyarakat sebagai konstituen.

- b. Strategi *targetting* hendaknya diperluas lagi untuk memperkuat basis massa partai dan ikatan psikologis dalam kaitannya dengan identifikasi kepartaian seseorang terhadap PKS.

Daftar Kepustakaan

1. Buku Teks

- Budiardjo, Miriam. (1982). *Partisipasi Politik dan Partai Politik*. Jakarta : Gramedia.
- (1997). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta : Gramedia.
- Damanik, Ali Said. (2002). *Fenomena Partai Keadilan : Transformasi 20 tahun Gerakan Tarbiyah di Indonesia*. Jakarta : Teraju.
- Haque, Rod, et al. (1993). *Political Science : A Comparative Introduction*. New York : St. Martin's Press.
- Mas'oed, Mohtar dan Collin MacAndrews (ed.). (1978). *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Penerjemah Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta : UI Press.
- Patton M.Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park : Sage Publication.
- Plano, Jack. (1985). *Kamus Analisa Politik*. Jakarta : CV. Rajawali.
- Surbakti, Ramlan. (1992). *Pemilu dan Partisipasi*. Jakarta : Gramedia.
- Widagdo. (1999). *Manajemen Pemasaran Partai Politik Era Reformasi*. Jakarta : PT. Golden Terayon.

2. Dokumentasi

- AD/ART Partai Keadilan Sejahtera 2003.
Booklet DPP Partai Keadilan Sejahtera.

