

**STRATEGI PEMENANGAN LANOSIN-YUDHA DALAM
POLITIK KEKELUARGAAN PADA PILKADA OGAN
KOMERING ULU TIMUR TAHUN 2020**

(Tesis)

Oleh

**WIDIA NOVITA LUKITASARI. WA
NPM 2026021009**



**PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

LANOSIN-YUDHA WON A STRATEGY IN FAMILY POLITICS IN THE EAST OGAN KOMERING ULU DISTRICT ELECTION IN 2020

By

WIDIA NOVITA LUKITASARI. WA

The emergence of the phenomenon of a single candidate in simultaneous local elections in several regions in Indonesia is nothing new. That is, the process of political democracy through elections with one candidate or one candidate does not mean it is impossible to implement. The purpose of this study was to find out Herman Deru's strategy in maintaining the existence of family politics in the 2020 East OKU Pilkada, the case study of the Lanosin-Yudha winning, as well as the implications for the governance of the 2020 Pilkada in East Ogan Komerling Ulu Regency. The research method used is descriptive qualitative with data sourced from interviews with 12 informants, documentation, and field observations. The results showed that: Lanosin-Yudha's winning strategy in the context of familial politics is a strong network, namely HDC (Herman Deru Center) which is the older sibling of the Candidate for Regent and Herman Deru's participation during the campaign process. The Gerindra Party's support for Enos-Yudha can be called the door to victory in the East Ogan Komerling Ulu Pilkada. Previously, it was reported that Enos-Yudha had the support of the PKB and Nasdem parties, and now they are joined by the Gerindra Party. This means that according to political calculations, the three parties have the same number of seats in the Ogan Komerling Ulu Timur DPRD, PKB 6 seats, Gerindra 6 seats and Nasdem 5 seats. The inclusion of the Gerindra Party in the dispute between the Enos-Yudha pair could potentially provoke other parties, because at the national level Gerindra is a major party.

Keywords: East Ogan Komerling Ulu Regency, Pilkada 2020, Family Politics, and Election Governance.

ABSTRAK

STRATEGI PEMENANGAN LANOSIN-YUDHA DALAM POLITIK KEKELUARGAAN PADA PILKADA OGAN KOMERING ULU TIMUR TAHUN 2020

Oleh

WIDIA NOVITA LUKITASARI. WA

Munculnya fenomena calon tunggal dalam Pilkada serentak di beberapa daerah di Indonesia bukan merupakan hal yang baru. Artinya bahwa, proses demokrasi politik melalui pemilihan umum dengan satu calon atau satu kandidat bukan berarti tidak mungkin untuk di laksanakan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi Herman Deru dalam mempertahankan eksistensi politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020 studi kasus pemenangan Lanosin-Yudha, serta implikasi terhadap tata kelola Pilkada 2020 di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan data yang bersumber dari hasil wawancara terhadap 12 informan, dokumentasi, dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Strategi pemenangan Lanosin-Yudha dalam konteks politik kekeluargaannya yaitu jejaring yang kuat, yaitu HDC (Herman Deru Center) yang merupakan kakak kandung Calon Bupati dan adanya keikutsertaan Herman Deru selama proses kampanye. Dukungan Partai Gerindra kepada Enos-Yudha bisa disebut pintu kemenangan di Pilkada Ogan Komering Ulu Timur. Enos-Yudha sebelumnya sudah dikabarkan didukung partai PKB dan Nasdem, dan sekarang ditambah dengan Partai Gerindra. Artinya, secara kalkulasi politik ketiga partai tersebut sama-sama mengantongi jumlah kursi banyak di DPRD Ogan Komering Ulu Timur, PKB 6 kursi, Gerindra 6 kursi dan Nasdem 5 kursi. Masuknya Partai Gerindra di koalisi pasangan Enos- Yudha bisa berpotensi memancing partai lain, karena Gerindra di tingkat nasional adalah partai besar.

Kata Kunci: Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Pilkada 2020, Politik
Kekeluargaan, dan Tata Kelola Pemilu.

**STRATEGI PEMENANGAN LANOSIN-YUDHA DALAM
POLITIK KEKELUARGAAN PADA PILKADA OGAN
KOMERING ULU TIMUR TAHUN 2020**

**Oleh :
WIDIA NOVITA LUKITASARI. WA**

**Tesis
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN**

**Pada
Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

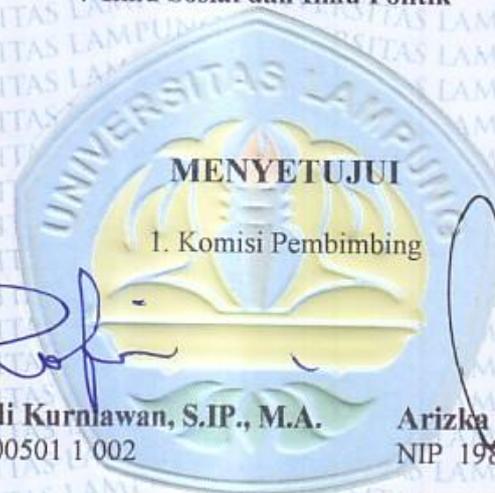
Judul Tesis : **STRATEGI PEMENANGAN LANOSIN-YUDHA
DALAM POLITIK KEKELUARGAAN PADA
PILKADA OGAN KOMERING ULU TIMUR
TAHUN 2020**

Nama Mahasiswa : **Widia Novita Lukitasari, WA**

No. Pokok Mahasiswa : **2026021009**

Program Studi : **Magister Ilmu Pemerintahan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



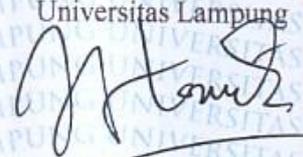
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Robi Cahyadi Kurnilawan, S.IP., M.A.
NIP. 19780430 200501 1 002


Arizka Warganegara, Ph.D.
NIP. 19810620 200604 1 003

2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung


Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.
NIP. 19601010 198603 1 006

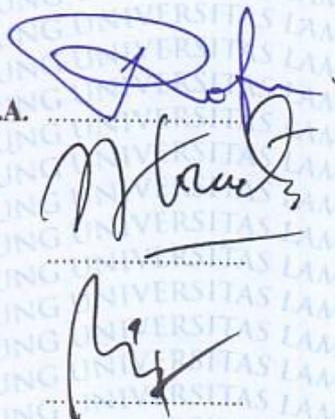
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A.

Penguji Utama : Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.

Sekretaris : Arizka Warganegara, Ph.D.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP. 19640326 198902 1 001

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 10 April 2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Pascasarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 10 April 2023

Yang membuat pernyataan



Widia Novita Lukitasari. WA

NPM. 2026021009

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Widia Novita Lukitasari. WA dilahirkan di Tanjung Sari OKU, pada 25 November 1996. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara putri dari Bapak Drs. Joko Wijianto dan Ibu Dra. Wartini Jenjang pendidikan penulis dimulai dari tahun 2002- 2003 di TK Muhammadiyah Rawa Bening, dilanjutkan di SDN 1 Eling-Eling pada tahun 2003-2009.

Penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Belintang tahun 2009-2012 dan melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMAN 3 Martapura tahun 2012-2015. Selanjutnya penulis lulus dari Perguruan Tinggi Negeri Universitas Lampung dan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan pada tahun 2019.

Selama masa perkuliahan di S-1 Ilmu Pemerintahan penulis berhimpun dalam organisasi HMJ Ilmu Pemerintahan tahun 2016-2017 sebagai anggota, Penulis melanjutkan jenjang pendidikan pada tahun 2020 dengan tercatat sebagai mahasiswi di Program Pascasarjana Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung.

MOTTO

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena Kematian perguruanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah. SWT”

(Imam bin Al Qayim)

“Kalau lagi ada yang berat, yang lagi kita jalanin, gak apa-apa. Itu bukan akhir dari dunia. Tanpa kamu ketahui, kamunya juga lebih kuat dari pada yang kamu pikir. Karena kamunya juga lebih berani dari yang kamu pikir, kamu juga sebenarnya lebih cerdas, lebih pintar dari pada yang kamu pikir dan lebih baik dari yang kamu pikir. Jadi jangan fikir problem itu lebih besar dari pada kamu.

Kamunya yang sebenarnya lebih besar dari pada yang kamu pikirkan untuk menghadapi problem dan situasi seperti itu. *Never Lose Hope*”

(Dian Sastro Wardoyo)

“You Can If You Think You Can And Can

(Widia Novita Lukitasari. WA)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim Alhamduillahirabbil'alamiin
telah Engkau Ridhoi Ya Allah langkah hambaMu,
Sehingga Skripsi ini pada akhirnya dapat diselesaikan tepat waktu

Teriring Shalawat Serta Salam Kepada Nabi Muhammad SAW Semoga Kelak
Tesis ini dapat Memberikan Ilmu yang Bermanfaat

dan

Kupersembahkan Karya Sederhana Ini Kepada:

Ayahanda dan Ibunda tercinta
Drs. Joko Wijianto dan Dra. Wartini
Kakakku dan adikku yang ku sayangi
dr. Ika Apita Lukita Sari. WA dan Bagas Sakti Wijaya. WA
sebagai tanda bakti, hormat dan cintaku.

Terima kasih atas doa dan restu serta semangat yang telah kalian berikan.

Terima kasih untuk saudara-saudara seperjuangan di Program Pascasarjana
Magister Ilmu Pemerintahan, semoga amal kebaikan yang telah dilakukan
mendapat balasan dari Allah SWT

Almamater yang Penulis cintai dan banggakan
Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas keridhoan Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis sanjung agungkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik dan pemimpin bagi kaumnya. Tesis yang berjudul “Strategi Pemenangan Lanosin-Yudha Dalam Politik Kekeluargaan Pada Pilkada Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2020” sebagai salah satu syarat bagi Penulis untuk mencapai gelar Magister Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Tesis ini dapat terselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta yaitu Bapak Drs. Joko Wijianto dan Ibu Dra. Wartini atas segala doa yang tucurahkan, dukungan, kasih sayang dan perhatian yang tidak akan mampu penulis balas atas banyaknya kebaikan yang diberikan kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kakak dan Adik Penulis.yaitu dr. Ika Apita Lukita Sari. WA dan Bagas Sakti Wijaya. WA atas dukungan dan kasih sayang selama ini, semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan kemudahan dalam kalian mencapai cita-cita untuk membahagiakan Orang Tua.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.,I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung;

3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
4. Bapak Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan Universitas Lampung dan sebagai Dosen Pembahas Tesis, terima kasih atas bimbingan, arahan, bantuan, kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis. Semoga atas segala yang bapak berikan menjadi amalan kebaikan untuk bapak di dunia maupun di akhirat.
5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan selaku Pembimbing Pertama. Terima kasih atas bimbingan, masukan dan motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tesis. Semoga budi baik bapak menjadi amalan kebaikan untuk bapak di dunia maupun di akhirat.
Seluruh Dosen di Program Pascasarjana Ilmu Pemerintahan yang telah mendidik, memberikan ilmu, pengalaman, pembelajaran hidup serta pengetahuan yang diberikan semasa perkuliahan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kelancaran dalam memberikan perkuliahan di Magister Ilmu Pemerintahan.
6. Semua teman-teman seperjuangan di pascasarjana Ilmu Pemerintahan angkatan 2020 baik dari konsentrasi Polotda, MP dan TKP terima kasih atas kebersamaannya, suatu kebahagiaan bisa bertemu kalian semua.
7. Sahabat tercinta terkhusus, Fajar, Kiki, Ica, Acel, April, Amel, Kadek, Anjar, Dicky Yuris, Fauzan, Dedi, Berliansyah, Rima, Nila, Mitha, Khori, Leni, Indah, Yoga, Dinda, Nana, Dayu, Ajeng, Ismayan, Cahyo, dan Ida. Terima kasih atas segala dukungan, semangat dan motivasi yang kalian berikan.
8. Narasumber penelitian, terima kasih untuk semua narasumber yang telah memberikan informasi dan dukungan kepada penulis sehingga tesis ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian kepada penulis narasumber penelitian, terima kasih untuk semua narasumber yang telah memberikan informasi dan dukungan kepada penulis sehingga tesis ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian kepada penulis.

Bandar Lampung, 10 April 2023

Widia Novita Lukitasari. WA

DAFTAR ISI

I.	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	17
1.3	Tujuan Penelitian.....	17
1.4	Manfaat Penelitian.....	18
II.	TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1	Strategi	19
2.2	Personal Branding	20
2.3	Political Branding.....	22
2.4	Pemenangan Pemilu	24
2.5	Pemasaran Politik (Political Marketing)	25
2.6	Strategi Pemasaran Politik	37
2.7	Kerangka Pikir.....	31
III.	METODE PENELITIAN.....	34
3.1.	Jenis Penelitian.....	34
3.2.	Lokasi Penelitian	35
3.3.	Fokus Penelitian	35
3.4.	Jenis data	36
3.5.	Penentuan Informan	37
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.7.	Teknik Analisis Data	42
3.8.	Teknik Keabsahan Data	43

IV. GAMBARAN UMUM	45
4.1 Profil Kabupaten OKU Timur	45
4.2 Profil Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur Tahun 2020	54
4.3 Partai Pengusung Lanosin-Yudha dalam Pilkada OKU Timur 2020	55
4.4 Politik Kekeluargaan Di Indonesia	56
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
5.1 Strategi mempertahankan eksistensi dari politik kekeluargaan Herman Deru pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.....	73
5.1.1 Strategi Pemenangan Lanosin- Yudha yang Berkaitan dengan Politik Kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020	73
5.1.2 Peluang politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020	75
5.1.3 Politik Kekeluargaan Pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020	81
5.2 Pembahasan.....	87
VI. SIMPULAN DAN SARAN	103
6.1 Simpulan	103
6.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Strategi Politik.....	2
Tabel 2 Fenomena Politik Kekeluargaan di OKU Timur	6
Tabel 3. Perolehan Suara Pilkada OKU Timur Tahun 2020.....	8
Tabel 4. Informan Penelitian.....	38
Tabel 5. Data Jumlah dan Komposisi Penduduk di Kabupaten OKU Timur	50
Tabel 6. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2005	51
Tabel 7. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2010	52
Tabel 8. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2015	53
Tabel 9. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2020	53
Tabel 10. Partai Pengusung Lanosin dan M. Adi Nugraha Purna Yudha.....	56
Tabel 11. Jumlah Kursi Partai Politik	63

DAFTAR TABEL

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	33
Gambar 2. Komponen dalam analisis data.....	44
Gambar 3. Peta Wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.....	49
Gambar 4. Rapat Pleno Terbuka Pengundian Nomor Urut.....	64
Gambar 5. Kampanye Salah Satu Pasangan Calon	65
Gambar 6. Debat Publik Pasangan Calon.....	67
Gambar 7. Pendeklarasian HDC mendukung Paslon No 1 Lanosin dan Yudha 74	
Gambar 8. Partai Pendukung Lanosin dan Yudha.....	76
Gambar 9. Dukungan Herman Deru Kepada paslon Lanosin dan Yudha.....	77
Gambar 10. Dokumentasi Posko tim pemenangan Lanosin-Yudha Paslon no. 1 memberikan sembako untuk masyarakat kurang mampu..	78
Gambar 11. Dokumentasi Lanosin-Yudha Paslon no. 1 mendatangi pengajian di Sukaraja pada tanggal 05 Agustus 2020	78
Gambar 12. Dokumentasi Lanosin-Yudha Paslon no. 1 memberikan bantuan berupa Ambulance dan Kursi Roda bagi masyarakat kurang mampu dan masyarakat penyandang disabilitas.	78
Gambar 13. Dokumentasi poster/baleho Lanosin-Yudha Paslon no. 1.....	79
Gambar 14. Simulasi Pasangan	80
Gambar 15. Pasangan Calon Enos-Yudha	91
Gambar 16. Rekapitulasi Perolehan Suara Per Kecamatan.....	93

DAFTAR SINGKATAN

DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
DPT	: Daftar Pemilih Tetap
PILKADA	: Pemilihan Kepala Daerah
CSIS	: <i>Centre for Strategic and International Studies</i>
Covid-19	: <i>Coronavirus Disease-19</i>
4P	: <i>Product, Promotion, Price, Place</i>
OKU	: Ogan Komering Ulu
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
PKB	: Partai Kebangkitan Bangsa
NasDem	: Nasional Demokrat
PKS	: Partai Keadilan Sejahtera
Gerindra	: Gerakan Indonesia Raya
Hanura	: Hati Nurani Rakyat
PPP	: Partai Persatuan Pembangunan
PAN	: Partai Amanat Nasional
PDIP	: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Golkar	: Golongan Karya
Perindo	: Partai Persatuan Indonesia SUM-
SEL	: Sumatera Selatan
Parpol	: Partai Politik
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilu
LSM	: Lembaga Swadaya Masyarakat
TPS	: Tempat Pemungutan Suara
PKPU	: Peraturan Komisi Pemilihan Umum

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan kepala daerah menjadi perhelatan yang penting di setiap daerah. Pergeseran sistem pemilu dari sistem perwakilan ke sistem langsung mewajibkan pembenahan strategi bagi setiap partai politik yang ingin memenangkan atau meraih perolehan suara dari masyarakat yang memiliki hak suara. DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) tidak lagi mempunyai hak untuk menentukan siapa yang akan jadi pemimpin di daerah, melainkan masyarakat yang terdaftar dalam pemilih tetap (DPT).

Era demokrasi para kontestan atau calon kepala daerah dituntut untuk melakukan strategi pendekatan yang efektif untuk melakukan promosi dirinya kepada masyarakat. Banyak cara mempromosikan atau memenangkan perolehan suara, salah satunya dengan menggunakan metode pemasaran politik (*political marketing*). Strategi *political marketing* saat ini banyak digunakan oleh para calon kepala daerah untuk lebih memperkenalkan visi-misi, program kerja, dan menyampaikan pesan politik kepada masyarakat.

Pengertian tentang strategi, menurut Drucker (dalam wahyudi, 1996) adalah mengerjakan sesuatu dengan benar (*doing the right things*). Nursal (2004:55) adalah seni berperang untuk memenangkan pertempuran. Menurut Peter (dalam Pito, 2006: 198) strategi politik dibagi menjadi dua, yaitu *strategi ofensif* (menyerang) dan strategi *defensif* (bertahan). Strategi ofensif terbagi menjadi dua, strategi menembus pasar dan strategi memperluas pasar, sedangkan strategi defensive lebih mempertahankan pasar dan menutup pasar. Ada 3 (tiga) Strategi pemenangan dalam pilkada yaitu cara yang terstruktur atau terorganisir untuk mengarahkan pemilih untuk menentukan pilihannya pada kandidat yang

diinginkan. “Dalam hal ini strategi kemenangan bukan untuk dilakukan pada situasi perang, melainkan untuk memecahkan persoalan masyarakat yang ketika para kandidat yang menyampaikan ide politiknya. Di setiap keadaan akan ada pihak atau kelompok yang sedang dirugikan dan juga diuntungkan (Nursal, 2004).

Tabel 1. Strategi Politik Menurut Peter Schroder

<i>Strategi Ofensif</i>	<i>Strategi Defensif</i>
Strategi memperluas pasar (strategi persaingan).	Strategi mempertahankan pasar (strategi pelanggan, strategi multiplikator).
Strategi menembus pasar (strategi pelanggan).	Strategi menutup atau menyerahkan pasar (strategi lingkungan sekitar).

Sumber: Peter Schroder (dalam Pito, 2006)

Pada strategi politik perlu adanya memperhatikan strategi-strategi yang digunakan untuk memperoleh perolehan suara. Beberapa jenis-jenis pemilih yaitu *swing voters*, *konstituen*, dan pendukung partai lain. Serta pandangan pemilih yang menggunakan pendekatan *ideologi* dan *policy problem solving*. Firmansyah juga membuat alur tentang strategi kampanye yang berdasarkan jenis pemilih dan alasan pemilih dengan membagi strategi penguatan, yakin, pengenalan dan merebut. Strategi penguatan sangatlah penting untuk tetap menjaga loyalitas terhadap calon kandidat, sedangkan strategi pengenalan dan merebut digunakan untuk merebut dukungan dari lawan politiknya (Firmanzah, 2008).

Perolehan suara yang tinggi perlu diraih dengan memperhatikan strategi yang digunakan, yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran politik. Pemasaran politik saat ini adalah merupakan konsep baru di dalam dunia partai politik, pemasaran politik merupakan kegiatan yang terorganisir untuk digunakan partai politik atau para kandidat politik dalam menyusun, mendistribusikan, memasarkan, serta meyakinkan kepada pemilih bahwa produk politik yang dihasilkan sangatlah lebih unggul dibandingkan dengan lawannya. Dalam marketing politik terdapat 4P (*product, promotion, price, place*) serta segmentasi dan positioning. Menurut Firmanzah, produk politik dibagi menjadi tiga kategori yaitu: *party platform, past*

record, personal characteristic. Promotion merupakan suatu cara yang dilakukan oleh partai politik untuk mempromosikan *platform*, ide, gagasan, dan ideologi politik selama proses pemilu. *Price* dalam konsep marketing politik terbagi menjadi harga ekonomi, politik, citra, dan harga psikologis yang dikeluarkan selama biaya kampanye. *Place*, para kandidat atau partai politik harus memetakan *geografis* maupun *historis* untuk melakukan kemampuannya dalam hal berkomunikasi dengan masyarakat pemilih (Firmanzah, 2008).

Jumlah petahana yang kembali mengikuti perhelatan Pilkada 2020 meningkat bila dibandingkan pilkada tiga periode sebelumnya. Berdasarkan *Centre for Strategic and International Studies (CSIS)*, dari 270 daerah yang akan menyelenggarakan pilkada, 28 daerah yang akan diikuti oleh bakal paslon tunggal. "Sebanyak 23 di antaranya diikuti oleh calon petahana, baik kepala daerah maupun wakil kepala daerah. Sepuluh di antaranya diikuti kepala daerah yang kembali berpasangan dengan wakilnya. Pada 2015, dari 1.486 bakal calon yang mendaftar, 16,7 persen di antaranya merupakan petahana. Sedangkan dari 674 bakal calon yang mendaftar pada pilkada 2017, 15,5 persen di antaranya adalah petahana. Adapun Pilkada 2018 yang berlangsung di 171 daerah, ada 19 persen petahana dari 1.162 suara (Kompas.com, 2020).

Pada Pilkada 2020 ada 290 calon kepala daerah petahana yang maju kembali di 236 daerah bakal calon yang mendaftar. Persentase Petahana yang Ikut Pilkada 2020. Secara keseluruhan terdapat 714 pasangan calon yang berlaga di 270 wilayah dalam pilkada serentak tahun 2020, dari jumlah itu terdapat 24 pasangan calon yang mendaftar sebagai calon gubernur di 9 Provinsi. Lalu, terdapat 99 pasangan calon yang mendaftar sebagai calon walikota di 37 wilayah perkotaan, dan 591 pasangan calon yang mencalonkan diri menjadi bupati/wakil bupati di 224 wilayah kabupaten di Pilkada 2020. Pasangan calon yang mendaftar sebagai calon gubernur di 9 Provinsi. Lalu, terdapat 99 pasangan calon yang mendaftar sebagai calon wali kota di 37 wilayah perkotaan. Dengan demikian menurut Saydiman turut merinci terdapat 654 pasangan calon yang diusung partai politik/gabungan partai politik sebanyak 64 paslon melalui perorangan/*independent*. Selain itu terdapat 36 calon tunggal di Pilkada 2020. (CNN Indonesia, 2020).

Pandemi Covid-19 telah membuat para pemodal politik yang umumnya dari kalangan pengusaha berhitung. Usaha yang mereka jalani juga turut terdampak pandemi. Pasangan calon juga membutuhkan biaya yang besar untuk menghadapi pilkada di tengah pandemi. Terbatasnya kampanye membuat mereka harus bergerilya mengenalkan diri kepada publik. Biaya politik yang mahal membuat petahana dan pengusaha sebagai kandidat yang berpeluang maju dan memenangi kontestasi. Kandidat petahana memiliki peluang mencalonkan kembali karena elektabilitas yang tinggi dan kekuatan finansial yang kuat. Asumsi masyarakat sudah mengenal mereka, petahana tak perlu berkampanye secara masif. Dari sisi parpol, tingkat fragmentasi di DPRD cukup tinggi karena efek dari multipartai yang turut membuat partai menjadi pragmatis (Kompas.com).

Pasangan *incumbent* calon Lanosin Hamzah dan M Adi Nugraha Purna Yudha dalam Pemilihan Kepala Daerah Ogan Komering Ulu (OKU) Timur Tahun 2020. Komisi Pemilihan Umum (KPU) OKU Timur menetapkan, pasangan Lanosin Hamzah dan M Adi Nugraha Purna Yudha sebagai pasangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih. Diketahui, Lanosin merupakan adik kandung dari Gubernur Sumsel Herman Deru. Penetapan ini melalui rapat pleno terbuka yang dipimpin Ketua KPU OKU Timur Herman Jaya. Herman Jaya mengatakan pasangan Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur memiliki perolehan 219.031 suara di Pilkada OKU Timur, sehingga ditetapkan sebagai Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur. Dalam Pilkada OKU Timur, Lanosin-Adi bersaing dengan Ruslan Taimi-Herli Sunawan yang maju Pilkada dengan menggunakan jalur perseorangan. Lanosin sendiri diusung 11 partai dari PKB, Demokrat, NasDem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP, PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo. Berdasarkan sumsel.tribunnews.com, paslon Ruslan Taimi-Herli Sunawan dari jalur perseorangan di dukung oleh masyarakat yang mendukungnya dengan cara sukarela/militan. (sumsel.tribunnews.com, 2021).

Pasangan *incumbent* mempunyai keunggulan seperti popularitas, citra, penguasaan opini di masyarakat serta penguasaan opini yang ada di media massa, dan persiapan finansial, serta pemahaman karakteristik pemilih jikalau dibandingkan dengan pasangan non-*incumbent*. Mencalonkan diri sebagai pasangan *incumbent* yang hampir dipastikan bisa memenangkan pilkada, pasangan Lanosin Hamzah dan M

Adi Nugraha Purna Yudha bukan berarti tidak melakukan strategi pemasaran politik untuk memperoleh simpati dari masyarakat agar mendapatkan kemenangan. Untuk menyusun strategi politik dalam pemilihan kepala daerah adalah tentunya yang diperhatikan adalah kampanye. Kampanye politik merupakan masa dimana para kandidat atau partai politik menyampaikan tujuan untuk perubahan di masyarakat yang dilakukan selama masa yang ditentukan oleh KPU. Sedangkan menurut Norris (Firmanzah, 2008), kampanye politik adalah suatu proses komunikasi politik yang mengkomunikasikan ideologi ataupun program kerja yang berusaha ditawarkan kepada pemilih. Menurut Larson (2010) mendefinisikan model *five stages development model (identifikasi, legitimasi, partisipasi, penetrasi dan distribusi)* yang dilakukan pada tahap kampanye sebelum hasil yang didapatkan berhasil atau gagal, mencapai tujuan.

Beredarnya tiga nama pasangan kandidat yang akan bertarung di Pilkada OKU Timur 2020 di antaranya, Pasangan Lenozin Hamzah- Adi Nugraha Purna Yudha (Enos-Yudha), lalu Fery Antoni-Melinda (Fery-Melinda) dan Ruslan Taimi-Herly Sunawan (Ruslan-Herly). Dari ketiga kandidat yang muncul ke permukaan publik OKU Timur secara tidak langsung dalam pesta rakyat (Pilkada) akan disuguhkan dengan pertarungan politik kekeluargaan yang tidak lain nama-nama kandidat seperti; Lenosin, Melinda dan Ruslan masih memiliki hubungan kekeluargaan yang sangat erat dengan Gubernur Sum-Sel. Berdasarkan uraian diatas, maka didapatkan tabel fenomena kekeluargaan di OKU timur sebagai berikut :

Tabel 2 Fenomena Politik Kekeluargaan di OKU Timur

No	Nama	Nama	Kekerabatan	Jabatan
1.	HERMAN DERU ➤ Bupati OKU Timur yang pertama selama dua periode (2005-2015). ➤ Gubernur Sumatera Selatan (2018-	Husni	Mertua	Walikota Palembang Periode (1993-2003).

2023).

Percha Leanpuri	Anak Kandung	Anggota MPR pada Periode 2009-2014 DPD RI Sumsel I pada periode 2014-2015 DPR RI Sumsel II pada periode 2019-2024.
Melinda	Adik Kandung	Anggota DPRD Sumsel Periode 2014-2019 Ketua Pengprov Taekwondo Indonesia Sumsel Periode (2022- 2026).
Bertu Merlas	Adik Kandung	Anggota DPR RI periode 2014- 2019.
Lenosin	Adik Kandung	Bupati di OKU Timur periode 2021-2024.
Smantha Tivani	Anak Kandung	Ketua Komite Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (Kormi) Sumatera Selatan (Sumsel) periode 2021-2025.

		Muhammad Yeser ZL	Menantu		Anggota D PRD Sumatera Selatan (2019-2024).
		Ratu Lervia Herman Deru	Tenny Anak Kandung		Duta Literasi (2021).
		Trado Vansa Adraga	Keponakan, anak dari Melinda Adik Kandunnng Herman Deru		Relawan Sosial Pelopor Perdamaian Kabupaten OKU Timur Tahun 2021.
		Ruslan	Adik Ipar		Mantan Cabup OKU Timur (2020).
2.	KHOLID MAWARDI ➤ Wakil OKU yang selama periode 2015).	M. Miftahudin	Adi Nugraha Purna Yudha	Anak Kandung	Wakil Bupati di OKU Timur periode 2021-2024
	➤ Timur 2021.	(2005-2016–	Tarmuji	Adik Kandung	DPRD di OKU Timur Periode 2019-2024.
		Bupati OKU		Adik Kandung	Basnas di OKU Timur

Sumber; Kompas, 22 Maret 2022

Berkaitan dengan itu dengan melihat peta politik OKU Timur saat ini, seiring berjalannya waktu bakal calon dengan nama Fery-Melinda mengundurkan diri karena sangat sulit untuk menang dan akan menyebabkan pecah suara dari ketiga keluarga besar yang bertarung di Pilkada OKU Timur 2020. Sementara itu, yang terus melanjutkan proses pencalonan hanya pasangan Lenosin-Yudha, dan Ruslan-Herly turut melanjutkan proses pencalonan dalam Pilkada OKU Timur.

Kemenangan Lenosin-Yudha Paslon No. 1 Pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020 menarik untuk dikaji, karena Bupati yang terpilih dalam pilkada 2020 yakni; Lanosin Hamzah (Enos) yang didampingi Adi Nugraha Purna Yudha (Yudha) ini yang tidak lain adalah anak dari Bupati OKU Timur Kholid Mawardi periode sebelumnya yakni tahun 2016–2021. Dukungan kuat dari masyarakat dan sejumlah organisasi kemasyarakatan di OKU Timur, peran keluarga besar juga akan menjadi keuntungan tersendiri. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat di buatkan tabel perolehan suara Pilkada di OKU timur tahun 2020 sebagai berikut :

Tabel 3. Perolehan Suara Pilkada OKU Timur Tahun 2020

NAMA	PEROLEHAN SUARA	PERSENTASE	PARPOL PENDUKUNG
Lenosin-M Nugraha Yudha	Adi 218.836 Suara Purna	59.5%	PKB, Demokrat, NasDem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP, PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo.
Ruslan-Herly Sunawan	148.747 Suara	40.5%	Perseorangan/ <i>Independent</i>

Sumber; pilkada2020.kpu.go.id.

Berdasarkan data tabel di atas menunjukkan bahwa suara Lenosin- M Adi Nugraha Purna Yudha mendapatkan perolehan suara tertinggi yakni 218.836 dengan presentasi 59.5% dengan dukungan parpol PKB, Demokrat, NasDem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP, PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo., sedangkan Ruslan-Herly Sunawan mendapatkan jumlah suara 148.747 dengan *persentase* 40.5% dengan menggunakan jalur perseorangan/ *Independent*.

Penelitian terdahulu oleh Bimantara (2019) Analisis Politik Dinasti di Kabupaten Kediri, hasil dari penelitian ini adalah bagaimana awal mula atau sejarah sebuah dinasti ini terjadi berawal dari urusan bisnis lalu lanjut ke arah politik , dalam perkembangan dinasti ini hanya orang-orang terdekatlah yang menurut keluarga Sutrisno mampu dan bisa menjalankan atau meneruskan program-program yang sudah dibuat dan belum terlaksana dan banyak kerabat mulai dari golongan

pengusaha serta pejabat baik dari tingkat desa hingga daerah yang siap membantu dan mengabdikan kepada dinasti ini dengan tujuan akan mendapatkan imbalan balik.

Dinasti ini juga akan terus terjadi apabila peraturan atau undang-undang yang mengatur sebuah sistem demokrasi tidak mengalami perubahan yang secara pasti. Karena sifatnya yang inklusif dan tertutup membuat sebuah dinasti politik menjadi sangat sulit dicari sebuah kesalahannya. Sangat sulit untuk membongkar praktik-praktik penyalahgunaan kekuasaan pada sekelompok orang yang tertutup, Karena setiap individu berusaha untuk saling menjaga satu sama lain. Sekilas tidak ada yang salah dengan politik dinasti. Terlebih jika mengacu pada dalil demokrasi bahwa setiap warga negara memiliki hak yang sama untuk dipilih dan memilih. Namun, tidak dapat dimungkiri bahwa dinasti politik yang berkembang selama ini telah mencederai esensi demokrasi itu sendiri.

Selanjutnya menurut, Susanti (2018) Dinasti Politik dalam Pilkada di Indonesia, kehadiran dinasti politik yang melingkupi perebutan kekuasaan di level regional hingga nasional tidak terlepas dari peran partai politik dan regulasi tentang Pilkada. Oligarki di tubuh partai politik dapat dilihat dari kecenderungan pencalonan kandidat oleh partai politik lebih didasarkan atas keinginan elit partai, bukan melalui mekanisme yang demokratis dengan mempertimbangkan kemampuan dan integritas calon. Secara bersamaan, dinasti politik terus membangun jejaring kekuasaannya dengan kuat hingga mampu menguasai dan mematikan demokrasi dalam partai politik.

Dalam konteks masyarakat juga terdapat upaya menjaga *status quo* di daerahnya dengan mendorong kalangan keluarga atau orang dekat kepala daerah menggantikan petahana. Regulasi yang lemah untuk memangkas dinasti politik turut menjadi penyebab meluasnya dinasti politik dalam Pilkada. Praktik politik dinasti juga ditengarai menjadikan lemahnya fungsi checks and balances hingga berdampak pada tindakan korupsi yang dilakukan oleh kepala daerah beserta kerabatnya. Tahun 2017 ini merupakan paruh kedua babak baru pemilihan kepala daerah, setelah paruh pertama pada tahun 2015. Sistem Pemilukada memang baru, namun wajah-wajah lama yang tidak lain merupakan keberlanjutan dari dinasti

politik mewarnai perhelatan Pilkada ini yang dikhawatirkan dapat mengancam fase transisi demokrasi menuju konsolidasi demokrasi.

Menurut Rahmatunnisa (2021) Politik Dinasti di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Hak Asasi Manusia Berdasarkan Putusan MK NOMOR 33/PUU- XIII/2015, politik dinasti bukanlah suatu hal yang perlu dikhawatirkan selagi tidak ada aturan yang dilanggar. Hak asasi manusia, setiap warga negara berhak memilih dan dipilih. Indonesia juga memiliki prinsip checks and balances yang merupakan konsep negara hukum dalam rangka mewujudkan demokrasi, dalam penyelenggaraan urusan pemerintahannya serta melibatkan partisipasi masyarakat sebagai social control dalam menentukan calon pemimpin. Calon yang mempunyai hubungan keluarga dengan para *incumbent* atau tokoh sentral parpol pasti akan lebih diuntungkan ketimbang calon lain.

Politik dinasti biasanya tercipta atas dasar kedekatan secara primordial atau ikatan emosional yang subjektif. Pola politik dinasti tersebut telah terjadi di beberapa daerah di Indonesia. Tradisi bagi elit politik untuk menggabungkan sanak keluarganya kedalam dunia politik, sehingga sering kali praktik politik dinasti menjadi suatu hal yang mengkhawatirkan bagi negara demokrasi. Ditinjau dari perspektif HAM dan mengapa hasil putusan MK nomor 33/PUU-XIII/2015 lebih mempertimbangkan aspek HAM dibandingkan dengan dampak negatif yang akan terjadi apabila praktik politik dinasti ini terus berkembang di Indonesia.

Menurut Akbar & Purnomo (2019) Model Dinasti Politik di Kota Bontang, Hasil dari pada penelitian ini menemukan bahwa keluarga politik Andi Sofyan Hasdam dan Neni Moerniaeni serta anaknya Andi Faisal Sofyan Hasdam telah menjadi keluarga politik yang eksis di Kota Bontang. Sementara itu untuk Model dinasti politik yang dimiliki kota Bontang ialah model arisan dan model lintas kamar, dimana model arisan diwujudkan dengan pemberian regenerasi kekuasaan kepada keluarga politik, sementara itu model lintas kamar diwujudkan dengan pembagian penguasaan oleh suami dan istri serta ibu dan anak di dalam tampuk kekuasaan eksekutif dan legislatif di Kota Bontang. Penelitian akademik ini juga menemukan bahwa kepemimpinan dari keluarga politik memberikan dampak yang baik

terhadap pembangunan Kota Bontang hal ini dilihat dari berbagai macam prestasi dan penghargaan yang diterima Kota Bontang selama keluarga politik ini berkuasa.

Menurut Jumrah (2019) Politik Dinasti dan Monopoli Kekuasaan (Studi Terhadap Berkuasanya Bangsawan Bima Di Pemerintahan), Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan Politik Dinasti dan Monopoli Kekuasaan Bangsawan Bima di pemerintahan di dalam struktur kekuasaan, dimulai dari munculnya Sultan Abdul Kahir sebagai kesultanan bangsawan dalam politik lokal Bima. Pengaruh Sultan ini memberikan peluang munculnya Fery Zulkarnain dalam politik lokal.

Fery Zulkarnain pada mulanya menjadi Ketua DPRD Bima dan kemudian terpilih sebagai Bupati pada pilkada pada tahun 2005 dan terpilih kembali pada pilkada 2010. Ini membuka ruang bagi dominasi Bangsawan dalam politik lokal, selain Fery Zulkarnain juga terdapat beberapa saudaranya serta istrinya Dinda Damayanti Putri masuk dalam DPRD dan birokrasi lokal. Proliferasi kalangan bangsawan dalam politik lokal Bima. Pada bidang ekonomi juga jejaring kuasa bangsawan seperti pusat bisnis lokal dan area wisata di Bima.

Selanjutnya menurut, Karyudi Sutajah Putra (Suara Merdeka, tanggal 18 Oktober 2013), berjudul “Kompetisi Politik Dinasti”, dinasti politik merebak dikarenakan tiga faktor, yakni kekuatan modal financial, kekuatan jaringan, dan posisi dalam partai. Selama ini belum ada pembatasan oleh undang-undang terhadap berkembangnya dinasti politik di satu wilayah atau di dalam parpol, sehingga berkembangnya dinasti politik sulit disalahkan. Pada tingkat lokal, adakalanya demokrasi hanya difokuskan pada institusi pemerintahan saja. Ted Robert Gurr (1996:5) misalnya sangat menekankan keberadaan institusi eksekutif. Menurut Gurr, demokrasi mengandung empat unsur: 1) persaingan partisipasi politik, 2) persaingan rekrutmen politik, 3) keterbukaan rekrutmen eksekutif, dan 4) tantangan yang dihadapi eksekutif. Pendapat ini semestinya juga memasukkan dimensi lain, karena keberadaan eksekutif di daerah tidak bisa dilepaskan dari proses dan hasil pemilu yang melibatkan sejumlah aktor politik.

Menurut Rohman (2012). Strategi Pemenangan Petahana Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Ngawi 2012, dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa

dalam faktor konteks pemenangan pasangan calon Puji Astuti dan Fitriyah dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Ngawi tahun 2012 adalah jaringan politik, kinerja Tim Pemenangan, *platform* partai serta pencitraan.

Selanjutnya penelitian oleh Arifin Lerah (2013), Strategi Incumbent Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Sitiro Tahun 2013, dari hasil riset peneliti, pasangan Toni Supit dan Sisca Salindeho lebih aktif menggunakan media masa seperti koran untuk media iklan dalam berpolitik. Selain itu melalui baliho-baliho yang terpasang di jalan-jalan besar di Kabupaten

Sitiro yang mengkomunikasikan penyampaian program kerja, pesan politik, pembentukan image partai atau individu. Karena produk politik pada pasar merupakan cerminan identitas khas dari calon Bupati Toni Supit. Sosok Toni Supit merupakan seorang pengusaha yang memiliki perusahaan besar yang berada di bidang perhubungan laut di Kabupaten Sitiro dan juga memiliki kapal, terkenal dimata masyarakat seorang dermawan.

Menurut penelitian Muhammad Ayub Liwang (2019), Kekuatan Dan Strategi Politik Dalam Pemilukada Analisis Terhadap Kemenangan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa 2015, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kekuatan politik Andan Puihcta sangatlah berpengaruh dalam pilkada Kabupaten Gowa bagaimana pemanfaatan birokrasi, partai politik, Klan politik dan media yang dijadikan sebuah alat untuk menjalani proses pilkada, selain kekuatan politik yang bermain, bagaimana mengelolah strategi yang tepat untuk memenangkan pilkada, adapun strategi politik yang digunakan yaitu menentukan konsultan politik, dan strategi kampanye politik, pemanfaatan kekuatan politik dan strategi politik oleh Adnan Purihcta dalam pilkada Gowa yang lalu terbukti ampuh ini dibuktikan dengan kemenangan Adnan Purihcta dengan *persentase* suara 41,65%.

Kemudian penelitian Napir (2015) Strategi Pemenangan Fahmi Massiara Lukman Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 di Kabupaten Majene, Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemenangan Fahmi Massiara- Lukman pada pilkada di Kabupaten Majene tahun 2015 menggunakan strategi ofensif dan

strategi defensif. Strategi ofensif dilakukan dengan perluasan pasar untuk membentuk kelompok pemilih baru dengan menyerang basis massa politik lawan. Hal ini mengantarkan Fahmi Massiara Lukman untuk memperoleh suara yakni 40.451 suara atau 45 persen.

Strategi ofensif yang dijalankan oleh seluruh tim pemenangan Fahmi Massiara Lukman yang merupakan tim yang berasal dari Tim Keluarga, Tim Koalisi Partai Politik, Tim Relawan dan Tim-tim kecil lainnya. Sementara strategi defensif yang digunakan oleh pasangan Fahmi Massiara-Lukman pada pemenangan Pilkada Majene 2015 yaitu Politik Pencitraan, dan model agenda setting pemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pilkada di Kabupaten Majene melalui pengaturan Bapak angkat per-Tempat Pemungutan Suara (TPS) di seluruh TPS untuk mengontrol pemenangan di TPS, Jaringan darah biru dan tim terpadu. Selanjutnya, faktor yang mempengaruhi strategi penenangan Fahmi Massiara Lukman dilakukan dengan menjaga popularitas 69,5% dan elektabilitas 46%.

Penelitian Hidayat (2015), Strategi Politik Pemenangan Pasangan Kandidat Vonnie Anneke Panambunan-Joppi Lengkong Dalam Pemilukada Kabupaten Minahasa Utara Tahun 2015, secara umum Tim Sukses Pasangan Vonni Panambunan dan Joppi Lengkong bekerja dengan baik dengan menggunakan modal yang tersedia dengan menggunakan pendekatan terhadap masyarakat menengah kebawah, dengan program pemberdayaan masyarakat Strategi Pasangan Vonni Panambunan dan Joppi Lengkong ditinjau dari segi modalitas, berjalan dengan baik, kekuatan dari pasangan ini terdapat pada modal Sosial dan Modal Budaya, Vonni Panambunan yang notabene seorang mantan Bupati Minahasa Utara sudah cukup terkenal dan masih diingat oleh masyarakat ditunjang oleh Joppi Lengkong yang mempunyai banyak keluarga besar di Kabupaten Minahasa Utara. Dengan strategi pendekatan primodial seperti kunjungan ke rukun-rukun, organisasi-organisasi.

Penelitian terdahulu yang sudah tercantumkan dalam penelitian ini, menurut Bimantara (2019) awal mula sejarah dinasti terjadi berawal dari urusan bisnis lalu lanjut ke ranah politik. Dalam penelitian ini hanya orang terdekatlah yang mampu dan bisa menjalankan program-program yang telah di buat dan belum

terlaksanakan, dinasti ini yang akan terus terjadi apabila tidak ada perubahan dalam undang-undang yang mengatur sebuah sistem demokrasi tidak mengalami perubahan yang secara pasti. Karena sifatnya yang *inklusif* dan tertutup membuat sebuah dinasti politik menjadi sangat sulit dicari sebuah kesalahannya, selanjutnya menurut, Susanti (2017) Praktik politik dinasti juga ditengarai menjadikan lemahnya fungsi *checks and balances* hingga berdampak pada tindakan korupsi yang dilakukan oleh kepala daerah beserta kerabatnya. Tahun 2017 ini merupakan paruh kedua babak baru pemilihan kepala daerah, setelah paruh pertama pada tahun 2015.

Sistem Pemilukada memang baru, namun wajah-wajah lama yang tidak lain merupakan keberlanjutan dari dinasti politik mewarnai perhelatan Pilkada ini yang dikhawatirkan dapat mengancam fase transisi demokrasi menuju konsolidasi demokrasi. Adapun menurut, Haboddin (2017) politik dinasti biasanya tercipta atas dasar kedekatan secara primordial atau ikatan emosional yang subjektif. Pola politik dinasti tersebut telah terjadi di beberapa daerah di Indonesia. Terlebih lagi tidak ada aturan hukum yang mengatur secara tegas tentang batasan ataupun larangan praktik politik dinasti di Indonesia. Apabila ditinjau dari perspektif HAM dan mengapa hasil putusan MK nomor 33/PUU-XIII/2015 lebih mempertimbangkan aspek HAM dibandingkan dengan dampak negatif yang akan terjadi apabila praktik politik dinasti ini terus berkembang di Indonesia.

Selanjutnya menurut penelitian Akbar (2019), lebih kepada menggambarkan Model dinasti politik yang dimiliki kota Bontang ialah model arisan dan model lintas kamar. Selanjutnya Menurut Jumrah (2019) Politik Dinasti dan Monopoli Kekuasaan (Studi Terhadap Berkuasanya Bangsawan Bima Di Pemerintahan), Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan Politik Dinasti dan Monopoli Kekuasaan Bangsawan Bima di pemerintahan di dalam struktur kekuasaan, dimulai dari munculnya Sultan Abdul Kahir sebagai kesultanan bangsawan dalam politik lokal Bima. Pengaruh Sultan ini memberikan peluang munculnya Fery Zulkarnain dalam politik lokal. Dalam hal ini membuka peluang bagi *Proliferasi* kalangan bangsawan dalam politik lokal Bima. Pada bidang ekonomi juga jejaring kuasa bangsawan seperti pusat bisnis lokal dan area wisata di Bima.

Selanjutnya menurut, Karyudi Sutajah Putra (Suara Merdeka, tanggal 18 Oktober 2013), berjudul “Kompetisi Politik Dinasti”, dinasti politik merebak dikarenakan tiga faktor, yakni kekuatan modal financial, kekuatan jaringan, dan posisi dalam partai. Selama ini belum ada pembatasan oleh undang-undang terhadap berkembangnya dinasti politik di satu wilayah ataupun dalam parpol, sehingga berkembangnya dinasti politik sulit disalahkan. Dan selanjutnya mengenai jejaring politik, kinerja tim, platform, partai, dan pencitraan menurut penelitian Rohman (2012).

Selanjutnya menurut penelitian Arifin Larih (2013) lebih aktif menggunakan media massa seperti koran, media iklan dan menggunakan baliho-baliho dalam berpolitik, selanjutnya menurut penelitian Liwang (2019) yakni menggunakan pemanfaatan birokrasi, partai politik, dan media massa yang dijadikan sebuah alat menjalani proses pilkada, selanjutnya juga penelitian dari Napir (2015) menggunakan *strategi ofensif* (perluasan pasar) dan *strategi defensif* (politik pencitraan), dan yang terakhir penelitian menurut Hidayat (2015) menggunakan pemberdayaan masyarakat menengah kebawah dengan menggunakan strategi permodalan sosial. Sama halnya dengan penelitian ini yang akan mengkaji dan membahas lebih spesifik mengenai strategi pemenangan Petahana yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020. Berkaitan dengan itu, perbedaan dari penelitian terdahulu dalam hal ini penelitian di OKU Timur ini belum ada sama sekali penelitian yang membahas mengenai kasus ini dan juga di OKU Timur adalah pertama kalinya pilkada yang muncul dengan adanya pasangan calon yang melawan tim *independent* yang tidak lain juga masih memiliki kekerabatan antar para calon dengan atasan-atasan di tingkat Provinsi Sumatera Selatan.

Permasalahan ini cukup menarik untuk dibahas karena pada dasarnya tidak ada larangan terkait dengan adanya oligarki pemerintahan didukung dengan adanya dasar hukum positif. Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu adanya pengaruh besar keluarga pada calon yang akan berpartisipasi dalam pemilu. Penelitian ini berfokus pada peran politik kekeluargaan Herman Deru atas kemenangan Enos-Yudha yakni membuktikan bahwa kemenangan tersebut yang

dipengaruhi oleh politik dinasti. Politik dinasti kekeluargaan ini, seiring dengan adanya pembatalan Pasal 7 huruf (r) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Pilkada yang menyebutkan bahwa dalam persyaratan calon Kepala Daerah (Gubernur, Bupati, atau Walikota) tidak memiliki benturan kepentingan dengan petahana. Dengan demikian, pelaksanaan politik dinasti secara tidak langsung “diperbolehkan” dalam hukum positif kita. Politik dinasti juga merupakan produk hak asasi manusia mengenai hak politik, yaitu hak untuk dipilih dan memilih, tetapi banyak pengamat maupun ahli yang mengkritik bahwa dinasti kekeluargaan melanggar moral politik para pejabat pemerintahan. (Mukti & Rodiyah, 2020). Zeliana et.al (2021) menyatakan bahwa dalam Strategi politik pemenangan pasangan calon petahana Airin-Benyamin menggunakan strategi pemenangan dengan menggunakan kekuatan politik dari atas hingga akar rumpun yang memiliki power dan basis massa yang sangat kuat, serta memanfaatkan kekuatan politik Dinasti Ratu Atut yang telah dirawat dengan baik dari sejak pemenangan Atut dan merencanakan strategi politik dengan begitu terstruktur untuk pemenangan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang: Strategi Pemenangan Lanosin-Yudha Dalam Politik Kekeluargaan Pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020 karena peneliti ingin menganalisis seberapa besar peluang dinasti politik atau politik kekeluargaan Herman Deru pada pemilihan Bupati OKU Timur. Perbedaan penelitian ini yaitu menganalisis politik Herman Deru dalam mempertahankan kekuasaan politik yang dilihat berdasarkan latar belakang keluarga dan proses terjadinya sosialisasi politik di OKU Timur. Hal ini karena Komisi Pemilihan Umum (KPU) OKU Timur menetapkan, pasangan Lanosin Hamzah dan M Adi Nugraha Purna Yudha sebagai pasangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih. Diketahui, Lanosin merupakan adik kandung dari Gubernur Sumsel Herman Deru. Penetapan ini melalui rapat pleno terbuka yang dipimpin Ketua KPU OKU Timur Herman Jaya. Herman Jaya mengatakan pasangan Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur memiliki perolehan 219.031 suara di Pilkada OKU Timur, sehingga ditetapkan sebagai Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi mempertahankan eksistensi dari politik kekeluargaan Herman Deru pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020 studi kasus pemenangan Lanosin- Yudha?
2. Faktor apa sajakah yang menyebabkan eksistensi politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi mempertahankan eksistensi dari politik kekeluargaan Herman Deru pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020 studi kasus pemenangan Lanosin- Yudha
2. Untuk mengetahui faktor apasajakah menyebabkan terjadinya politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis maupun metodologis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan strategi pemenangan Petahana dalam pemilihan kepala daerah.
2. Secara Praktis :
 - a. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi birokrasi dalam setiap *event* politik pemilu pentingnya strategi pemenangan dalam pemilihan kepala daerah.
 - b. Secara akademis, diharapkan dapat bermanfaat bagi kalangan mahasiswa dan dapat menjadi sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai strategi pemenangan Petahana dalam pemilihan kepala daerah.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (Antonio, 2010).

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Tjiptono, 2011).

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit (Wahyudi, 2016).

Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara

seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut. Menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah (Wahyudi, 2016).

Berdasarkan uraian di atas, maka strategi merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu.

2.2 Personal Branding

Banyak definisi *personal branding* yang bisa ditemukan dalam literatur seperti (Peters, 1997; Hansen, 2007; Montoya, 2005a; McNally & Speak, 2003, Aruda, 2007): Sebuah persepsi atau emosi yang dijaga dalam kondisi baik oleh diri sendiri dan bukan orang lain. Sebuah refleksi tentang siapa diri kita dan apa yang kita percayai dan diekspresikan dengan apa yang kita lakukan dan bagaimana kita melakukannya. Tentang orang lain memandang nilai yang anda miliki. Menciptakan sejumlah harapan dan asosiasi dalam pikiran target audiens.

Mempunyai *personal brand* yang kuat mempunyai keuntungan sebagai berikut:

- a. Merangsang persepsi yang bermakna tentang nilai dan kualitas yang dimiliki
- b. Memberitahu orang lain tentang siapa diri kita, apa yang kita lakukan, apa yang membuat kita berbeda, bagaimana kita membuat nilai untuk mereka dan apa yang mereka harapkan ketika mereka berhubungan dengan kita
- c. Mempengaruhi orang lain tentang persepsi kita
- d. Membuat calon *customer* untuk melihat kita sebagai satu satunya solusi untuk problem mereka.
- e. Menempatkan diri kita diatas kompetisi dan membuat kita unik dan lebih baik dari *competitor* dalam dunia usaha.

Personal branding adalah tentang pengaruh kemampuan untuk mempengaruhi keputusan, membeli, tingkah laku seseorang. Beberapa keuntungan dari *Great Personal Brand*:

- a. Menjadi “*top of mind*”
- b. Meningkatkan wewenang dan kepercayaan dalam keputusan
- c. Menempatkan diri dalam peran *leadership*
- d. Meningkatkan prestis
- e. Mendapatkan pengakuan
- f. Membuat mencapai tujuan

Personal branding pada dasarnya adalah bagian dari *branding* secara umum, jadi teori atau *framework* yang digunakan pada *branding* dapat diterapkan juga untuk *personal branding*. Dari beberapa teori yang ada yang akan dipakai adalah *Eight Laws of Personal branding* dan *Customer-Based Brand Equity*. Menurut buku *Strategic Personal Branding* (Montoya & Vanhaley, 2004) ada delapan hukum *personal branding* yaitu:

1. *Laws of Specialization*: Brand difokuskan pada satu area *achievement*
2. *Laws of Leadership*: Anda dianggap sebagai orang yang paling memiliki pengetahuan, dihargai, atau memiliki kemampuan dalam bidang Anda.
3. *Laws of Personality*: Sebuah *brand* harus dibuat berdasarkan karakteristik seseorang dalam segala aspek termasuk kekurangannya
4. *Laws of Distinctiveness*: Setelah membuat *Personal Brand*, harus bisa diekspresikan dengan cara yang unik
5. *Laws of Visibility*: Agar efektif, *Personal Brand* harus dibentuk secara kontinuitas
6. *Laws of Unity*: *behavior* antara yang terekspos dan yang tidak harus sama/cocok
7. *Laws of Persistence*: *Personal Brand* membutuhkan waktu untuk berkembang, membutuhkan konsistensi
8. *Law of Goodwill*: semakin Anda dianggap sebagai perencana yang baik atau memberikan bentuk / kondisi ideal, akan Brand akan semakin berpengaruh.

2.3 Political Branding

2.2.1 Pengertian *Political Branding*

Political branding adalah bagaimana individu atau organisasi politik secara keseluruhan dipersepsikan oleh publik. Lebih luas lagi, persepsi itu meliputi perasaan, kesan, asosiasi, atau *image/citra* yang dimiliki publik terhadap politisi, organisasi politik, atau negara. Haroen (2014) mengemukakan bahwa *political* atau politik adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Sedangkan *branding* adalah aktivitas yang dilakukan untuk membangun persepsi dan kepercayaan orang lain. *Branding* merupakan kebutuhan dari semua orang yang punya kepentingan untuk mendapatkan sesuatu dari orang lain melalui proses-proses komunikasi. Untuk kepentingan jabatan politik, maka *branding* harus dilakukan secara terprogram atau terencana secara matang. *Political branding* adalah konsep yang dalam komunikasi politik dikembangkan dalam *political marketing* atau pemasaran politik. Walaupun dalam kurun waktu belakangan *political branding* disebut-sebut sebagai area baru dari pemasaran politik.

Political branding yakni jaringan asosiatif atas informasi dan sikap politik, yang terekam dalam memori dan dapat diakses ketika memori pemilih distimulasikan. Maksudnya persepsi (yang bersumber pada memori), tanpa harus menjelaskan panjang lebar mengenai identitas, penulis meyakini bahwa *political branding* juga berusaha untuk menghadirkan identitas pembeda pada aktor politik yang menyandang merek politik tertentu. Melalui komunikasi yang lebih interaktif dan membangun, *branding* bisa mempunyai potensi untuk membangun hubungan emosional yang lebih dekat dengan konstituen. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *political branding* adalah cara strategis dari *consumer branding* untuk membangun citra politik konstituen terhadap suatu produk politik (kandidat politik, atau partai politik, atau kebijakan politik dan lain-lain), yang terbentuk atas informasi dan sikap politik konstituen atas aspek fungsional, emosional, natural dan kultural dari suatu produk politik, dimana persepsi tersebut membedakan produk tersebut dalam kompetisi dengan produk sejenis (Pich, 2012). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bahwa *political branding* juga berusaha untuk menghadirkan identitas pembeda pada aktor politik yang menyandang merek

politik tertentu. Tujuan *political branding* menurut Pich (2012). Tujuan pembentukan merek politik atau *political branding* diantaranya:

Di samping itu, menurut Pich (2012). Tujuan pembentukan merek politik atau *political branding* diantaranya:

- a. Merek politik atau (*brand politics*) dapat membangun kesetiaan pemilih, menguatkan keyakinan yang telah tercipta atas entitas politik, membangun identitas, mengkomunikasikan nilai-nilai dari merek politik, membantu mereposisi sebuah partai.
- b. Merek politik dapat mengkomunikasikan nilai-nilai yang dianut oleh merek politik.
- c. Merek politik dapat membantu mereposisi sebuah partai ataupun kandidat.
- d. Merek politik dapat memberikan jaminan kepada pemilih, selain menyediakan visi jangka panjang atas masa depan politik.
- e. Merek politik memberikan wajah baru yang menarik bagi prediksi-prediksi politik yang monoton.

Penerapan *branding* dalam politik, difokuskan pada upaya entitas politik untuk melihat dirinya sebagai merek guna membangun karakter fungsional maupun emosional di dalam benak para pemilihnya dan menjadi identitas pembeda yang memampukannya bersaing di tengah ketatnya kompetisi.

2.3 Pemenangan Pemilu

Strategi politik merupakan suatu analisis tentang bagaimana proses yang terjadi di dalam pemenangan dalam satu pertarungan politik oleh partai politik atau secara langsung, oleh seorang calon pemilu presiden atau calon pimpinan daerah, yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya di tengah-tengah masyarakat sebagai konstituennya. Banyak faktor yang mempengaruhi proses ini, mulai dari kekuatan-kekuatan politik yang ada (institusi primordial baik yang bersifat keagamaan ataupun ke daerah), mesin-mesin politik yang ada (organisasi sosial politik/kelompok kepentingan baik partai politik, Organisasi Kepemudaan, dan Media), proses pencitraan, sosialisasi politik, dan kampanye yang dilakukan, yang pada dasarnya hal ini adalah instrument dari serangkaian usaha pemenangan dalam pemilu (Surbakti, 2010).

Politik dan Strategi adalah suatu mekanisme bagaimana seseorang ataupun kelompok dengan ide politik yang dipahaminya, mampu memenangkan suatu pertarungan politik disaat banyak orang yang berkepentingan menghendaki hal yang sama, ide politik yang akan menciptakan perbedaan antar masyarakat yang menjadi pendukung ide tersebut, dan dalam setiap keadaan pasti ada pihak yang dirugikan dan diuntungkan, karena hasil dari satu keputusan politik akan melahirkan perubahan ataupun kondisi yang sama disaat *status quo* yang memenangkan pertarungan itu, oleh karena itu setiap ide/pemikiran pasti memiliki pendukung dan penentang (Budiarjo, 2016).

Ide politik hanya akan dapat, atau diwujudkan dalam satu pertarungan melawan penentang ide tersebut, yang akan selalu bertumpu pada bagaimana kekuasaan dan pengaruh dapat diperoleh. Disaat yang sama banyak kelompok yang menghendaki hal yang sama, maka untuk mampu meraih kemenangan tentunya dalam pemilu, dibutuhkanlah suatu perencanaan yang hati-hati, maka disinilah letak substansi dari partai politik adalah organisasi artikular yang terdiri dari pelaku-pelaku politik yang aktif dalam masyarakat, dengan perhatian untuk menguasai kekuasaan pemerintah dan yang bersaing untuk memperoleh dukungan rakyat, dengan beberapa kelompok lain yang mempunyai pandangan berbeda (Asshiddiqie, 2016).

2.4 Pemasaran Politik (Political Marketing)

2.4.1 Pengertian Pemasaran Politik

Menurut Haroen (2014) pemasaran politik adalah penerapan konsep dan metode pemasaran ke dalam dunia politik. Pemasaran diperlukan untuk menghadapi persaingan dalam memperebutkan pasar atau *market*, yang dalam hal ini adalah para pemilih. O'Shaughnessy (2012) mengemukakan bahwa pemasaran politik bukanlah konsep untuk "menjual" partai politik (parpol) atau kandidat, namun sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah parpol atau seorang kandidat dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan aktual.

Firmanzah (2012) meyakini bahwa pemasaran politik merupakan metode dan konsep aplikasi pemasaran dalam konteks politik. Pemasaran dilihat sebagai seperangkat metode yang dapat memfasilitasi kontestan (individu atau partai

politik) dalam memasarkan inisiatif politik, gagasan politik, isu politik, ideologi partai, karakteristik pemimpin partai dan program kerja partai kepada masyarakat atau kontestan.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa penggunaan metode pemasaran dalam bidang politik memberi penjelasan bahwa penggunaan konsep pemasaran tidak hanya terbatas pada lingkup bisnis saja. Kenyataan ini lebih menarik perhatian banyak pihak untuk menerapkan ilmu pemasaran di luar konteks organisasi bisnis. Pemasaran dapat diaplikasikan kedalam bentuk organisasi, yang tidak hanya berorientasi kepada keuntungan ekonomi semata dan lebih menitikberatkan aktifitasnya kepada hubungan jangka panjang dengan konsumen dan *stakeholder*.

2.4.2 Gabungan Pemasaran Politik

Menurut Firmanzah (2012) terdapat 4P bauran pemasaran yang digunakan dalam proses *political marketing*, yaitu:

a. Produk (*Product*)

Niffenegger (2012) mengartikan produk sebagai partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan kepada konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi, baik di masa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Produk yang ditawarkan oleh institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. Pemahaman pemilih juga memainkan peranan penting dalam memaknai dan menginterpretasikan sebuah produk politik (Dermody & Scullion, 2012).

Niffenegger juga membagi produk politik ke dalam tiga kategori yakni. 1) *Party platform* (platform partai), 2) *Past record* (catatan hal-hal yang dilakukan di masa lalu) dan 3) *Personal characteristic* (ciri pribadi). Produk utama dari sebuah institusi politik ialah *platform* partai atau institusi yang

berisikan konsep, identitas ideologi dan program kerja sebuah institusi politik. Selain itu, apa saja yang telah dilakukan oleh sebuah institusi politik di masa lalu berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Pada akhirnya,

karakteristik atau ciri seorang pemimpin atau kandidat memberikan citra, simbol dan kredibilitas sebuah produk politik.

b. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang *dibauran* sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media promosi perlu dipertimbangkan karena tidak semua media tepat sebagai ajang promosi. Selain itu, harus dipikirkan dengan matang pula media apa yang paling efektif dalam mentransfer dan menjamin efektivitas pesan politik yang akan disampaikan. Aktivitas promosi sebuah institusi politik tidak hanya terjadi semasa periode kampanye saja, aktivitas promosi harus dilakukan terus-menerus dan tidak terbatas pada periode kampanye saja (Butler & Collins, 2012). Selain itu, salah satu cara yang paling efektif dalam promosi institusi politik adalah dengan selalu memperhatikan masalah penting yang dihadapi oleh masyarakat dimana komunitas itu berada. Dengan demikian publik akan selalu merasakan kehadiran institusi politik tersebut. Publik semakin merasakan bahwa institusi yang bersangkutan selalu memperhatikan, menampung dan berusaha memecahkan masalah yang dihadapi. Hal ini penting dilakukan oleh institusi politik guna membangun kepercayaan publik. Membuat institusi politik sebagai “pelayan” publik perlu ditumbuhkan dalam interaksi institusi politik dengan masyarakat.

c. Harga (*Price*)

Harga dalam pemasaran politik mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional (Niffenegger, 2012). Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan selama periode kampanye. Biaya iklan, publikasi, biaya rapat akbar sampai pada biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara. Sebuah institusi politik berusaha untuk meminimalisasi harga produk politik (minimalisasi risiko) mereka dan meningkatkan (maksimalisasi) harga produk politik lawan. Harga yang harus dibayar adalah kepercayaan (*trust*) dan keyakinan

(*beliefs*) akan partai politik atau kontestan yang akan didukung. Dalam demokrasi, proses pemungutan suara dapat dilihat sebagai proses pelimpahan hak dan kewenangan kepada suatu partai atau kontestan individu guna mengatur kehidupan semua individu dalam masyarakat. Untuk memiliki legitimasi, mereka harus mendapatkan kepercayaan masyarakat, dengan harapan akan keluar sebagai pemenang dalam pemilihan umum. Apa yang diberikan dan dikorbankan oleh masyarakat adalah kepercayaan dan keyakinan kepada kontestan.

d. Tempat (*Place*)

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih, Niffenegger (2012).

2.5 Strategi Pemasaran Politik

Berdasarkan konsep pemasaran, terdapat tiga strategi yang memiliki andil dan berpengaruh terhadap jalannya sebuah proses pemasaran yakni:

1. Segmentasi

Segmentasi menurut Firmanzah (2012) adalah sebuah teknik dalam pemasaran politik dalam proses pendekatan terhadap masyarakat, mengenali karakteristik masyarakat dalam setiap lapisan. Dasar segmentasi pemilih adalah dengan segmentasi geografi, demografi, psikografi, perilaku (*behaviour*), sosial budaya dan sebab-akibat. Melalui segmentasi maka partai politik atau tim pengusung dapat menyusun pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi dan produk politik.

Menurut Francisco (2012) memaparkan bahwa orientasi pasar sangat tergantung pada segmentasi yang merupakan aktivitas seperti terdeteksi, evaluasi dan pemilihan kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik sehingga memungkinkan untuk mendesain suatu strategi yang sesuai dengan karakteristik tersebut. Segmentasi perlu dilakukan untuk memudahkan partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat, mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik berbeda.

Sehingga aktivitas segmentasi perlu sekali dilakukan untuk mengetahui karakteristik yang terdapat di dalamnya sekaligus mengembangkan pendekatan yang sesuai dengan masing-masing karakteristik. Menggunakan satu pendekatan untuk semua karakteristik akan membuat tidak efektifnya pendekatan tersebut. Pendekatan pemasaran harus sesuai dengan populasi yang dituju. Seberapa besar pesan politik yang dapat disampaikan dan diterima oleh masyarakat akan sangat dipengaruhi oleh seberapa besar kesesuaian pilihan bahasa, media penyampaian dan komunikasi dengan kondisi riil masyarakat yang menjadi target.

Menurut Smith dan Hirst (2012) perlu adanya segmentasi disebabkan karena beberapa hal. Pertama, tidak semua segmen masyarakat harus dimasuki, hanya segmen-segmen masyarakat yang memiliki ukuran dan jumlah signifikanlah yang harus diperhatikan. Kedua, keterbatasan sumber daya partai atau institusi politik yang memungkinkan penentuan skala prioritas dalam melakukan aktivitas. Ketiga, terkait dengan efektifitas program komunikasi politik yang dilakukan. Masing-masing segmen memiliki ciri dan karakteristik yang berlainan. Hal ini menuntut bahwa pendekatan yang dilakukan harus dibedakan (diferensiasi) antara kelompok satu dengan kelompok yang lain. Dan yang keempat harus ada analisis yang membedakan strategi bersaing antara satu partai politik dengan partai lainnya. Hal inilah yang nantinya akan memudahkan masyarakat dalam melakukan identifikasi dan analisis partai dan kontestan yang akan didukung. Berikut adalah tabel metode segmentasi pemilih yang biasa diterapkan sebagai landasan pelaksanaan proses segmentasi pemasaran politik.

Pada orientasi pasar, kondisi riil yang dihadapi masyarakat adalah sumber utama dalam penyusunan program kerja. Dengan mengimplementasikan segmentasi berarti partai politik atau komunitas politik dapat menggunakan pendekatan politik yang berbasis informasi (*information-based*). Inilah waktu yang tepat untuk mencari, menyerap dan mengolah informasi tentang kondisi yang ada dalam masyarakat, yang selanjutnya dikembangkan menjadi gambaran tindakan yang perlu dilakukan.

2. Targeting

Setelah pasar di segmentasi, langkah berikutnya adalah melakukan proses *targeting*. Dalam proses ini yang pertama kali dilakukan adalah membuat standar dan acuan pengukuran masing-masing segmen politik. Standar pengukuran dapat menggunakan jumlah dan besaran potensi pemilih. Kelompok masyarakat yang memiliki populasi besar merupakan target politik yang “menggiurkan” untuk didekati, karena merekalah penyumbang perolehan suara dalam jumlah besar. Jadi kelompok ini menjadi target yang perlu didekati menjelang pemilihan umum. Namun, tidak semua kelompok masyarakat akan menjadi target politik dari kontestan maupun institusi politik. Standar pengukuran juga dapat menggunakan arti penting dan efek kelompok tersebut dalam memengaruhi opini publik. Meskipun jumlah kelompok tersebut tidak memiliki besaran yang signifikan, pengaruh mereka dalam memengaruhi opini publik sangat besar. Langkah selanjutnya ialah evaluasi untuk mengelompokkan pasar sasaran atau melakukan *targeting*. Evaluasi tersebut akan memunculkan pasar sasaran atau target *market*, yakni sekelompok “pembeli” yang berbagi kebutuhan dan karakteristik yang sama yang akan *treatment* oleh partai politik atau kandidat.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) terdapat lima pola *targeting* yang dapat diterapkan yakni:

- a. Konsentrasi segmen tunggal (*single segment concentration*) yakni partai politik atau kandidat memilih satu segmen saja untuk diberi perlakuan. Misalnya partai politik atau kandidat hanya berkonsentrasi pada pemilih yang beragama Islam yang diperkirakan jumlahnya sudah cukup banyak untuk memenangkan sebuah pemilihan. Dengan pola ini, partai politik atau kandidat lebih bisa mencapai posisi yang kuat di satu segmen, dengan pengetahuan yang baik terhadap kebutuhan segmen sehingga bisa diperoleh keuntungan. Namun, konsentrasi di satu segmen mempunyai potensi risiko yang cukup besar.
- b. Spesialisasi selektif (*selective specialization*) yakni partai politik atau kandidat menyeleksi beberapa segmen untuk diberi perlakuan. Segmen yang dipilih mungkin tidak saling berhubungan atau membentuk sinergi,

tetapi masing-masing segmen menjanjikan keuntungan politis.

- c. Spesialisasi selektif (*selective specialization*) yakni partai politik atau kandidat berkonsentrasi membuat sebuah produk khusus. Melalui cara ini, partai politik atau kandidat membangun reputasi yang kuat pada produk yang spesifik.
- d. Spesialisasi Pasar (*market specialization*) yakni partai politik atau kandidat berkonsentrasi melayani berbagai kebutuhan dalam kelompok tertentu. Partai politik atau kandidat memperoleh reputasi yang kuat dan menjadi *channel* untuk semua produk baru yang dibutuhkan dan dipergunakan oleh kelompok tersebut.
- e. Cakupan pasar penuh (*full market coverage*) yakni partai politik atau kandidat berusaha melayani semua kelompok dengan produk yang dibutuhkan. Namun, hanya partai politik dan kandidat yang kuat yang bisa melakukannya.

3. Positioning

Proses *positioning* politik adalah sebuah determinasi mengenai bagaimana cara terbaik untuk menggambarkan kandidat atau partai politik kepada segmen yang relevan diantara pemilih dan juga untuk meyakinkan dan membujuk pemilih agar memilih kembali kandidat atau partai politik, atau agar pemilih berpindah dukungan dari kandidat atau partai politik lain. Sasaran dalam melakukan *positioning* adalah benak pemilih. *Positioning* nantinya akan menyangkut persoalan *image* kandidat atau partai politik, *track record*, program, serta reputasinya di dalam alam pikiran pemilih. *Positioning* adalah sebuah “strategi” agar bagaimana kandidat atau partai politik berada di posisi paling unggul dalam alam pikiran pemilih.

Menurut Firmanzah (2012) *positioning* merupakan semua aktivitas untuk menanamkan kesan di benak pemilih. Dalam *positioning*, atribut produk dan jasa yang dihasilkan akan direkam dalam bentuk *image* yang terdapat dalam sistem kognitif pemilih. Dengan hal itu pemilih akan dengan mudah mengidentifikasi sekaligus membedakan produk dengan produk lainnya. Sesuatu yang berbeda atau unik dapat membantu pemilih dalam melakukan diferensiasi atas suatu produk di dalam benak mereka.

Terdapat beberapa langkah yang dapat digunakan untuk mengaitkan segmentasi, *targeting* dan *positioning* lapisan masyarakat. Hal ini berarti sebuah institusi politik harus bisa mengidentifikasi dan memetakan struktur serta karakteristik masyarakat. Pemetaan ini bisa dilakukan secara geografis. Identifikasi dilakukan dengan melihat konsentrasi penduduk di suatu wilayah, penyebarannya dan kondisi fisik geografisnya. Pemetaan juga dapat dilakukan secara demografis, dimana pemilih dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, kelas sosial, pemahaman akan dunia politik, agama dan etnis. Pemetaan juga perlu dilakukan berdasarkan keberpihakan pemilih seperti berapa persentase pendukung tradisional, pendukung partai atau kandidat lain, serta berapa jumlah masa mengambang (*floating mass*) dan mungkin beberapa presentasi golput.

Sistem distribusi diartikan sebagai suatu jaringan yang berisi orang dan institusi terkait dengan aliran produk politik keada masyarakat secara luas (O'Shoughnessy, 2012). Sehingga masyarakat dapat merasakan dan mengakses produk politik dengan lebih mudah. Dalam dunia politik, distribusi produk politik sangat terkait erat dengan mekanisme jangkauan dan penetrasi produk politik sampai daerah dan pelosok.

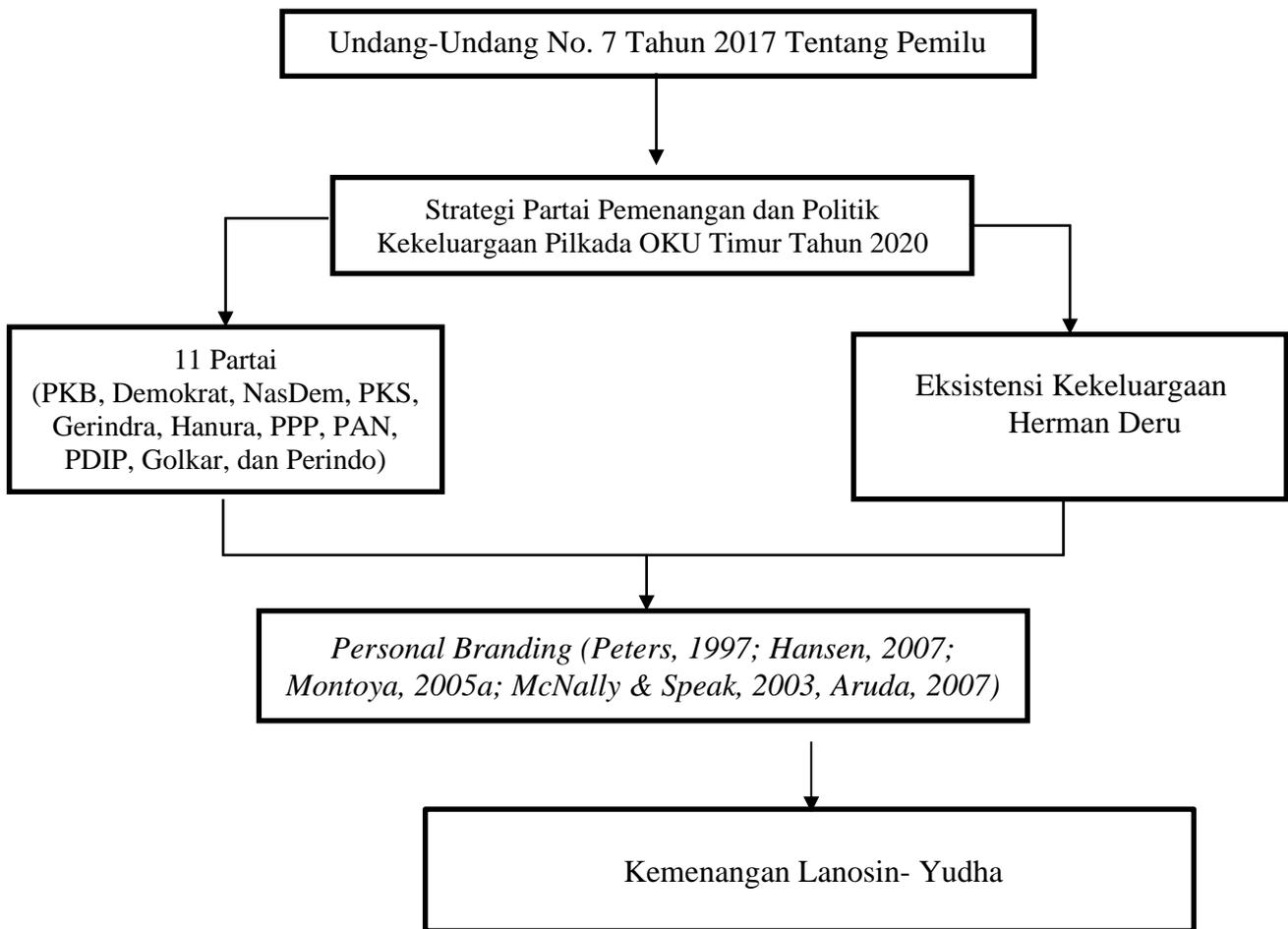
2.6 Kerangka Pikir

Hubungan patron-klien digolongkan sebagai hubungan yang tidak sejajar (tetapi tidak mengikat) antara atasan (*patron* atau pemimpin) dengan sejumlah bawahan (*klien*, pelayan, atau pengikut), berdasarkan pertukaran pelayanan yang asimetris, di mana secara *de facto patron* tergantung kepada para klien yang memberi pelayanan cuma-cuma yang bisa mencakup kewajiban secara ekonomis, tugas dengan upah atau tidak, menjadi prajurit perang, dukungan politik dan pelayanan lainnya, diimbangi dengan peran patron untuk menjadi figur pemimpin bagi semua klien dan pemberian bantuan, termasuk pinjaman uang dan perlindungan. Sifat tatap muka relasi patronase menunjukkan bahwa sifat pribadi terdapat di dalamnya. Memang hubungan timbal balik yang berjalan terus dengan lancar akan menimbulkan rasa simpati (*affection*) antara kedua belah pihak, yang selanjutnya membangkitkan rasa paling percaya dan rasa dekat. Dekatnya hubungan ini kadang

diwujudkan dalam bentuk penggunaan istilah panggilan yang akrab bagi patnernya. (Putra, 2007).

Atas dasar kedekatan emosional dan bantuan-bantuan sumber daya itulah Scott membagi ikatan patron-klien menjadi dua; ikatan yang bersifat *afektif* dan *instrumental*. Orang-orang yang terikat karena kedekatan emosional dengan seorang patron merupakan “pengikut inti (*core*)” dari sebuah ikatan patron-klien yang bersifat afektif, dan mereka begitu kuat terikat kepada patronnya. Sedangkan orang-orang yang terikat kepada patron hanya karena hadiah materi atau jasa dianggap sebagai “pengikut pinggiran (*periphery*)” dari ikatan patron-klien yang bersifat instrumental, dan ikatan ini relatif mudah terlepas (Scott, 1972a). Walaupun demikian bukan berarti dalam ikatan afektif tidak terjadi pertukaran sumber daya materi ataupun jasa, namun itu bukan satu-satunya alasan terjalinnya relasi patron-klien.

Kajian ini untuk menjawab permasalahan tentang strategi pemenangan Petahana yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020. *Personal branding* pada dasarnya adalah bagian dari *branding* secara umum, jadi teori atau *framework* yang digunakan pada *branding* dapat diterapkan juga untuk *personal branding*. Dari beberapa teori yang ada yang akan dipakai adalah *Eight Laws of Personal branding*. Menurut buku *Strategic Personal Branding* (Montoya & Vanhaley, 2004). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disusun kerangka teori sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan sebuah fenomena yang sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan, yaitu data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu menggambarkan sebuah fenomena atau kejadian dengan apa yang sebenarnya terjadi.

Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya, Moleong (2012).

Beberapa alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif dilakukan yaitu ketika peneliti menemukan kesulitan untuk menentukan pernyataan masalah atau tujuan penelitian yang *spesifik*. Saat menentukan tujuan penelitian dibutuhkan pemahaman yang lebih detail dan mendalam. Tujuan dari suatu penelitian adalah untuk mempelajari bagaimana fenomena terjadi dengan secara alami. Ketika peneliti ingin mempelajari beberapa konteks penelitian yang saling berkaitan serta ketika dibutuhkan suatu pendekatan yang lebih *update*. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai strategi dan implementasi pemenangan Petahana yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.

Data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara dengan informan atau narasumber yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten OKU Timur, Sumatera Selatan. Penelitian ini menyebarkan kuesioner di KPU OKU Timur, tim pemenangan petahana yang melingkupi juga ketua parpol lokal petahana yang mendukung dalam pencalonan serta tim kampanye petahana. Selanjutnya juga peneliti juga menyebarkan kuisisioner kepada tim lawan yang notabenehnya pencalonannya dari jalur *independent* dan masyarakat umum di kabupaten tersebut. Fokus penelitian ini merupakan penekanan terhadap sudut pandang yang lebih luas serta lebih mendalam. Penelitian kualitatif mempelajari keluasan maupun kedalaman suatu fenomena guna mengungkap dengan lebih mendalam suatu fenomena yang menjadi objek dalam penelitian yang lebih spesifik.

3.3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal utama dalam penelitian kualitatif. Pada dasarnya penentuan masalah menurut Moleong (2012) yaitu bergantung pada paradigma apakah yang dianut oleh seorang peneliti. Masalah penelitian bertumpu sebuah fokus penelitian merupakan batas masalah yang ada di dalam penelitian kualitatif dimana fokus penelitian berisikan tentang pokok masalah yang bersifat umum. Fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain terkait dari situasi sosial. Penentuan fokus didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang diperoleh dari lapangan. Fokus penelitian yaitu:

1. Penelitian ini berfokus kepada, bagaimanakah strategi Herman Deru dalam mempertahankan eksistensi politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020,
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab adanya peluang politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.

Khususnya pada lokasi penelitian yaitu KPU OKU Timur, tim pemenangan petahana yang melingkupi juga parpol lokal petahana yang mendukung dalam pencalonan serta tim kampanye petahana dan masyarakat pemilih di Kabupaten OKU Timur dengan metode *surve*. Alasan memilih Kabupaten OKU Timur dikarenakan belum ada yang meneliti mengenai permasalahan di daerah kabupaten ini mengenai strategi mempertahankan eksistensi Herman Deru dalam pemenangan Lanosin-Yudha yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur Tahun 2020 dan pertama kalinya melawan tim calon dari jalur independent. Dalam penelitian ini pada dasarnya tidak ada larangan terkait dengan adanya oligarki pemerintahan tetapi banyak pengamat yang mengkritik bahwa dinasti kekeluargaan melanggar moral para pejabat pemerintahan. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan mengenai strategi dan implementasi pemenangan Lanosin-Yudha yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.

3.4. Jenis data

Pengertian data sendiri merupakan suatu catatan dari kumpulan fakta yang ada, dapat berbentuk kata, angka maupun lainnya. Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh Berdasarkan hasil wawancara penelitian dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data ini langsung memberikan data kepada pengumpul data (Moleong, 2012). Dalam konteks penelitian ini, untuk memperoleh data dengan menggunakan jenis wawancara yang paling tepat karena dalam proses penelitiannya di lakukan secara mendalam (*indepth interview*) yakni; dengan cara berkomunikasi dalam hal ini di lakukan dengan dialog (tanya jawab) secara lisan, baik langsung maupun tidak langsung oleh peneliti dengan datang langsung ke KPU OKU Timur untuk mengajukan pertanyaan- pertanyaan terkait penelitian yang dilakukan secara terstruktur dengan panduan wawancara yang setiap responden diberi pertanyaan yang sama dengan panduan wawancara tersebut menggunakan bahasa yang tidak formal. Informan yang diwawancarai ialah pihak yang memiliki keterkaitan dengan

strategi pemenangan Petahana yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.

Data primer yang didapatkan oleh peneliti bersumber dari lapangan penelitian baik dari metode wawancara dan hasil observasi kepada informan. Wawancara dilakukan kepada informan yang telah ditentukan dengan adanya panduan wawancara dengan tujuan mengetahui, menganalisis strategi pemenangan Petahana yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020, data yang dikumpulkan berupa:

- a. Data-data Laporan Akhir Pemilu dari KPU OKU Timur mengenai pemenangan Petahana pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.
- b. Data pendukung pemenangan Petahana pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020 dalam Publikasi Kabupaten OKU Timur Dalam Angka.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah, laporan pemerintah, artikel dan buku-buku sebagai teori. Data yang diperoleh dari sekunder tidak perlu diolah lagi. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum tempat penelitian yaitu KPU OKU Timur dan Peraturan Perundangan, data yang akan dikumpulkan berupa:

- a. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu.
- b. PKPU No. 11 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum No 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan /Atau Walikota Dan Wakil Walikota.

3.5. Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, maka informan yang dilibatkan adalah informan adalah:

Tabel 4. Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan Dalam Instansi	Keterangan Informasi
1.	INF 1	Penyelenggara Pemilu	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam Pilkada
2.	INF 2	Penyelenggara Pemilu	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam Pilkada
3.	INF 3	Penyelenggara Pemilu	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada.
4.	INF 4	LSM	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada.
5.	INF 5	Parpol lokal Lenosin - Yudha (PKB, Demokrat, Nasdem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP,PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo).	Koalisi Partai Politik dalam Pilkada, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Pilkada Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2020.
6.	INF 6	Tim Pemenangan lanosin – yudha.	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada

7.	INF 7	Manajer kampanye Lenosin- Yudha	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada
8.	INF 8	Tim Pemenangan Lawan	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada
9.	INF 9	Pengamat Politik	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada
10	INF 10	Jurnalis OKU Timur	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada
11	INF 11	Masyarakat Pemilih	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada
12	INF 12	Masyarakat Pemilih	Bertujuan untuk menggali informasi tentang Pilkada OKU Timur 2020 sebagai koalisi partai politik dalam pilkada
	TOTAL :		12 INF

Sumber : Diolah Peneliti, 2022

Alasan memilih KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten OKU Timur karena sebagai penyelenggara pilkada Kabupaten OKU Timur yang mengetahui persyaratan partai politik untuk mengusung kandidat. Selanjutnya memilih Tim Pemenangan Lanosin-Yudha, Parpol lokal dan Manajer kampanye peserta pilkada Lanosin-Yudha karena bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemenangan Lanosin-Yudha Paslon No 1 yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur tahun 2020. Adapun Bawaslu, LSM Indonesia Madani, dan Forum Wartawan Komerling untuk menambah informasi

terkait mengenai strategi pemenangan Lanosin-Yudha Paslon No 1 yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur than 2020.

Dalam konteks ini, peneliti juga memilih Tim Pemenangan Lawan sebagai informan untuk Koalisi Partai Politik dalam Pilkada, yang bertujuan untuk melihat sudut pandang dari tim lawan mengenai strategi pemenangan Lanosin-Yudha Paslon No 1 yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur than 2020. Selanjutnya informan yang terakhir yakni; mewawancarai pemilih sebagai masyarakat yang terdaftar sebagai pemilih yang mendukung paslon Lenosin-Yudha, selanjutnya mewawancarai salah seorang pemilih yang mendukung paslon lawan. Dari kedua pemilih dari dua kubu, yang bertujuan untuk menggali informasi mengenai strategi pemenangan Lanosin-Yudha Paslon No 1 yang berkaitan dengan politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur than 2020 dari dua sudut pandang yang berbeda. Dan yang terakhir mewawancarai seorang akademisi Ilmu Pemerintahan STISIP Bina Marta guna untuk memberikan pengetahuan yang lebih memahami terkait dengan politik kekeluargaan pada pilkada di OKU Timur.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini adapun jumlah informan yang didapatkan sebanyak 12 orang, adapun penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dimana informan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian yaitu mengetahui secara jelas mengenai strategi pemenangan dan merealisasikan strategi Lanosin-Yudha yang berkaitan dengan politik kekeluargaan, serta untuk mengetahui faktor-faktor adanya politik kekeluargaan pada Pilkada OKU Timur Tahun 2020.

Dalam penelitian ini sudah memperoleh izin untuk mengutip pendapat informan secara tertulis/ verbal. Untuk itu dilakukan pengutipan hasil wawancara terhadap informan Pengutipan ditujukan untuk menjelaskan hasil penelitian penulis.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Wawancara (*indepth interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung, tetapi dapat juga diberikan pertanyaan terlebih dahulu untuk dijawab dikesempatan lain. Teknik wawancara dilakukan secara mendalam dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam (*indepth interview*) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, pewawancara, dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan (Sutopo, 2006)

Metode *interview* adalah metode untuk mengumpulkan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada penyelidikan, pada umumnya dua orang atau lebih hadir secara fisik dalam proses tanya jawab (Sutrisno Hadi, 1989).

Dalam konteks ini, agar wawancara dapat berlangsung dengan baik sehingga dapat diperoleh data yang diinginkan, maka petugas wawancara atau peneliti harus menciptakan suasana yang akrab sehingga tidak ada jarak dengan petugas wawancara dengan orang yang diwawancarai. Adapun kelebihan pengumpulan data dengan cara wawancara adalah data yang diperlukan langsung diperoleh sehingga lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Sehubungan dengan itu, dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berkomunikasi seperti berdialog (tanya jawab) secara lisan, baik langsung maupun tidak langsung oleh peneliti.

Metode *indepth interview* ini digunakan untuk mewawancarai KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kabupaten OKU Timur, Tim Pemenangan Petahana, Parpol lokal dan Manajer kampanye peserta pilkada Lanosin-Yudha. Untuk itu, peneliti juga memilih Tim Pemenangan Lawan sebagai informan. Informan yang terakhir yakni; mewawancarai pemilih sebagai masyarakat yang terdaftar sebagai pemilih yang mendukung paslon Lenosin-Yudha, dan selanjutnya mewawancarai salah seorang pemilih yang mendukung paslon lawan. Metode ini digunakan untuk menggali data tentang Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*), dan Tempat (*Place*). Dengan datang langsung ke informan-informan yang telah ditetapkan untuk di berikan pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian yang dilakukan secara terstruktur dengan panduan wawancara yang setiap responden diberi pertanyaan yang sama dengan panduan wawancara tersebut menggunakan bahasa yang tidak formal. Informan yang diwawancarai ialah pihak yang memiliki keterkaitan dengan strategi pemenangan Lanosin-Yudha dalam politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur tahun 2020.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumentasi berbentuk tulisan gambar/karya monumentasi dari seseorang yang merupakan pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara dalam penelitian ini. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen berbentuk arsip-arsip yang dimiliki KPU OKU Timur terutama data tentang Pilkada OKU Timur Tahun 2020 serta dokumentasi terkait dengan strategi pemenangan Lanosin-Yudha dalam politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur tahun 2020.

3.7. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh secara akurat dan objektif menjadi tujuan utama dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif dengan cara analisis konteks dan telaah pustaka dan analisis pertanyaan. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan. Peneliti mengacu pada beberapa tahapan teknik analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan data yang diperoleh dari lapangan jumlah cukup banyak untuk itu diperlukan dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada yang penting. Dalam hal ini peneliti melakukan pemilihan data yang telah didapatkan dari lapangan yang dapat diperlukan berdasarkan fokus penelitian dengan batasan data yang ada dalam panduan wawancara yang telah dibuat.

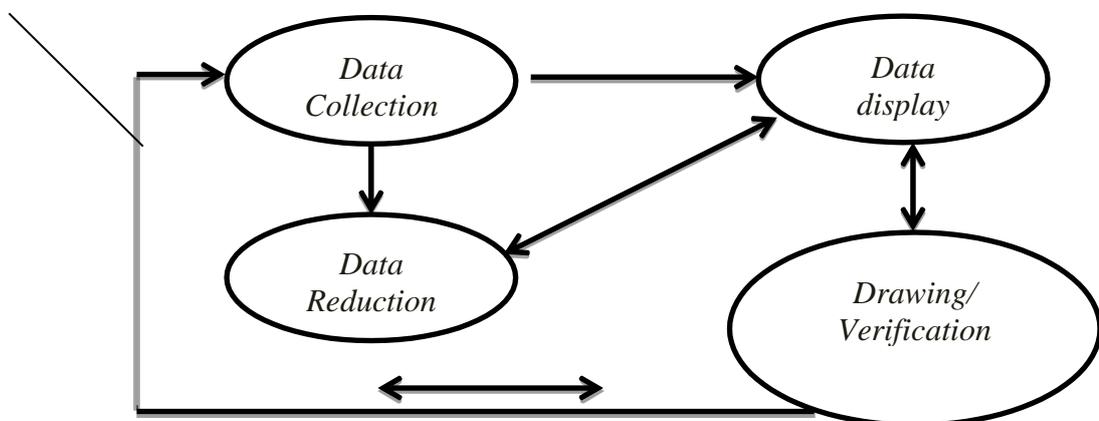
2. Penyajian Data

Penyajian data berguna untuk memudahkan peneliti melihat gambar secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Batasan yang diberikan dalam penyajian data adalah sekumpulan informan yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*)

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat bersifat sementara apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahapan pengumpulan data selanjutnya. Penelitian ini mengambil intisari dari rangkaian hasil penelitian berdasarkan jenis data primer dan sekunder sehingga diperoleh jawaban tentang strategi pemenangan Lanosin-Yudha dalam politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur tahun 2020.

Berikut ini bagan teknik analisis data berdasarkan model komponen analisis data:



Gambar 2. Komponen dalam analisis data (Sumber: Sugiyono, 2017).

3.8. Teknik Keabsahan Data

Teknik terakhir dalam penelitian ini adalah teknik keabsahan data dimana menurut Sugiyono (2016) Teknik keabsahan data merupakan standar validitas yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi:

1. Uji Kredibilitas

Triangulasi digunakan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan kejadian sebenarnya saat melakukan observasi dan ditambah dokumentasi. Triangulasi disajikan dengan menampilkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi yang peneliti dapat mengenai strategi pemenangan Lanosin- Yudha dalam politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur tahun 2020.

2. Uji Keteralihan

Uji keteralihan merupakan membuat laporan, peneliti memberikan uraian yang rinci, jela dan sistematis dan dapat dipercaya. Dengan demikian maka pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian. Bila pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran yang sedemikian jelasnya, semacam suatu hasil penelitian dapat diberlakukan, maka laporan tersebut memenuhi standar.

3. Uji Kebergantungan

Uji kebergantungan merupakan substitusi istilah reliabilitas dalam penelitian yang nonkualitatif. Pada cara nonkualitatif, reliabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replikasi studi. Penelitian ini perlu diuji kebergantungannya dan untuk mengecek apakah hasil penelitian ini benar atau tidak maka peneliti mendiskusikannya dengan pembimbing.

4. Uji Kepastian

Dalam penelitian kualitatif, uji kepastian mirip dengan uji kebergantungan sehingga pengujinya dapat dilakukan secara bersamaan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar kepastian. Dalam penelitian ini jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasilnya ada. Pada penelitian ini uji kepastian dilakukan bersama dengan uji

kebergantungan namun terdapat perbedaan, perbedaan terletak pada orientasi penilaiannya. Uji kepastian digunakan untuk menilai proses penelitian.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi yang disajikan dengan menampilkan hasil wawancara, dokumentasi dan triangulasi data yang peneliti dapat mengenai strategi pemenangan Lanosin-Yudha dalam politik kekeluargaan pada pilkada OKU Timur tahun 2020.

IV. GAMBARAN UMUM STRATEGI PEMENANGAN LANOSIN- YUDHA DALAM POLITIK KEKELUARGAAN PADA PILKADA OGAN KOMERING ULU TIMUR TAHUN 2020

Pada kajian sebelumnya penulis telah memaparkan penggambaran dari *Eight Laws of Personal Branding, political marketing*, partai politik, politik kekeluargaan dan strategi pemenangan. Kemudian penulis juga telah menjabarkan metodologi yang digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini. Sehingga pada pembahasan ini penulis memaparkan gambaran umum obyek penelitian yakni terkait pelaksanaan pilkada Kabupaten OKU Timur termasuk profil Kabupaten OKU Timur, sejarah pilbuk di daerah OKU Timur, para kandidat pilkada dan objek pada penelitian ini yaitu partai pengusung Lanosin-Yudha yang terdiri dari 11 partai (PKB, Demokrat, Nasdem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP, PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo), tim pemenangan Lanosin-Yudha pada pilbuk Kabupaten OKU Timur tahun 2020, dan profil KPU Kabupaten OKU Timur.

4.1 Profil Kabupaten OKU Timur

Secara historis, pemekaran Kabupaten Ogan Komerling Ulu menjadi Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur, Ogan Komerling Ulu Selatan dan Kabupaten Ogan Komerling Ulu, adalah pengulangan bentuk pembagian wilayah Pemerintahan yang pernah ada dan berlaku sebelumnya yang dikenal sebagai pemerintahan *Afdeling* (Kabupaten) Ogan dan Komerling Ulu pada tahun 1918 dengan Ibu Kota Muaradua yang kemudian dipindahkan ke Baturaja. Pada tahun 1947 daerah tersebut ditetapkan menjadi daerah otonom yang meliputi 3 Onder *Afdeling*, yaitu (oku timur, 2022):

1. Onder Afdeling Ogan Komerling Ulu dengan Ibukota Baturaja;
2. Onder Afdeling Komerling Ulu dengan Ibukota Martapura;
3. Onder Afdeling Makakau dan Ranau dengan ibukotanya Muaradua

Pada tahun 1950 terjadi pembubaran negara bagian Sumatera Selatan melalui Keputusan Presiden Nomor 126 Tahun 1950. Selanjutnya berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 1959 kembali dibentuk Kabupaten Ogan Komering Ulu dengan Ibukotanya Baturaja. Setelah 15 Tahun berjalan sistem pemerintahan mengalami perubahan yang sangat mendasar dengan dikeluarkannya UU Nomor 5 tahun 1974 tentang Pemerintahan di Daerah dan UU No 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa, yang menghapuskan sistem pemerintahan Marga. Maka berdasarkan kedua UU tersebut, Kabupaten Ogan Komering Ulu dibagi menjadi 3 (tiga) wilayah Pembantu Bupati, yaitu (okutimurkab.go.id, 2022):

1. Pembantu Bupati Wilayah I (satu) Eks Kawedanan Baturaja dengan Ibukotanya Lubuk Batang;
2. Pembantu Bupati Wilayah II (dua) Eks Kawedanan Komering Ulu dengan Ibukotanya Martapura;
3. Pembantu Bupati Wilayah III (tiga) Eks Kawedanan Muaradua dengan Ibukotanya Muaradua;

Perjalanan sejarah tersebut menggambarkan bahwa pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur berkaitan erat dan tidak terlepas dari latar belakang sejarah sistem pembagian wilayah pemerintahan yang pernah ada dan berlaku sebelumnya di masa lampau.

Didasari semangat reformasi, lahirlah komitmen masyarakat yang menghendaki pemekaran Kabupaten Ogan Komering Ulu dengan pertimbangan untuk mempersingkat rentang kendali pelaksanaan pemerintahan, meningkatkan pelayanan, kemudahan pengawasan dan meningkatkan kemampuan daerah dalam pemanfaatan sumber daya alam, serta mempercepat proses pembangunan dalam rangka percepatan tercapainya kesejahteraan masyarakat. Rencana pemekaran Kabupaten Ogan Komering Ulu menjadi 3 (tiga) Kabupaten mendapat dukungan dari Tokoh Masyarakat, Partai Politik dan berbagai elemen masyarakat Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Menyikapi hal itu, pada tanggal 25 Mei Tahun 2011 Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu melalui surat Nomor 136/II/2001 mengusulkan rencana pemekaran Kabupaten Ogan Komering Ulu kepada DPRD Kabupaten Ogan Komering Ulu. Selanjutnya DPRD Kabupaten Ogan Komering Ulu menanggapi dengan mengeluarkan surat keputusan DPRD Kabupaten Ogan Komering Ulu Nomor 33 Tahun 2001, tanggal 13 Juli 2001 yang isinya menyetujui rencana pemekaran wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

Melalui surat keputusan Bupati Ogan Komering Ulu Nomor: 125/10.A/SK/2001 dibentuk tim penyusunan rencana pemekaran Kabupaten Ogan Komering Ulu, dan melalui surat keputusan Gubernur Sumatera Selatan Nomor : 670/SK/W/2001 tanggal 13 Februari 2001, dibentuk tim peneliti rencana penetapan Kabupaten dan Kota Administratif menjadi Kotamadya dalam provinsi Sumatera Selatan. Untuk mewujudkan keinginan tersebut, maka pada tanggal 15 Agustus Tahun 2001 dibentuk panitia pembantu persiapan pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur dengan ketua A. Rasyid Yusuf dan kawan-kawan.

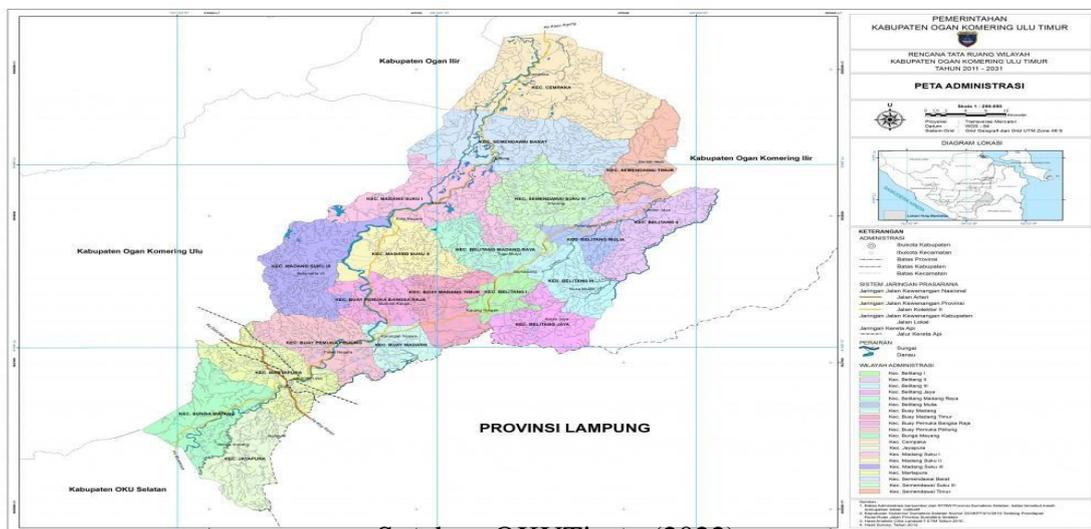
Perjuangan Panitia Persiapan Pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (PPP-KOT). Panitia pembantu ini kemudian pada tanggal 6 Juli 2002 ditingkatkan menjadi Panitia Persiapan Pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (yang disingkat PPP-KOT) diketuai oleh Syahrir Oesman yang tugasnya antara lain mempersiapkan sarana dan prasarana, seperti lahan untuk perkantoran dan hal-hal yang diperlukan. Namun dalam kurun waktu 2 (dua) tahun rencana pemekaran Kabupaten Ogan Komering Ulu belum menunjukkan kepastian, sehingga seluruh elemen masyarakat termasuk Panitia Persiapan Pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (PPP-KOT) menyampaikan aspirasi secara terbuka di lapangan Ahmad Yani Baturaja.

Penyampaian aspirasi ini ternyata membawa dampak yang positif, yakni mendapat dukungan dari DPRD Provinsi Sumatera Selatan melalui surat keputusan DPRD Propinsi Sumatera Selatan nomor 10 tahun 2002 tanggal 23 Agustus 2002 yang isinya memberikan persetujuan terhadap rencana pemekaran Kabupaten Ogan

Komering Ulu menjadi 3 (tiga) Kabupaten.

Batasan-batasan wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur adalah:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Lubuk dan Lempuing Ogan Komering Ilir.
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Way Kanan dan Simpang, Ogan Komering Ulu Selatan.
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Lengkiti, Sosoh Buay Rayap, Baturaja Timur dan Peninjauan (Ogan Komering Ulu) dan Muara Kuang (Ogan Komering Ilir)
- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Lempuing dan Mesuji (Ogan Komering Ilir).



Sumber: OKU Timur (2022)

Gambar 3. Peta Wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diketahui bahwa Kabupaten OKU Timur adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan dengan luas wilayah 3.370km² dengan Ibukota Kabupaten ini terletak di Martapura yang didiami penduduk dengan beragam multi etnis suku dengan penduduk asli suku Komering kemudian ada suku Jawa, Ogan, Bali, Batak dan sejumlah suku lainnya yang ada di Nusantara meskipun demikian kehidupan rukun penuh kekerabatan yang sangat kental.

Pada tanggal 19 sampai dengan 21 juli tahun 2002, DPR RI melalui komisi II beserta Dewan Pertimbangan Otonomi Daerah dan Tim Departemen Dalam Negeri melakukan kunjungan, survey dan evaluasi. Di daerah rencana pemekaran, sebagai klimaks perjuangan PPP-KOT dan seluruh elemen masyarakat membuahkan hasil yaitu dengan terbentuknya Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur dengan ditetapkannya UU Nomor 37 Tahun 2003 tanggal 18 Desember 2003 tentang pembentukan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Ogan Komering Ulu Selatan dan Kabupaten Ogan Ilir di Provinsi Sumatera Selatan. Tanggal 17 Januari 2004 Gubernur Sumatera Selatan melantik Amri Iskandar sebagai pejabat Bupati Ogan Komering Ulu Timur dan telah meletakkan kerangka awal dari penataan kelembagaan dan dimulai jalannya roda Pemerintahan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur yang dilanjutkan oleh Sujiadi sebagai pejabat Bupati sampai dengan dilantiknya Bupati Ogan Komering Ulu Timur yang definitif. Pada awal berdirinya Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur terdiri dari atas 10 Kecamatan, 199 Desa dan 3 Kelurahan, dan saat ini OKU Timur sudah ada 20 kecamatan, 305 desa, 7 kelurahan dan 20 desa persiapan.

Tabel 5. Data Jumlah dan Komposisi Penduduk di Kabupaten OKU Timur.

Kecamatan	2018	2020	2021
Martapura	52899.00	54806.00	52899.00
Bunga Mayang	17407.00	17460.00	17545.00
Jayapura	12785.00	14957.00	15035.00
Buay Pemuka Peliung	34629.00	33733.00	33855.00
Buay Madang	39216.00	37036.00	37221.00
Buay Madang Timur	59192.00	56277.00	56535.00
Buay Pemuka Bangsa Raja	12148.00	11914.00	11946.00
Madang Suku II	31341.00	30372.00	30497.00
Madang Suku III	26010.00	25295.00	25424.00
Madang Suku I	37381.00	35493.00	35610.00
Belitang Madang Raya	44873.00	44704.00	44892.00
Belitang	55042.00	51300.00	51689.00
Belitang Jaya	20003.00	20296.00	20381.00
Belitang III	36208.00	35413.00	35569.00
Belitang II	43675.00	41961.00	42137.00
Belitang Mulya	21815.00	20735.00	20818.00
Semendawai Suku III	40484.00	39221.00	39401.00
Semendawai Timur	35924.00	33298.00	33405.00
Cempaka	27760.00	25629.00	25744.00
Semendawai Barat	21480.00	19953.00	20033.00
Ogan Komering Ulu Timur	670272.00	649853.00	653062.00

Sumber: BPSK OKU Timur (2022)

Berdasarkan kondisi eksistensi jumlah penduduk Kabupaten OKU Timur tercatat 670272.00 jiwa, 649853.00 jiwa dan 653062.00 jiwa. Pada tahun 2018, 2020 dan 2021 Kecamatan Buay Madang Timur menjadi jumlah penduduk terbanyak sedangkan jumlah penduduk terendah berada pada Buay Pemuka Bnagsa Raja dengan jumlah penduduk 12148.00 jiwa pada tahun 2018, 11914.00 jiwa pada tahun 2020 , dan 11946.00 jiwa pada tahun 2020. BPSK OKU Timur (2022)

4.1.1 Sejarah Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten OKU Timur

Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten OKU Timur di mulai di tahun 2005 dimana telah terjadi satu kali putaran pemilihan. Dari hasil Pemilihan Kepala Daerah secara langsung yang pertama kali, terpilih Herman Deru dan Kholid Mawardi sebagai Bupati dan Wakil Bupati Ogan Komering Ulu Timur yang dilantik pada tanggal 23 Agustus 2005 sebagai Bupati dan Wakil Bupati Ogan Komering Ulu Timur. Selanjutnya lahir Perda Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Nomor 39 Tahun 2007 yang menetapkan bahwa tanggal 17 Januari adalah sebagai Hari Jadi Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (okutimurkab.go.id, 2022). Meskipun demikian tidak selalu ada politik kekeluargaan dalam pemilu tersebut.

Tabel 6. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2005

No	Nama Pasangan Calon	Partai Pengusung
1.	Herman Deru dan Kholid, Mawardi	Partai PPP dan Partai PBB
2.	Amir Iskandar dan Sugiyono	Partai PDI Perjuangan
3.	Nasrun Umar dan Nilawati	Partai PAN dan Partai PKB
4.	Ahmad Fikry Absy dan M. Tamzil Gunawan	Partai Gabungan (Pelopor, PNBK, PBSK, Patriot, PKPI, PNUI, PNI Marhaen, PPD, PKPB, PDS, Merdeka, PPIB, PSI, dan PPDI).
5.	Djoni Bustan dan Garaika	Partai Golkar
6.	Rusli Brori Mansjur dan Oyong Damiri	Partai Demokrat dan PBR

Sumber: KPUD Kabupaten OKU Timur, 2022.

Seiring dengan perjalanan waktu yang ditandai berakhirnya masa jabatan Herman Deru dan M Kholid Mawardi dari jabatannya sebagai Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur pada periode pertama dan selanjutnya Herman Deru dan M Kholid Mawardi mencalonkan diri kembali menjadi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati di periode kedua tahun 2010-2015. Herman Deru dan M Kholid Mawardi memenangkan kembali pesta demokrasi di Kabupaten OKU Timur sebagai Kepala Daerah dengan memperoleh 373.177 suara (94,56%) dan diusung oleh partai politik yakni; Partai Golkar, PDIP, Partai Demokrat, PKS, PKB, PAN, dan Partai Hanura.

Tabel 7. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2010

NO	PASANGAN CALON	Partai Pengusung	Perolehan Suara
1.	Herman Deru dan M. Kholid, Mawardi	Partai Golkar, PDIP, Demokrat, PKS, PKB, PAN, dan Partai Hanura	373.177 suara (94,56%)
2.	Masyal Rustam Wahab dan Rustaman	PKPB, Gerindra, PKNU, PBB,PNBK, PPI, PPRS, dan PIS.	21.468 suara (5,46%)

Sumber: KPUD Kabupaten OKU Timur, 2022.

Berakhirnya masa jabatan Herman Deru dan M Kholid Mawardi sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur dalam dua periode masa jabatan dari tahun 2005-2015. Selanjutnya, tampuk Pimpinan di Kabupaten OKU Timur dipercayakan Gubernur Sumsel kepada Richard Cahyadi sebagai Pejabat Bupati OKU Timur sampai dilantiknya Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur hasil Pilkada Tahun 2015.

Lima tahun berlalu, selanjutnya pilkada Kabupaten OKU Timur diselenggarakan pada tahun 2015. Pilkada OKU Timur tahun 2015 diikuti oleh tiga pasangan calon yang maju dengan dusung oleh partai politik. Pilkada tahun 2015 dimenangkan oleh petahana (Incumbent) M. Kholid Mawardi. M. Kholid Mawardi telah menjadi wakil bupati OKU Timur dua periode dari tahun 2005-2015, namun kini M. Kholid Mawardi menggandeng Fery Antoni sebagai wakil di pilkada OKU Timur pada periode 2015-2020.

Tabel 8. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2015

No	Nama Pasangan Calon	Partai Pengusung	Perolehan Suara
1.	M. Kholid Mawardi dan Fery Antoni	Partai NasDem, Partai Demokrat, PDIP, PKB dan	180.677 Suara (58,55%)
2.	Edward Jaya dan Sugeng Supriyanto	Partai Golkar dan PPP	104.576 Suara (33,89%)
3.	Juanda dan Didi Apriadi	PAN, Partai Hanura, dan Partai Gerindra	23.334 Suara (7,56%)

Sumber: KPUD Kabupaten OKU Timur, 2022

Periode kepemimpinan M. Kholid Mawardi dan Fery Antoni telah berlalu. Kabupaten OKU Timur kembali menyelenggarakan Pilkada yaitu pada tahun 2020. Pilkada Kabupaten OKU Timur tahun 2020 diikuti oleh dua pasangan calon yang maju melalui jalur independent maupun diusung oleh partai politik. Dalam Pilkada OKU Timur 2020 kemenangan diraih oleh pasangan calon Lanosin dan M.Adi Nugraha Purna Yudha Yang dilantik sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur di Griya Agung Palembang, pada jumat, 26 februari 2021 oleh Gubernur Sumatera Selatan Hermanderu membacakan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia yang telah ditandatangani Presiden terkait pelantikan Bupati dan Wakil Bupati, hasil dari pemilihan Kepala Daerah serentak tahun 2020.

Tabel 9. Daftar Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2020

No	Nama Pasangan Calon	Partai Pengusung	Perolehan Suara
1.	Lanosin dan M.Adi Nugraha Purna Yudha	PKB, Demokrat, NasDem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP, PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo.	218.836 suara (59,5%)
2.	Ruslan dan Herly Sunawa	Independent	148.747 suara (40,5%)

Sumber: KPUD Kabupaten OKU Timur, 2022.

4.2 Profil Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur Tahun 2020

Sub bab ini, penulis menjabarkan profil singkat Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2020. Selain biodata singkat, sub bab ini juga menjabarkan visi dan misi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2020 yang penulis kutip dari website oku timurkab.go.id tentang daftar riwayat hidup calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2020 (Oku timur, 2022).

4.2.1. Profil Bupati OKU Timur Tahun 2020

Bupati Kabupaten OKU Timur tahun 2020 adalah seorang laki-laki yang bernama Lanozin Hamzah Lahir di Gumawang, 31 Mei 1978, anak ke 12 dari Pasangan H. Hamzah dan Hj. Hanyani, Enos panggilan Akrab Lanosin bersekolah dasar di SD Negeri 1 Sidomulyo lulus Tahun 1989, menamatkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Belitang tamat Tahun 1992, Sekolah Menengah Atas (SMA) ditamatkan beliau di SMA Negeri 1 Belitang Tahun 1995 dan pendidikan terakhir di Perguruan Tinggi Negeri Universitas Sriwijaya Fakultas Teknik Tamat Tahun 2001. Lanosin Hamzah bekerja sebagai Aparatur Sipil Negara di Pemerintah Kota Palembang dan menikah dengan Sheila Noberta di Anugerahi 3 anak, Lanosin aktif di Ikatan Sarjana Nahdatul Ulama dari Tahun 2020 sampai saat ini, beliau juga sebagai koordinator OKU Raya dan juga aktif sebagai Dewan Pakar Forum Koordinasi Pelapor Perdamaian Tahun 2020 sampai 2022 (Oku timur, 2022).

4.2.2. Profil Wakil Bupati OKU Timur Tahun 2020

Wakil Bupati Kabupaten OKU Timur adalah M. Adi Nugraha Purna Yudha yang merupakan putra pertama dari M. Kholid Mawardi dan Rusmiati, Yudha panggilan akrabnya Lahir di Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) pada 5 Oktober 1986, suami dari Nur Inayah ini di anugerahi 3 (Tiga) orang anak, Yudha menamatkan Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Buay Madang Timur tamat Tahun 1998. Beliau juga Menamatkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Buay Madang tamat Tahun 2001, Tahun 2004 Yudha menamatkan Madrasah Aliyah Negeri Jogjakarta dan menamatkan Pendidikan Perguruan Tinggi di Perguruan Tinggi Sjahyakitri Tahun 2012, saat ini M. Adi Nugraha Purna Yudha Menjabat sebagai Ketua Komite Olahraga Nasional Indonesia (Oku timur, 2022).

4.2.3. Visi dan Misi Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur Tahun 2020

Visi dan Misi OKU Timur Maju Lebih Mulia. Dalam Kabupaten OKU Timur yang Maju adalah Kabupaten yang Memiliki Kemampuan nyata di segala bidang. Pemerintah Daerah Memiliki Kemampuan untuk melaksanakan Pembangunan baik Ekonomi, Sosial, Budaya, Infrastruktur, Pendidikan, Kesehatan, dan Keamanan yang sejalan dengan Program Pemerintahan Provinsi Sumatera Selatan dan Pemerintah Pusat Berdasarkan Aspirasi Masyarakat.

Kabupaten OKU Timur Lebih Mulia Adalah Kabupaten yang Masyarakatnya Memiliki Akhlak yang Baik, Menjunjung Tinggi Nilai-Nilai Agama, Norma, Dan Hukum yang Ditopang oleh Penguasaan Iman, Ilmu, Teknologi, dan Seni, Sehingga Diharapkan Terwujudnya Kemandirian Masyarakat, Nilai- Nilai tertentu dalam Kehidupan Masyarakat, Terutama Keadilan, Persamaan, Kebebasan dan Kemajemukan (Pluralisme) serta Hidup Penuh Dengan Kedamaian.

4.3 Partai Pengusung Lanosin-Yudha dalam Pilkada OKU Timur 2020

Dalam sub bahasan ini penulis mendeskripsikan partai politik pengusung Lanosin dan M. Adi Nugraha Purna Yudha Dalam Pilkada Kabupaten OKU Timur tahun 2020. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2015 tentang perubahan atas undang-undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang- undang Npmpr 1 tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi undang- undang yang menjelaskan bahwa partai pengusung adalah partai politik atau gabungan partai politik yang memiliki kewenangan untuk mengusulkan pasangan calon menggunakan ketentuan memperoleh paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah atau paling sedikit 25% (dua puluh lima persen) dari adanya akumulasi perolehan suara sah, ketentuan tersebut hanya berlaku bagi partai politik yang memperoleh kursi di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Partai pengusung Lanosin dan M. Adi Nugraha Purna Yudha Dalam Pilbub Kabupaten OKU Timur adalah PKB, Demokrat, NasDem, PKS, Gerindra, Hanura, PPP, PAN, PDIP, Golkar, dan Perindo. Penulis menjabarkan visi dan misi partai

pengusung dan gabungan DPW/DPD/DPC Partai politik Kabupaten OKU Timur Provinsi Sumatera Selatan Lanosin dan M.Adi Nugraha Purna Yudha Dalam pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten OKU Timur tahun 2020.

Gabungan DPW/DPD/DPC Partai politik Kabupaten OKU Timur Provinsi Sumatera Selatan, Berdasarkan ketentuan Undang-undang dan peraturan komisi pemilihan umum, dalam hal ini dewan pimpinan daerah/ dewan pimpinan wilayah/ dewan pimpinan cabang gabungan partai politik yang meliputi:

Tabel 10. Partai Pengusung Lanosin dan M.Adi Nugraha Purna Yudha

No	Ketua	Sekretaris	Partai	Perolehan Kursi	Perolehan Suara
1.	Hermanto	Neil Tristiati	PKB	6 kursi	44421 suara
2.	Juniah	Sayuni. S	Gerindra	6 kursi	47490 suara
3.	A. Syarnubi	Zulkarnain	PDIP	4 kursi	35211 suara
4.	Juanda	Rohali.AR	PAN	3 kursi	27160 suara
5.	Faisal Riza	Riza Alif	Hanura	4 kursi	27192 suara
6.	Ibrahim	H.Moh. Islahudin	Demokrat	5 kursi	38607suara
7.	Beni Defitson	Jamil Nasution	Golkar	6 kursi	55346 suara
8.	Rio Susanto	Warsita	Nasdem	5 kursi	47890 suara
9.	Supriono	Ir. Hasanudin	PKS	3 kursi	20708 suara
10	Perlis	Suranto	Perindo	1 kursi	20612 suara
11.	Syamsu Rizal	Ropingi	PPP	2 kursi	19999 suara

Sumber: KPUD Kabupaten OKU Timur, 2022.

4.4 Politik Kekeluargaan Di Indonesia

Pemilihan Kepala Daerah secara langsung (Pilkada) di Indonesia telah menjadi agenda rutin sejak tahun 2005. Di satu sisi, Pilkada diapresiasi sebagai salah satu mekanisme positif dalam konteks penguatan demokrasi lokal (Sulistiyanto and Erb, 2009, p. 3; Hanif and Pratikno, 2012, p. 89). Namun, di sisi lain, pelaksanaannya masih diwarnai oleh berbagai permasalahan sebagaimana dikritisi banyak kalangan (Choi, 2007; Mboi, 2009; Aspinall and As'ad, 2016). Salah satu yang menjadi sorotan dalam setiap perhelatan Pilkada adalah munculnya fenomena “politik kekerabatan” yang secara umum dipahami oleh banyak pihak sebagai fenomena kemunculan dan kemenangan pasangan pemimpin daerah yang memiliki kekerabatan dengan seseorang atau sejumlah orang dalam lingkaran kekuasaan di berbagai institusi politik atau pemerintahan, baik di tingkat Pusat maupun di Daerah. Politik kekerabatan populer beberapa tahun terakhir. Politik kekerabatan

hadir seiring dengan liberalisasi politik dan praktek politik desentralisasi. Politik kekerabatan merupakan konsep lama dalam kajian ilmu politik. Secara sederhana Politik kekerabatan dimaknai mirip dengan dengan perilaku nepotisme. Mengapa demikian? Karena politik kekerabatan melakukan praktik pendistribusian kekuasaan diantara para anggota keluarga sedarah (Haboddin, 2015:69).

Makna ini mengilustrasikan bahwa dalam politik kekerabatan kekuasaan didistribusikan diantara anggota keluarga. Anggota keluarga bisa istri, anak, adik, dan ipar. Sedangkan Leo Agustino mendefinisikan politik kekerabatan hampir mirip dengan politik dinasti dalam arti politik tradisional. Leo Agustino mengartikan politik kekerabatan sebagai:

Upaya penguasa meletakkan keluarga, dan kerabat pada jabatan-jabatan strategis dengan tujuan membangun sebuah kerajaan politik di dalam pemerintahan, baik nasional maupun di tingkat lokal. Upaya itu dilakukan agar mereka yang menjadi anggota politik kekerabatan dapat 'saling menjaga' dan kekal dalam kekuasaan, disamping mampu mengendalikan pemerintahan sesuai dengan keinginan keluarga tersebut (Agustinus, 2010:67).

Poin penting dari analisis di atas adalah politik kekerabatan beroperasi dalam lingkup institusi politik dan pemerintahan dengan cara memasukkan anggota keluarga dan sanak saudara. Keluarga dan sanak saudara yang menjabat kuasa dalam politik diharapkan „saling menjaga“ agar bisa bertahan lama dalam kekuasaan. Lebih lanjut, Leo Agustino mengatakan dengan mendudukan keluarga atau saudara dalam jabatan strategis memudahkan penguasa mengontrol dan mengendalikan semua hal yang diperlukan penguasa. Keluarga sudah lama menjadi perhatian dalam kajian ilmu politik. Karya klasik Mohtar Mas'ood dan Collin MacAndrews Perbandingan Sistem Politik, sudah lama menyebutkan betapa kuatnya pengaruh keluarga dalam pembentukan politik seseorang. Dalam pandangan kedua penulis tersebut:

Keluarga memiliki pengaruh kuat dan kekal dalam struktur sosialisasi politik. Keluargalah yang membentuk sikap politik seseorang, memberikan kecakapan dalam interaksi politik, serta membuatnya lebih mungkin berpartisipasi dalam politik (Mas'ood dan MacAndrews, 1995:44).

Poin penting dari kutipan di atas adalah menempatkan keluarga sebagai poros sentral dalam sosialisasi politik, pembentukan sikap politik, menambah kecakapan politik serta bisa mendorong anggota keluarganya dalam berpartisipasi dalam politik. Kalau demikian argumennya, maka keluarga merupakan institusi pembentukan pendidikan politik dan pembentukan karakter serta sikap politik. Sebagai ilustrasi, marilah kita simak pengakuan Megawati Sukarno Putri sebagaimana ditulis Akhmad Bahar. Menurut pengakuan Megawati:

Terus terang saya belajar dari bapak, Bung Karno. Terutama wawasan politik dan kebangsaan. Ya, bagaimanapun dalam kehidupan saya ini sudah terjadi asahan dari naluri politik yang sudah ada. Mega ingin mengatakan bahwa bahwa ia belajar politik dari Bung Karno sejak anak-anak? Betul, sebab saya mengikuti Bung Karno bukan hanya sebagai presiden sebagai pemimpin bangsa (Bahar, 1996:27).

Pengakuan Mega memberikan sedikit informasi bahwa keluarga merupakan pembentukan politik pertama sebelum berkiprah di dunia luar. Pengalaman politik Mega, ternyata bisa ditemukan pula dalam diri mantan presiden Amerika Serikat, George W Bush yang menuturkan kisahnya. Banyak orang mulai terjun ke dunia politik sebagai aktivis mahasiswa, sebagai anggota gerakan pemuda, atau sebagai manusia paruh-baya yang peduli dengan masyarakatnya. Hanya sedikit yang seperti saya, terlahir dengan darah politik. Ayah dan ibu saya adalah politisi tangguh. Dan, saya telah terlibat dalam politik sejak kecil (McClellan, 2009:98).

Tiga kutipan di atas sengaja ditampilkan dalam kerangka memahami bahwa keluarga memiliki andil yang cukup besar dalam pembentukan politik seseorang. Keluarga adalah dapur politik dalam penggodokan kader politik selanjutnya yang diharapkan dapat melanjutkan karir politik sang ayah dalam pentas politik. Studi yang dilakukan Leo Agustino di Banten dalam batas tertentu berhasil menelisik eksistensi keluarga Atut Chosiyah dalam pentas politik dan ekonomi, baik di tingkat lokal maupun nasional (Agustino, 2010) Studi lainnya yang patut dipertimbangkan adalah Wasito Raharjo Djati yang menyebutkan pada level tertentu, familisme kemudian mengorganisasikan diri menjadi dinasti politik untuk menjaga kelanggengan kuasa dan mengontrol sepenuhnya suara masyarakat dalam pemilihan kepala daerah (Djati, 2013:51).

Data menunjukkan bahwa dibandingkan dengan perhelatan Pilkada sebelumnya, politik kekerabatan pada Pilkada Serentak 2020 menunjukkan peningkatan cukup signifikan. Pasca KPU RI merilis daftar pasangan calon kepala daerah pada Pilkada Serentak 2020, Lembaga Riset Nagara Institute (2020) mencatat terdapat 124 kandidat pada Pilkada Serentak 2020 yang terafiliasi dengan dinasti politik, dengan perincian sebagai berikut:

- a. 57 calon bupati dan 30 calon wakil bupati;
- b. 20 calon walikota dan 8 calon wakil walikota;
- c. 5 calon gubernur dan 4 calon wakil gubernur.

Catatan menarik lainnya adalah dari total 124 kandidat tersebut, 57 perempuan dan 29 di antaranya adalah istri dari kepala daerah sebelumnya. Hal ini menunjukkan betapa „bernafsunya“ keluarga incumbent untuk ikut bagian dalam politik pilkada serentak. Data yang berhasil dihimpun mengilustrasikan bahwa istri dan anak merupakan pilihan paling tepat bagi incumbent dalam melestarikan kekuasaannya. Jalur politik kekerabatan yang diturunkan sang ayah ke samping (istri) dan ke bawah (anak) merupakan strategi politik dalam kajian sosiologi disebut *gemeinschaft by blood* yakni mengacu pada ikatan-ikatan kekerabatan (Sunarto, 2015:67).

Selama pelaksanaan pilkada serentak, wajah politik lokal berhasil disulap menjadi panggung keluarga para pejabat daerah. Dikatakan demikian, karena dalam pilkada langsung, sejumlah kepala daerah berhasil mendudukkan anggota keluarganya sebagai gubernur maupun bupati/walikota. Keberhasilan sejumlah kepala daerah dalam mendudukkan keluarganya di panggung politik lokal bisa dibaca sebagai kejelian mereka dalam menunggangi prosesi demokrasi prosedural yang sedang dirayakan. Kemampuan memanfaatkan celah demokrasi procedural melalui pesta politik yang bernama pilkada merupakan bukti bahwa pilkada langsung sangat ramah dengan para pejabat yang memiliki jaringan dan pemilik kapital. Dengan jabatannya para „*incumbent*“/petahana berusaha menyusun strategi dalam kerangka mendudukkan keluarganya dalam panggung politik pilkada serentak. Data yang dilansir Kemendagri menyebutkan sebanyak 57 kepala daerah yang berhasil mentransfer kekuasaan: dari suami kepada istri, dan dari ayah kepada putranya (Haboddin, 2015:87). Keberhasilan para kepala daerah dalam mentransfer

kekuasaan kepada istri, anak, adik dan ipar merupakan strategi baru dalam mempertahankan dan melestarikan kekuasaan keluarga dalam pengelolaan pemerintahan daerah. Fenomena ini bisa disebut“ sebagai rezim keluarga di pilkada (Kompas, 2020).

Tiga basis material di atas sangat diperlukan bagi incumbent/petahana dan keluarga dalam pilkada serentak. Investasi politik, jaringan, dan kekayaan merupakan kaharusan yang sejatinya dimiliki oleh pasangan calon. Fondasi material diperlukan dalam kerangka memperoleh kuasa dalam pilkada. Bahkan, dalam pilkada langsung, penguatan kekerabatan atau biasa disebut politik dinasti hadir dan mengental dalam peta politik lokal.

Politik kekerabatan tumbuh dan berkembang secara pesat dalam demokrasi elektoral. Dikatakan pesat karena untuk kandidat yang diajukan sebagai pengganti suami biasanya tidak memiliki pengalaman memimpin dan minus kapasitas intelektual. Mereka yang diajukan dalam bursa pilkada adalah generasi penyusun atau penumpang yang berlindung pada kewibawaan dan popularitas orangtua atau keluarga dekatnya, sementara dia sendiri secara politik masih belum punya apa-apa yang bisa ditawarkan kepada bangsa dan negara (Maarif, 2009:42). Implikasinya adalah kita sering mendengar kepala daerah yang di bawah bayang- bayang suami ataupun ayahnya. Kepala daerah boneka. Meskipun suara sumbang seringkali muncul di media massa, namun fakta lapangan menunjukkan lain,yakni keluarga incumbent terus saja hadir dan terpilih dalam pilkada.

Mengentalnya politik kekerabatan di tingkat lokal merupakan buah dari pelaksanaan demokrasi prosedural. Dalam demokrasi prosedural diandaikan bahwa semua masyarakat bisa mengakses kekuasaan dan pemerintahan secara bebas, fair, dan demokratis. pengandaian ini dalam batas minimal sudah tercapai. Maksudnya semua golongan dan semua profesi memiliki kesetaraan dalam mencalonkan diri sebagai kandidat kepala daerah. Bahkan, Mahkamah Konstitusi memberikan ruang kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam bursa kepala daerah melalui dua jalur: jalur partai politik atau gabungan partai politik dan jalur peseorangan/independen.

Mahkama Konstitusi sudah melegalkan dua jalur pencalonan dalam pilkada langsung, namun MK tidak bisa memprediksikan bahwa pilkada langsung akan menyuburkan politik kekeluargaan dan politik dinasti. Mengentalnya politik kekeluargaan dalam pilkada langsung membahayakan proses demokrasi yang sedang berlangsung. Karena itu, perlu dicarikan jalan keluarnya agar demokrasi lokal bisa tumbuh dan berkembang. Pertama, memperkuat peran partai politik melalui sistem kaderisasi yang melembaga. Partai politik diharuskan bisa mencetak politisi/kepala daerah yang berkualitas tinggi. Politisi/kepala daerah yang dihasilkan melalui proses karir berjenjang dan terukur memiliki kapasitas politik yang lebih baik dibandingkan kader-kader yang diorbitkan secara instan.

Kedua, demokratisasi internal partai politik, yakni sejauh mana partai politik menciptakan prosedural internal yang demokratis dan memperhatikan faktor meritokrasi dalam seleksi internal kandidat yang menduduki jabatan eksekutif. Adanya kesempatan yang sama bagi setiap kader untuk mengembangkan karir politik memberikan insentif bagi kelancaran sirkulasi elit di tubuh partai politik (Sugiarto, 2007:30) .

Ketiga, pilkada diharapkan bisa mendorong demokrasi substansial. Demokrasi substansial menjamin adanya kontrol populer terhadap urusan publik dan politik berbasis persamaan hak warga negara. Kapasitas populer dalam menkontrol pengaturan prosedural untuk berkuasa (Paskarina dkk, 2015:6) menjadi keharusan dalam sistem politik demokrasi bukan transformasi. Tiga hal ini secara minimal yang bisa dilakukan dalam mengimbangi laju politik kekerabatan di tingkat lokal. Memperkuat sistem kaderisasi partai politik dan pada saat yang sama menjunjung tinggi meritokrasi dalam pengisian jabatan kepala daerah secara otonomis mempersempit ruang gerak para kandidat penyusu untuk ambil bagian dalam suksesi kepemimpinan di tingkat lokal.

Pararel dengan itu, masyarakat juga diharapkan bisa melakukan kontrol terhadap prosedural pemilihan kepala daerah secara ketat. Mengurangi calon kepala daerah yang minus kapasitas dan hanya mengandalkan nama besar keluarga tetapi

memperbesar jumlah kepala daerah yang mau bekerja untuk rakyat dan selalu mempromosikan politik kesejahteraan daerah.

4.5 Rakor Persiapan Pilkada Bupati OKU Timur

Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten OKU Timur menggelar rapat koordinasi sosialisasi pelaksanaan tahapan pendaftaran bakal calon peserta Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur, Pilkada tahun 2020. Rapat koordinasi langsung dibuka oleh Bupati OKU Timur, H.M Kholid Mawardi. Turut hadir Kapolres OKU Timur, AKBP Dalizon S.Ik., M.H, Kejaksaan Negeri OKU Timur, Badan Kesbangpol OKU Timur serta para anggota komisioner KPU dan Ketua Partai Politik.

“Kegiatan ini guna mempersiapkan tahapan pencalonan pilkada sebelum dimulainya pendaftaran untuk pencalonan serta ada tahapan pengumumannya kemudian hasil tes kesehatan bakal calon sampai nanti penetapan calon itu sendiri,” jelas Ketua KPUD OKU Timur, Herman Jaya, usai pelaksanaan rapat, Senin (24/08/2020). Menurut Herman, selaku pihak penyelenggara, adanya proses pendaftaran untuk pasangan calon kepala daerah ini yang berdasarkan ketentuan dan regulasi yang ada terhadap pendaftaran pada bakal calon, baik calon independen maupun calon yang diusung partai politik. Pendaftaran dibuka pada 4-6 September 2020. Herman berharap para anggota partai yang hadir agar dapat menyampaikan kepada bakal calon yang diusungnya, untuk mempersiapkan segala keperluan dan kebutuhan terkait pendaftaran nanti.

Ketua KPU OKU Timur Herman Jaya melalui Komisioner KPU OKU Timur Divisi Sosialisasi, SDM dan Parmas Yuliansyah mengatakan, sosialisasi PKPU dilakukan karena adanya perubahan tentang pelaksanaan pilkada tahun 2020 akibat adanya pandemi Covid-19. Pilkada serentak merupakan agenda nasional yang sudah direncanakan harus ditata ulang akibat pandemi Covid-19. Perubahan itu terdapat dalam PKPU yang baru, sehingga perlu disosialisasikan kepada seluruh lini masyarakat sebagai salah satu upaya untuk menyukseskan Pilkada. Salah satu tahapan yang berubah dalam PKPU yang lama, tahapan kampanye pilkada serentak 2020 dengan metode kampanye rapat umum yang hanya bisa dilakukan secara

jaringan (daring). Jika dilakukan kampanye tatap muka maksimal peserta berjumlah dua puluh orang, namun jika dilakukan di dalam ruangan atau gedung maka hanya bisa digunakan 50 persen dari kapasitas ruangan. Selain itu, berdasarkan Surat Edaran 20 Tahun 2020 Komisi Pemilihan Umum, seluruh tahapan yang dilaksanakan harus sesuai dengan standar protokol kesehatan. Pilkada kali ini merupakan tantangan karena dilaksanakan ditengah pandemi Covid-19, dan ini menjadi tugas kita bersama untuk menghasilkan Pilkada yang berkualitas.

4.6 Pelaksanaan pemilihan serentak Pemilukada Kabupaten OKU Timur

Hasil pemilihan umum legislatif 2019 di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur terdapat 11 Partai Politik dengan jumlah 45 Kursi di DPRD Kabupaten OKU Timur, yaitu:

Tabel 11. Jumlah Kursi Partai Politik

No.Partai Politik	Jumlah Kursi
1 Golkar	6
2 Gerindra	6
3 PKB	6
4 NasDem	5
5 Demokrat	5
6 PDI-P	4
7 Hanura	4
8 PKS	3
9 PAN	3
10 PPP	2
11 Perindo	1

Sumber: KPU OKU Timur, 2022

4.7 Pengundian Nomor Urut

Badan Narkotika Nasional kabupaten OKU Timur bersama KPUD OKU Timur melakukan rapat pleno terbuka Pengundian nomor urut pasangan calon (paslon) pada pemilihan kepala daerah (Pilkada) Ogan Komering Ulu (OKU) Timur sudah dilakukan Kepala BNNK OKU Timur Gendi Marzanto yang diwakili Oleh kasubag umum Kholid Ardiyansa.SE menghadiri acara Rapat pleno pemilihan nomor urut yang digelar untuk pemilihan Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur tahun 2020 Proses pengundian nomor urut paslon Pilkada OKU Timur dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) setempat di Hotel Puri Tani Martapura, Kamis 24 September 2020.



Gambar 4. Rapat Pleno Terbuka Pengundian Nomor Urut

Selain itu, pengundian nomor urut paslon Pilkada OKU Timur dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan. Ketua KPU OKU Timur, Herman Jaya mengatakan, pengundian nomor urut hanya boleh dihadiri sang paslon, perwakilan Bawaslu dan KPU saja. Mereka yang hadir wajib menerapkan protokol kesehatan pencegahan Covid-19 yang ketat. BNNK OKU Timur mendukung berjalanya pemilihan calon Bupati dan wakil Bupati OKU Timur yang sudah ditetapkan nomor urut oleh KPUD OKU Timur. semoga berjalan dengan lancar. Rapat pleno ini dihadiri langsung perwakilan Pemerintah Kabupaten (Pemkab) OKU Timur, Polres, TNI, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), Kejaksaan Negeri (Kejari), Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan Ketua Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) di 20 Kecamatan.

4.8 Kampanye Pasangan Calon

KPU OKU Timur bekerjasama dengan Tribun EO, menggelar Deklarasi Kampanye Damai dan Patuh Protokoler Kesehatan Pilkada 2020 di OKU Timur, di Hotel Parai Puri Tani Martapura Kabupaten OKU Timur. Dalam momen itu, para Pasangan Calon (Paslon) dan unsur terkait berkomitmen untuk tetap menjaga kondusifitas selama masa persaingan, di tengah situasi Pandemi. Komitmen perdamaian itu ditandai dengan penandatanganan Deklarasi Damai dan Patuh Protokoler Kesehatan yang dilakukan oleh kedua Paslon, KPU OKU Timur, Bawaslu OKU Timur, Pemda OKU Timur, Polres OKU Timur, Kejari OKU Timur, Dandim

0403/OKU dan unsur Forkopimda terkait lainnya. Seperti yang diketahui, di Kabupaten OKU Timur yang menyelenggarakan Pilkada 2020, ada 2 Paslon yang bertanding. Yakni pasangan nomor urut 1, Lanosin Hamzah- Adi Nugraha Purna Yudha, dan nomor urut 2, Ruslan Taimi-Herly Sunawan.



Gambar 5. Kampanye Salah Satu Pasangan Calon

Dalam sambutannya, Ketua KPU OKU Timur Herman Jaya mengatakan bahwa sesuai PKPU ke-13 tahun 2020, pelaksanaan tahapan Pilkada Serentak 2020 harus dipedomani dengan Protokoler Kesehatan secara ketat. Untuk itu pihaknya mengimbau kepada kedua paslon dan masyarakat, agar tetap menjaga kondusifitas masyarakat dan menekankan kepada pendukungnya untuk mematuhi protokoler kesehatan itu. Pihaknya berharap agar para pendukung masing-masing Paslon untuk tetap menjaga kondusifitas. Di samping sudah ada aturan yang telah mengatur teknis penyelenggaraan tahapan Pilkada 2020 di tengah Pandemi, harus disertai dengan kepatuhan.

4.9 Debat Publik Pasangan Calon

Debat Publik terbuka kandidat pasangan calon (paslon) kepala Daerah Bupati dan Wakil Bupati OKU Timur Tahun 2020 yang diselenggarakan oleh KPU berlangsung di Hotel Axelton Palembang. Komisi Pemilihan Umum (KPU) OKU Timur berharap kedua pasangan calon dapat memanfaatkan situasi debat publik agar dapat mensosialisasikan visi- misi. KPU tak ingin debat nantinya menjadi ajang saling menjatuhkan. Sehingga masyarakat tahu betul siapa Bupati dan Wakilnya serta melakukan apa kedepan untuk kemajuan OKU Timur lima tahun

kedepan. Para Kandidat Silakan memaparkan visi misinya, juga diwajibkan menjawab semua Pertanyaan para panelis yang telah disiapkan oleh tim perumus. Sesi Pertama Pemaparan visi – misi dari kedua pasangan calon (Paslon).

Sementara nomor urut satu Lanosin Hamzah dan Adi Nugraha Purna Yuda (EnosYuda), sampaikan bahwa mereka memiliki visi yang sangat besar untuk menjadikan OKU Timur, lebih mulya sebagai kabupaten terbaik, dengan pemerintahan yang amanah, masyarakat yang sejahtera selain itu meningkatkan partisipasi para perempuan. Memiliki visi misi yang pro rakyat dan sejumlah program unggulan yang di antaranya adalah mencanangkan kualitas kerja aparatur pemerintah, dalam Pelayanan tata kelola pemerintah yang baik dan terukur dengan menempatkan pejabat yang disesuaikan jurusan pendidikannya. Selain itu, siapkan tim ahlinya dibidang dalam Pelayanan masyarakat dan memberikan perhatian kepada tenaga ASN dengan Tunjangan kerjanya.



Gambar 6. Debat Publik Pasangan Calon

Berlanjut Pasangan Calon Nomor urut II (dua) yaitu Ruslan Taimi –Herly Sunawan seperti, bahwa lima visinya untuk membangun OKU Timur lima tahun ke depan melalui penelaahan dan identifikasi berbagai permasalahan serta orientasi yang strategis. Dimana mereka mempunyai pandangan jauh ke depan berdasarkan kreativitas. Dimana di situ (kreativitas) ditemukan visi nya agar mewujudkan OKU Timur yang aman dan sehat yang berwawasan lingkungan dan ekonomi kerakyatan. Acara Debat Kandidat disiarkan melalui media elektronik, Radio dan TV serta media sosial kegiatan ini dihadiri ketua KPUD Provinsi Sumsel Kelly Mariyana,

Ketua KPUD OKU Timur bersama Anggota komisioner, ketua Bawaslu OKU Timur Ahmad Gufron, Kapolres OKU Timur AKBP Dalizon Sik MH, Dandim 04/03 OKU Tan Kurniawan.

4.10 Pendistribusian Logistik

KPU OKU Timur mulai melakukan persiapan untuk melakukan distribusi logistik Pilkada 2020, ke Tempat Pemungutan Suara (TPS). Hal itu dilakukan, mengingat jadwal tahapan sudah mendekati masa pencoblosan pada 9 Desember mendatang. Ketua KPU OKU Timur melalui Divisi Sosialisasi, Pendidikan Parmas & SDM, Yuliansah mengatakan bahwa pihaknya mendistribusikan surat suara, dan logistik ke tingkat kecamatan terlebih dahulu. Barulah dari situ, logistic akan didistribusikan ke PPS. Pendistribusian akan dilakukan pada tanggal 5 dan 6 Desember 2020 kepada PPK (Panitia Penyelenggara Kecamatan) yang selanjutnya akan didistribusikan pada tingkat PPS, distribusi ke tingkat PPS dijadwalkan dilakukan pada H-2 pelaksanaan pada 9 Desember 2020, dan selama tahap distribusi itu, logistik dikawal oleh pihak keamanan terkait.

Kapolres OKU Timur AKBP Dalizon didampingi Kabag Ops Kompol Effendy Simanjuntak, Kasat Sabhara AKP Fauzi, Kasat Intel AKP Sigit Agung Susilo dan Kasie Propam Iptu Aston L Sinaga meninjau langsung logistik Pilkada 2020 di OKU Timur, Jumat (4/11/2020). Peninjauan tersebut merupakan kegiatan yang kesekian kalinya untuk mengecek kesiapan personilnya dari segi keamanan. Pada prinsipnya pengecekan pada sistem keamanan yang diterapkan. Sejauh ini keamanan Gudang Logistik Pilkada 2020 masih aman dan kondusif. Di samping itu, pihaknya telah menyiapkan 364 personel untuk mengamankan seluruh tahapan Pilkada 2020 di wilayah Kabupaten OKU Timur.

4.11 Hasil Pemilihan

Dua pasangan calon bupati dan wakil bupati sama-sama mengklaim unggul pada Pilkada Serentak 2020 di OKU Timur. Kedua pasangan yang bertarung yakni Lanosin Hamzah dan Adi Nugraha Purna Yudha nomor urut 1 dan Ruslan Taimi-Herly Sunawan nomor urut 2 dari jalur perorangan. Lanosin atau biasa disapa Enos mengatakan, hitung cepat dua Lembaga survey di Pilkada Serentak 2020 di OKU

Timur, Sumatera Selatan (Sumsel) menempatkan pasangan Lanosin Hamzah dan Adi Nugraha Purna Yudha SH (Enos – Yudha) unggul 61 persen dari rivalnya Ruslan Taimi-Herly Sunawan.

Kedua Lembaga yang diklaim Enos, sapaan Lanosin yakni Konsep Indonesia dan *IPO Institute*. Selain itu, Enos juga menyebutkan lembaga pemantau NETVID (*Network for Indonesian Demokrasi*) serta hasil C1 dari saksi yang ada di TPS. Pasangan Enos Yudha meraih 362.183 suara atau 61 persen dari total suara sah. Hasil terpisah, tim pemenangan Paslon Ruslan Taimi-Herly Sunawan juga mengklaim pasangan yang maju melalui jalur perorangan unggul hingga mencapai angka 8,8 persen. Kemenangan ini berdasarkan data yang masuk dari tim mereka yang berada di lapangan. Berikut hasil wawancara yang dilakukan terhadap informan penelitian.

4.12 Bagaimana dengan pelaksanaan pemilihan serentak di Pemilukada Kabupaten OKU Timur

Berdasarkan hasil wawancara dengan INF 1 penyelenggara pemilu mengatakan bahwa:

“Pemilihan serentak 2020 ini berlangsung dengan damai, tidak ada residu baik dari gugatan dari petun ataupun di makamah konstitusi, kalau untuk di Kabupaten OKU Timur ini penduduknya ini sudah melek demokrasi, bahwa mereka masyarakat OKU Timur ini dengan adanya keputusan KPU menerima dan tidak adanya penolakan hal ini sangat bagus untuk demokrasi di OKU Timur”(Wawancara tanggal 30 Mei 2022).

Berdasarkan hasil wawancara bersama INF 2 penyelenggara pemilu menyatakan :

“Untuk Pilkada di tahun 2020 itu alahamdulillah dengan adanya kekompakan kami meskipun dengan adanya personil yang terbatas, masih dapat kita laksanakan dengan baik artinya masih sesuai dengan tahapan dan tepat waktu, walaupun ada kekurangan misalnya seperti kekurangan tinta, namun secara garis besar itu tidak ada kendala dan berjalan dengan baik dari PPK (Panitia Pemilihan Kecamatan) sampai ke TPS (Tempat Pemungutan Suara) ini berjalan dengan baik. (Wawancara tanggal 30 Mei 2022).

Berdasarkan hasil wawancara bersama INF 3, penyelenggara pemilu, menyatakan:

“Dalam Pemilukada tahun 2020 di kabupaten OKU Timur ini relative kondusif, meskipun ada beberapa yang menjadi permasalahan klasik dan itu memang mungkin hampir rendah presentasinya di bandingkan dengan pemilu yang sudah-sudah. Iya memang tingkat prefisi keluarga Herman Deru ini sepertinya

semakin meningkat. Prefisi semakin meningkat adanya beberapa pelaporan di bawaslu dengan jumlah adanya sebelas peaporan yang bisa kami registrsi itu lebih banyak dari tahun-tahun sebelumnya”. (Wawancara tanggal 14 Juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan INF 9 selaku pengamat politik di Kabupaten OKU Timur menyatakan :

“Dari sistem matika pelaksanaan pemilukada di Kabupaten OKU Timur ini terlaksana dengan baik dan normatif tidak ada secara prosedural karena tidak ada yang di langgar, inikan terlihat tidak adanya sengketa pilkada yang melanggar aturan, sehingga itu pelaksanaannya menjadi cacat secara hukum. Di era Pemilukada di Kabupaten OKU Timur ini lebih kepada suasana demokrasi karena secara umum Indonesia ini suasananya demokrasinya baru procedural, demokrasi bukan substansial demokrasi, jadi yang terpenting di laksanakan sebagaimana tahapan-tahapannya, perkara ada sesuatu yang itu secara etis ,di luar nalar dan luar nalar selama itu tidak melanggar dan tidak melaporkan maka itu yang terjadi suatu hal yang sah. Jadi pemilukada di oku timur ini terbilang kondusif dalam penyelenggaraan dan pelaksanaannya” (Wawancara pada tanggal 31 Mei 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan INF 5 selaku partai lokal dari partai Nasdem menyebutkan :

“Prihal Pemilukada di Kabupaten OKU Timur tahun 2020 ini berjalan dengan baik dan sudah selaras dengan peraturan yang telah diberikan dari KPUD Kabupaten OKU Timur dari segi penyelenggaraan, proses hingga ke tahap penghitungan suara dan pendeklarasian paslon yang menang”.(Wawancara pada tanggal 13 Juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan INF 4 selaku LSM Kabupaten OKU Timur menyatakan:

“ Tentang Pemilukada Kabupaten OKU Timur tahun 2020 ini sepertinya biasa saja, namun dari sudut pandang saya sebagai LSM atau wartawan itu kurang demokrasi. Kenapa kurang demokrasi ? Sebab pertarungan antara Lanosin – Yudha melawan Ruslan – Herly itu dapat dilihat dengan kasat mata tidak demokrasi, karena Bpak, Herman Deru selaku Gubernur Sumatera Selatan dan Bapak, Khilid Mawardi yang notabene mantan bupati OKU Timur periode sebelumnya ini terjun langsung. Secara global di atas kertas itu Ruslan- Herly menang karena masyarakat simpatik karena beliau seorang mantan TNI, sebab kalau TNI ini kepemimpinannya itu sudah teruji. Apalagi pak ruslan itu TNI yng masuk dengan jurusan AKMIL. Dimana perwira itu di didik untuk memimpin jadi untuk kedepan aku rasa siapa yang menang itu orang yang memiliki uang, apa lagi secara kekeluargaan, secara umum dan secara kesukuan.(Wawancara pada tanggal 14 Juni 2022).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan oleh narasumber tersebut menurut pendapat penulis bahwasannya pelaksanaan pemilihan serentak di Pemilukada Kabupaten OKU Timur pada tahun 2020 berjalan dengan baik dan sesuai dengan rangkaian acara yang telah ditetapkan oleh KPUD Kabupaten OKU Timur.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

1. Strategi mempertahankan eksistensi dari Herman Deru pada pemenangan Lanosin-Yudha dalam konteks politik keluarganya yaitu jejaring yang kuat, yaitu HDC (Herman Deru Center) yang merupakan kakak kandung Calon Bupati dan adanya keikutsertaan Herman Deru selama proses kampanye. Pelaksanaan Pilkada OKU Timur diikuti dua pasangan calon yaitu Lanosin Hamzah-Adi Nugraha Purna Yudha, ada juga pasangan Ruslan-Herly Sunawan berjalan lancar sesuai dengan tahapan yang telah ditetapkan dan pada proses pelaksanaan rekapitulasi penghitungan suara di tingkat Kabupaten OKU Timur, saksi tim pasangan calon menyatakan tidak ada keberatan ditunjukkan dengan bersedianya menandatangani berita acara rekapitulasi penghitungan suara di Ogan Komering Ulu Timur.
2. Mempertahankan eksistensi politik keluarganya Herman Deru dalam pilkada OKU Timur tahun 2020 terbentuk karena faktor adanya sebuah jaringan kekuasaan yang tersebar di berbagai lini dan kuat di Kabupaten OKU Timur. Ketika jaringan mendukung sebuah keputusan adanya politik keluarganya, hal itu akan memungkinkan lahirnya kekuasaan yang mutlak. Jika kekuasaan itu mutlak, secara logika, memiliki kemungkinan penyalahgunaan kekuasaan yang lebih besar. Dalam penguatan jaringan politik yang dibangun oleh politik keluarganya berdasarkan afinitas politik keluarganya yang menyebabkan politik rekrutmen akan ditutup untuk orang-orang di luar politik keluarganya ini. Tim pemenangan dan jaringan relawan mulai dari tingkat kecamatan sampai dengan tempat pemungutan suara (TPS) di kecamatan tersebut juga sudah solid untuk mengantarkan Enos-Yudha menjadi orang nomor satu di OKU Timur. Tim pemenangan sudah sangat yakin dan tidak ragu lagi untuk

meraih kemenangan umumnya di OKU Timur dan khususnya di Kecamatan Belitang Jaya.

3. Dimensi teoritik yang terjadi di politik kekeluargaan di Kabupaten OKU Timur ini berbeda dengan politik kekeluargaan di Sulawesi Selatan. Dalam penelitian di OKU Timur ini lebih berfokus kepada strategi mempertahankan eksistensi Herman Deru dalam pilkada OKU Timur tahun 2020.

6.2 Saran

Dari beberapa kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penelitian ini merumuskan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Proses politik itu seperti penjaringan bakal calon kepala daerah. Jika perlu, partai politik membuat rekrutmen partai politik terbuka yang melibatkan tim pakar sehingga akan terjaring bakal calon kepala daerah yang mumpuni. Partai politik juga harus menjaga konsistensi dalam melakukan rekrutmen kader dan kaderisasi. Dengan demikian akan lahir kader politik yang berintegritas yang bisa dicalonkan menjadi bakal calon kepala daerah. Terdaftarnya anggota partai politik sebagai calon kepala daerah ditujukan agar terjadi distribusi kader baik di eksekutif maupun legislatif.
2. Seleksi penyelenggara Pilkada harus dilaksanakan secara serentak minimal 2 (dua) tahun sebelum pelaksanaan Pilkada, untuk melahirkan kualitas penyelenggara yang berintegritas, profesional dan mandiri. Ruang kerjasama dan koordinasi para penyelenggara Pilkada di tingkat nasional dan lokal harus terus diperkuat demi menjaga integritas pelaksanaan Pilkada itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, P., & Purnomo, E. P. (2019). Political dynasty model of bontang city. *Politik, Jurnal Wacana*, 4(2), 145–156. <http://jurnal.unpad.ac.id/wacanapolitik/article/view/25381>
- Arsandi, RS. 2016. Praktik politik nepotisme dalam pemilihan walikota. *Jurnal Politik Unas*. Vol. 12. No. 2. (2016)
- Arruda, W. & Dixson, K. (2007). *Career Distinction, Stand Out by Building Your Brand*, Published by John Willey & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Aspinall, E., & Berenschot, W. 2019. *Democracy for Sale: Pemilu, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*. *Cornell University Press*.
- Asshiddiqie, J. (2016). *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*. Sinar Grafika: Jakarta.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Pustaka pelajar: Yogyakarta.
- Bimantara, N. (2019). Analisis Politik Dinasti di Kabupaten Kediri. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan*. https://www.researchgate.net/profile/Novy_Yunas/
- Budiarjo, M. (2016). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada.
- Darren G. L. (2017). The Impact of Political Marketing on Internal Party Democracy. *Parliamentary Affairs*, 58(3)
- Denzin & Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Downer. (2013). *Geisha: The secret history of a vanishing world*. London: Headline Book Publishing.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.

- Gurr, Ted, R. (1996) *Why Men Rebel*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Haboddin, M. (2017). Politik Keluarga dalam Pilkada Serentak. *Jurnal Transformatif*, Vol. 3, Nomor 2.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metodologi Research Jilid I & II*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Haroen. (2014), *Personal branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hanif, H., & Pratikno. (2012). Local Politics in Indonesia, 1999-2010: a Literature Review. *PCD Journal*.
- Hertanto, dkk.2021. *Pilkada Di Masa Pandemi Bnadar Lampung: Aura*.
- Hidayat, M. H. (2016). Strategi Politik Pemenangan Pasangan Kandidat Vonnie Anneke
- Panambunan-joppi Lengkong dalam Pemilukada Kabupaten Minahasa Utara Tahun 2015. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*
- Joko, J. P. (2005). *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jumrah, J. (2018). Politik Dinasti dan Monopoli Kekuasaan (Studi Terhadap Berkuasanya Bangsawan Bima di Pemerintahan). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Larson, C. (2010). *Persuasi3n : reception and responsibility / Charles U. Larson. SERBIULA (Sistema Librum 2.0)*.
- Lerah, A. (2015). Strategi Incumbent dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sitaro Tahun 2013. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*
- Liwang, M. A. (2016). Kekuatan dan Strategi Politik Dalam Pemilukada Analisis Terhadap Kemenangan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa. UIN Alauddin Makassar
- Mathew, H. (1992). *Qualitative Data Analysis*. Jakarta : UI Press.
- McNally, David and Karl D. Speak. 2004. *Be Your Own Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Milles, M., & Michael H. (2012), *Analisis Data Kualitatif*, Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Moleong, L. (2012), *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Montoya, P., & Vanhaley, T. 2004, *Eight Laws of Personal Branding Menurut buku Strategic Personal Branding*.
- Mukti, H. H., & Rodiyah. (2020). Dynasty Politics in Indonesia: Tradition or Democracy?. *Journal of Law & Legal Reform*, 1(3).

- Napir, S. (2016). Strategi Pemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 di Kabupaten Majene. *The Politics*, 2(2).
- Niffenegger, P. (1989). "Strategies For Success tFrom The Political Marketers". *The Journal Of Marketing*
- Nursal. (2004). Political Marketing: Strategi Menenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPD, DPRD.
- O'Shaughnessy, N. (2001). The Marketing of Political Marketing. *European Journal of Marketing*. 35 (9). 1047:1057.
- Peter, Montoya. The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah. 2002.
- Pich, 2012. *An Exploration of The Internal/Eksternal Brand Orientations of David Cameron's Conservative Party*, The American Political Journal.
- Rahmatunnisa, M. (2021). Menyoal Politik Keakerabatan Di Indonesia Dalam Pelaksanaan Pilkada Serentak 2020. *Jurnal Academia Praja*, 4(2), 295–316. <https://doi.org/10.36859/jap.v4i2.483>
- Rohman, et. al. (2012). Strategi Pemenangan Petahana Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Ngawi 2010. Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro
- Scott, James C. 1972. Patron-Client Politics and Political Change in Southeast Asia: American Political Science Association. Jurnal. APSA. Vol. 66, No. 1
- Surbakti, Ramlan. (1992). Memahami Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Widiarsana Indonesia.
- Susanti, M. H. (2018). Dinasti Politik dalam Pilkada di Indonesia. *Journal of Government and Civil Society*, 1(2), 111. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v1i2.440>
- Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: UNS.
- Zeliana, Y., Sulastri, E., Sumarno., & Andriyani, L. (2021). Strategi Politik Pemenangan Petahana Pasangan Hj. Airin Rachmi Diany dan Benyamin Davnie Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2015. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia dan Global*, 2(1).