



Strategi Partai Golkar Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Airin Rachmi Diany Pada Dapil Banten III

Glenn Kevin Immanuel^{1*}, Yusa Djuyandi¹

¹Department of Political Science, Universitas Padjadjaran, 45363, Jawa Barat-Indonesia

INFO ARTIKEL

Dikirim: April 26, 2024

Diterima: Jul 01, 2024

Dipublikasi: Jul 31, 2024

KATA KUNCI:

Campaign Strategy; Golkar Party; Political Marketing; General Election 2024;

KORESPONDEN:

Glenn Kevin Immanuel

Department of Political Science,
Universitas Padjadjaran.

Email:

glenn23004@mail.unpad.ac.id

SITASI CANTUMAN:

Immanuel, G. K., & Djuyandi, Y. (2024). Strategi Partai Golkar Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Airin Rachmi Diany Pada Dapil Banten III. *Journal of Political Issues*, 6 (1); 72-86.

<https://doi.org/10.33019/jpi.v6i1.236>



DOI:

<https://doi.org/10.33019/jpi.v6i1.236>

LISENSI:



Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
(CC- BY-NC-SA 4.0)



ABSTRAK

Abstract This research will analyze the Golkar Party's strategy in the 2024 election with a case study of Airin Rachmi Diany in Banten III electoral district. In researching this issue, the researcher uses the 4P political marketing mix theory proposed by Niffeneger, namely product, promotion, price, and place. In addition, the researcher also used qualitative research methods, with interview technique by interviewing several sources and supported by literature studies and document analysis techniques to analyze the Golkar party's strategy. The author found that there are various factors that make Golkar Party and Airin get a large number of votes and get additional seats in this electoral district. These factors are the party platform that is in line with Airin's characteristics and image. Then the image of Airin who has achievements as mayor of South Tangerang so that he is able to carry out campaign methods with an approach that is in accordance with the culture of the Greater Tangerang community. Airin also has logistics, such as economy, family strength, support from Golkar, and a sufficient image to support the campaign. Lastly, the selection of electoral districts is in accordance with Golkar's strong vote base in the Banten region so that it can smoothen Golkar and Airin's steps in the 2024 elections.

Abstrak Penelitian ini akan menganalisis strategi Partai Golkar dalam pemilu 2024 dengan studi kasus Airin Rachmi Diany di dapil Banten III. Dalam meneliti isu ini, peneliti menggunakan teori pembauran pemasaran politik 4P yang dikemukakan oleh Niffeneger, yaitu produk, promosi, harga, dan tempat. Selain itu, peneliti juga menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik wawancara dengan mewawancarai beberapa narasumber serta dikuatkan studi literatur dan teknik analisis dokumen untuk menganalisis strategi partai Golkar. Peneliti menemukan bahwa terdapat berbagai faktor yang membuat Partai Golkar dan Airin mendapatkan suara yang besar dan mendapatkan kursi tambahan pada dapil ini. Faktor-faktor tersebut adalah terdapat *platform* partai yang sejalan dengan karakteristik dan citra Airin. Kemudian citra Airin yang memiliki prestasi sebagai Walikota Tangerang Selatan sehingga mampu melakukan metode kampanye dengan pendekatan yang sesuai dengan budaya masyarakat Tangerang Raya. Airin juga memiliki logistik, seperti ekonomi, kekuatan keluarga, dukungan dari Golkar, dan citra yang cukup dalam menunjang kampanye. Terakhir adalah pemilihan dapil yang sesuai dengan basis suara Golkar yang sudah kuat di daerah Banten sehingga dapat memuluskan langkah Golkar serta Airin dalam Pemilu 2024.

TENTANG PENULIS:

Glenn Kevin Immanuel, menyelesaikan studi S-1 di Program Studi Ilmu Politik Universitas Udayana pada tahun 2019, saat ini penulis sedang melakukan studi S-1 di Ilmu Hukum Universitas Terbuka dan melanjutkan studi di Magister Ilmu Politik Universitas Padjadjaran.

Yusa Djuyandi, menyelesaikan studi S-3 di Universitas Padjadjaran pada tahun 2016. Saat ini penulis merupakan dosen tetap Departemen Ilmu Politik Universitas Padjadjaran.

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar penting dalam sistem bernegara yang demokratis. Hal ini karena pemilu merupakan arena kompetisi dalam rangka mengisi jabatan politik yang ada di pemerintahan berdasarkan pilihan formal warga negara yang memiliki syarat-syarat tertentu (Pamungkas, 2009). Pemilu menjadi sistem paling termutakhir yang pernah ditemukan oleh manusia untuk menjadikan rakyat sebagai penguasa tertinggi atas dirinya. Pemilu juga menjadi indikator negara demokrasi di dunia, yang mana keberadaan pemilu ditunjukkan sebagai salah satu tolak ukur bagaimana rakyat dapat secara adil memilih pemerintahannya.

Pada tahun 2024, terdapat 17 partai nasional dan 6 partai lokal yang berkontestasi pada Pemilu 2024. Salah satu partai yang ikut berkontestasi dalam Pemilu 2024 adalah Partai Golkar, dimana Partai Golkar memperoleh nomor urut 4. Dalam sejarah Pemilu di Indonesia pasca Reformasi, Partai Golkar merupakan salah satu partai yang secara konsisten menjadi salah satu partai terbesar di Indonesia. Pasca Reformasi sekaligus sejak Pemilu 1999, Golkar masih menjadi partai yang diperhitungkan, yang mana pada gelaran Pemilu 1999, Golkar mampu mendapatkan perolehan suara sebesar 22,44 persen dan berada di posisi kedua. Selanjutnya, Golkar berhasil mendapatkan posisi pertama pada Pemilu 2004 dengan memperoleh suara sebesar 21,58 persen. Kemudian, angka perolehan suara Golkar menurun di angka sekitar 14 persen, yaitu 14,45 persen pada tahun 2009 dan 14,75 persen pada tahun 2014, dengan berada di peringkat kedua pada gelaran Pemilu dua kali berturut-turut. Kemudian di tahun 2019, Golkar mampu meraup suara sebesar 12,31 persen dan menduduki posisi ketiga (Litbang Kompas, 2024). Perolehan suara Golkar Kembali naik pada Pemilu 2024 dengan mampu meraup 15,28 persen suara dan berada di posisi kedua (Rosana, 2024). Hal ini menunjukkan konsistensi Golkar sebagai salah satu partai terbesar di Indonesia.

Terlihat bahwa terjadi dinamika perubahan presentase perolehan suara dan jumlah kursi yang diperoleh Partai Golkar dalam pemilu pasca Reformasi. Dari sepanjang gelaran pemilu di Indonesia pasca Reformasi, Partai Golkar tercatat mengalami dua kali peningkatan presentase perolehan suara, yaitu pada pemilu tahun 2014 dan 2024. Namun dari kedua kenaikan presentase suara tersebut, kenaikan presentase suara Partai Golkar yang paling signifikan adalah yang terjadi pada pemilu tahun 2024.

Salah satu daerah pemilihan (Dapil) yang ikut menyumbangkan kenaikan perolehan suara dan jumlah kursi Partai Golkar pada pemilu 2024 adalah Dapil Banten III yang meliputi Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan. Pada tahun 2014 dan 2019, Golkar mampu memenangi satu kursi DPR di Dapil Banten III. Perolehan kursi Golkar meningkat menjadi dua kursi pada Pemilu 2024 setelah mampu memperoleh suara tertinggi dengan 638.064 suara pada Dapil Banten III. Sedangkan Partai lain yang mendapatkan kursi DPR dari Dapil Banten III, antara lain PKB dengan satu kursi, Gerindra dengan satu kursi, PDIP dengan dua kursi, Golkar dengan dua kursi, Nasdem satu kursi, dan PKS, PAN, serta Demokrat yang masing-masing satu kursi (CNN Indonesia, 2024).

Peningkatan kursi yang diraih oleh Partai Golkar di Dapil Banten III menjadi menarik, karena terdapat salah satu calon anggota DPR RI, yaitu Airin Rachmi Diany yang mendapatkan suara terbanyak di dapil ini. Bahkan Airin menjadi salah satu calon anggota DPR RI yang mendapat suara terbanyak di Indonesia dan menjadi calon anggota DPR RI yang mendapatkan suara terbanyak di internal Partai Golkar (Tempo.co, 2024). Airin Rachmad Diany mampu mendapatkan suara sebesar 302.878, disusul oleh Habib Idrus Salim Aljufri dari PKS yang memperoleh suara sebesar 184.407. Kemudian calon anggota DPR dari Partai PDIP berada di posisi ketiga dengan 149.397 suara, disusul Moh. Rano Alfath dengan 125.853 suara dan Sufni Dasco Ahmad dengan 119.692 suara (Sujoni, 2024).

Dari data diatas, ditemukan bahwa Airin memperoleh suara tertinggi di Dapil Banten III mengalahkan beberapa calon lain yang cukup populer di Indonesia, seperti Rano Karno yang

merupakan artis sekaligus mantan Gubernur Banten dan Sufmi Dasco Ahmad yang merupakan Ketua Harian Partai Demokrat sekaligus sebagai Wakil Ketua DPR RI. (Farisa, 2024). Perolehan suara Airin juga turut mendongkrak suara Partai Golkar yang mendapatkan total suara sebanyak 639.064 suara di Dapil Banten III (Sujoni, 2024). Melihat dari data-data yang sudah dijabarkan diatas, maka sangat menarik jika mengkaji lebih jauh strategi Partai Golkar sehingga mendapatkan kenaikan suara di Dapil Banten III pada pemilu 2024.

Terdapat beberapa penelitian mengenai strategi politik partai. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Jamil dan Kurniawan (2024) yang berjudul “Strategi Politik Partai Golkar Pasca Orde Baru: Studi Kasus Pemilihan Legislatif 2019 di Daerah Pemilihan Jawa Barat VIII”. Penelitian ini menemukan bahwa pasca Reformasi, Partai Golkar mengubah citra lama sebagai warisan Orde Baru menjadi citra partai politik yang solid dan mendukung penghapusan politik uang (Jamil & Kurniawan, 2024). Selain itu, Partai Golkar menekankan pada soliditas internal dan melatih saksi dalam mendukung penghitungan suara. Lebih lanjut penelitian ini melihat Partai Golkar menggunakan konsultan yang memiliki spesialisasi teknologi informasi, Big Data, dan media untuk beradaptasi dengan perubahan demografi pemilih (Jamil & Kurniawan, 2024).

Kedua, adalah penelitian yang dilakukan oleh Fransisko dkk. (2020) yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Partai Golongan Karya dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Sarolangun Periode 2019-2024”. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemenangan Partai Golkar dalam pemilu legislatif DPRD Kabupaten Sarolangun pada tahun 2019 tidak terlepas dari *personal branding* dari tokoh Partai Golkar, tokoh masyarakat, dan komunitas atau kelompok yang ada di masyarakat. Selain itu, pola komunikasi yang dilakukan oleh Partai Golkar menggunakan pendekatan agenda setting dengan menampilkan wajah murah senyum, ramah, menampilkan program yang peduli dengan masyarakat pada di *platform* media sosial (Fransisko dkk., 2020).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Andrika dan Ubaidullah (2020) dengan judul “Kemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif di Aceh Tenggara: Studi Kasus Pengaruh Hasanuddin Broeh Terhadap Kemenangan Partai Golkar di Pemilu Legislatif tahun 2014”. Penelitian ini menemukan pengaruh figur Partai Golkar yang memegang jabatan sebagai ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Golkar dan Bupati terhadap kemenangan Partai Golkar di Kabupaten Aceh Tenggara sangat besar (Andrika & Ubaidullah, 2020). Pada kasus ini, Bupati yang sekaligus sebagai ketua DPD Golkar menggunakan kekuasaannya untuk menggerakkan massa, sehingga partai Golkar dapat memenangkan pemilu legislatif pada tahun 2014. Dalam penelitian ini, Andrika dan Ubaidillah teori elit dan partai politik dengan konsep patronase dalam pemilu dan patron-klien.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dipaparkan diatas, belum ada penelitian yang melihat strategi Partai Golkar dalam memenangkan pemilu menggunakan teori bauran pemasaran politik, yang terdiri dari *product*, *promotion*, *price*, dan *place*. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi Golkar melalui salah satu kadernya, Airin Rachmi Diany, dalam Pemilihan Umum 2024 di Dapil Banten III dengan menggunakan teori bauran pemasaran politik.

LANDASAN TEORITIK

Untuk memenangkan pemilu, semua partai politik menggunakan segala cara, taktik dan strategi, begitu juga partai-partai politik yang ada di Provinsi Banten. Dalam mengkaji strategi politik, penting untuk memahami pendekatan tiga fase yang ada, yaitu analisis skenario, pengambilan keputusan strategis, dan implementasi strategis (Schroder, 2008). Salah satu strategi politik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran politik. Terdapat kaidah dalam pemasaran, yaitu “*Marketing is everything and everything is marketing*” (Mc. Kenna dalam Bastian, 2022).

Bauran pemasaran politik memiliki empat faktor yang menjadi patokan untuk mengupayakan terjadinya pemasaran politik kandidat yang dikenal sebagai 4P. 4P tersebut antara lain:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh institusi politik, dimana pemilih akan merasakan dampaknya setelah sebuah institusi politik maupun seorang kandidat terpilih (Niffenegger dalam Firmanzah, 2012). Dalam produk politik, pemilih memainkan peran yang cukup penting dalam memaknai dan menginterpretasikan produk politik yang disajikan oleh institusi politik maupun seorang kandidat (Dermondy & Scullion dalam Firmanzah, 2012). Produk politik terbagi menjadi tiga kategori, yaitu (1) *platform* partai, (2) catatan masa lalu, dan (3) ciri pribadi (Niffenegger dalam Firmanzah, 2012)

2. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu upaya untuk menarik perhatian konsumen dengan metode berkomunikasi dengan media massa, media elektronik, maupun komunikasi antar pribadi (Cangara, 2004). Kegiatan promosi tidak hanya dilakukan ketika pemilu akan dilaksanakan, melainkan harus dilakukan secara berkesinambungan dan terus menerus diluar jadwal kampanye (Butler & Collins, 2001). Sebagai contoh, bahwa institusi politik maupun kandidat calon dapat melakukan upaya untuk menarik perhatian pemilih dengan gerakan donor darah maupun menghadiri acara-acara yang diselenggarakan bersama rakyat.

3. Harga (*Price*)

Harga yang dalam hal ini adalah harga politik merupakan biaya ekonomi, psikologis dan citra nasional yang jika diartikan secara sebagai biaya kampanye, publikasi, dan operasional tim sukses (Niffenegger dalam Firmanzah, 2012).

4. Tempat (*Place*)

Tempat berkaitan dengan cara hadir atau proses pendistribusian sebuah institusi politik dan kemampuan dalam melakukan komunikasi dengan pemilih (Niffenegger dalam Firmanzah, 2012). Untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat, maka dalam melakukan kampanye politik, institusi politik maupun kandidat harus mengidentifikasi dan memetakan struktur dan karakteristik masyarakat

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif dilakukan untuk mendeskripsikan, menggali, serta memahami makna yang diberikan individu maupun masyarakat terhadap permasalahan sosial (Creswell, 2014). Hal ini dilakukan karena penelitian hendak mendeskripsikan dan menganalisis strategi yang dilakukan oleh Partai Golkar melalui Airin Rachmi Diany dalam meningkatkan suara dan kursi di Dapil Banten III pada pemilu 2024. Melihat strategi Partai Golkar dalam pemilu 2024 melalui Airin Rachmi Diany juga penting, mengingat Airin Rachmi Diany merupakan kader Golkar yang menjalankan strategipemenangan berdasarkan arahan Partai Golkar. Selain itu, Partai Golkar melihat bahwa Airin Rachmi Diany yang juga merupakan ketua Kesatuan Perempuan Partai Golkar (KPPG), diakui sebagai kader panutan bagi Golkar sehingga ada keselarasan antara strategi Golkar dengan strategi dari Airin Rachmi Diany (Joharsoyo, 2024).

Sumber data yang diperoleh merupakan data primer melalui teknik wawancara serta didukung oleh data sekunder lainnya yang terdiri dari buku, majalah, surat kabar, jurnal, dan literatur lainnya. Informan yang dilibatkan dalam penelitian ini terdiri dari anggota Partai Golkar yang juga menjadi tokoh masyarakat di Kota Tangerang Selatan, yaitu Baba H. Ahmad H.G., birokrat yang juga menjadi tim sukses Airin Rachmy Diany, yaitu M.Y. dan H.G.

Teknik wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana strategi Airin Rachmy Diany dan Partai Golkar dalam memenangkan Pemilu tahun 2024 di Dapil Banten III. Selain itu, peneliti menggunakan teknik analisis dokumen agar memudahkan dalam mencari informasi yang dapat memperkaya serta mendukung penelitian ini (Guba & Lincoln, 1989). Teknik analisis dokumen merupakan teknik analisis dengan pengambilan dan pencarian data yang berasal dari sumber tertulis untuk memperoleh data yang dapat mendukung penelitian dan hasil analisis (Subroto, 1992). Teknik analisis dokumen ini dapat dijalankan dengan membaca data, mengumpulkan data yang didapat dari sumber tertulis, kemudian data yang relevan dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Pemilu 2024, Airin Rachmi Diany mampu meraup suara tertinggi di Dapil III Banten, yang mana suara yang berhasil diraup sebesar 302.878 suara pada pemungutan suara tersebut. Salah satu hal yang berkontribusi dalam keberhasilan Airin Rachmi Diany untuk menduduki kursi DPR RI dengan suara terbanyak di Dapil Banten III pada pemilu 2024 adalah melalui beragam strategi kampanye dengan bauran pemasaran politik.

Penelitian ini akan berfokus pada penerapan bauran pemasaran oleh Partai Golkar bersama dengan Airin Rachmi Diany untuk memenangkan Airin Rachmi Diany dalam gelaran Pemilu 2024. Beberapa strategi tersebut, meliputi penggunaan media sosial, *personal branding*, *door-to-door campaign*, hingga kampanye luring. Secara rinci, strategi tersebut akan dibagi ke dalam bauran pemasaran produk, promosi, harga, dan tempat, yang akan dibahas secara rinci dalam penelitian ini.

Produk (*Product*)

Produk dalam sebuah institusi politik, yaitu platform yang berisikan konsep, identitas, ideologi, dan program kerja (Firmanzah, 2012). Hal ini yang membuat produk dalam sebuah institusi politik dapat dirasakan oleh pemilih setelah institusi tersebut terpilih. Hal ini karena produk dalam politik merupakan manifestasi dari institusi politik tersebut serta apa yang ingin diterapkan jika terpilih. Selain itu faktor lain yang mempengaruhi pembentukan produk politik adalah yaitu jejak institusi partai politik. Hal ini kemudian memunculkan karakteristik atau ciri dari kandidat yang pada akhirnya memberikan citra, simbol, dan kredibilitas pada produk politik.

Menurut David Reeve (dalam Golkar Institute, 2023) Partai Golkar yang pada waktu itu belum berbentuk partai dirancang oleh Presiden Soekarno pada tahun 1950-an sebagai jalan keluar atas pertarungan ideologi partai politik yang cukup keras. Setelah pemilu 1955, Presiden Soekarno menemukan ide untuk menggantikan partai-partai politik dengan golongan fungsional yang terdiri dari buruh, petani, wanita, pemuda, ulama, hingga aparatur pemerintahan (Reeve, 2013). Hal ini dilakukan oleh Presiden Soekarno karena terjadi perpecahan di tengah masyarakat akibat dari perbedaan ekstrim ideologi yang terjadi pada saat itu.

Saat ini, Partai Golkar memiliki *platform* politik yang berfokus pada pembangunan secara menyeluruh. Hal ini dapat dilihat dari buku yang diterbitkan oleh Golkar Institute yang berisi landasan kerja Partai Golkar 2024-2029. Terdapat empat pilar dalam landasan kerja Partai Golkar, yaitu: (1) pilar ekonomi dan ketenagakerjaan, (2) pilar demokrasi yang berkeadilan, (3) pilar kesejahteraan sosial, dan (4) pilar pelayanan publik, pertahanan, dan keamanan (Golkar Institute, 2023a). Selain itu, Partai Golkar juga mengusung ideologi jalan tengah melalui buku yang diluncurkan oleh Partai Golkar sebelum pemilu 2024 yang berjudul 'Jalan Tengah Golongan Karya: Mengutamakan Persatuan dan Kesatuan demi Kemajuan Bangsa'. Ideologi jalan tengah ini untuk memastikan tujuan dari Partai Golkar untuk menciptakan kesejahteraan rakyat. Hal ini kemudian diturunkan kepada seluruh kader Partai

Golkar yang mengikuti pemilu 2024 agar mengedepankan *platform* Partai Golkar mengenai kesejahteraan dan pembangunan.

Platform Partai Golkar ini tercermin pula dalam beberapa kampanye yang dilakukan oleh Airin. Pada dasarnya, Airin memperkuat *personal branding* untuk mensukseskan upaya kampanyenya melalui prestasi yang sudah dicapai selama jabatannya sebagai walikota di Kota Tangerang Selatan. Hal ini karena selama Airin memimpin selama dua periode sebagai Walikota Tangerang Selatan, Airin dianggap mampu berkontribusi terhadap perkembangan Pembangunan di Kota Tangerang Selatan (Prihana, 2021). Prestasi ini dibuktikan dengan penghargaan yang diraih oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan yang berhasil mencapai standar tertinggi dalam akuntansi penyusunan laporan keuangan pada tahun 2011 dan 2012. Selain itu, 21 kelurahan di Kota Tangerang Selatan juga berhasil mendapatkan gelar Kelurahan Sadar Hukum dan piagam Anubhawa Sasana dari Kementerian Hukum dan HAM. Prestasi tersebut ditambah juga dengan gelar Walikota Inovatif Terbaik dalam Penanganan Covid-19 yang berhasil diraih oleh Airin (Ningrum, 2024).

Di luar prestasi dan gelar yang diraih oleh Airin bersama dengan Pemerintah Kota Tangerang Selatan, masa pemerintahan Airin juga diwarnai dengan berbagai capaian pembangunan selama dua kali masa jabatan. Capaian tersebut, antara lain seperti Pendapatan Asli Daerah yang melonjak dari Rp. 420,663 miliar di tahun 2011 menjadi Rp. 3,8 triliun di tahun 2020. Selain itu, tercapainya target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah di bidang Pendidikan, meningkatnya angka partisipasi murni Sekolah Dasar. Di sektor Kesehatan sendiri Airin mampu meningkatkan alokasi JKN dengan program UHC yang dapat mencapai angka 99,86 persen dan peningkatan jumlah puskesmas serta menurunnya angka stunting hingga 11 persen. Sedangkan dalam bidang infrastruktur sendiri, Tangerang Selatan di bawah pemerintahan Airin dapat menyelesaikan berbagai pembangunan infrastruktur seperti jalan, jembatan, dan trotoar. Hal ini didukung juga dengan pembangunan kawasan pertanian terpadu, perpustakaan, serta kawasan alun-alun. Ini yang membuat Tangerang Selatan mampu meraih status Kawasan Ekonomi Khusus oleh pemerintah pusat (Prihana, 2021).

Hal tersebut sudah cukup menjadi modal bagi Airin untuk menunjukkan produk politik yang ditawarkan kepada calon pemilih. Terlebih, capaian pembangunan tersebut sejalan dengan *platform* politik dari Partai Golkar yang sudah memenuhi keempat pilar landasan kerja Partai Golkar. Oleh karena itu, prestasi Airin dalam memajukan Tangerang Selatan selama masa jabatannya sebagai Walikota menjadi modal yang kuat sekaligus *personal branding* yang mendukung strategi Partai Golkar dalam Pemilu 2024.

Selain itu Airin mencirikan dirinya sebagai calon pemimpin yang merakyat, cantik, mumpuni, dan berpengalaman. Sosok merakyat ini juga dikonfirmasi oleh narasumber yang menyatakan bahwa diantara keluarga Ratu Atut yang dianggap elitis, Airin merupakan satu-satunya yang paling merakyat. Salah satunya adalah Airin selalu hadir atau minimal mengirimkan karangan bunga ketika masyarakat mengirimkan undangan pernikahan, khitanan, maupun undangan-undangan lainnya. Namun dari semua undangan tersebut, Airin selalu mendahulukan acara kedukaan apabila terdapat masyarakat yang mengalami musibah kedukaan.

Dalam kanal Youtube terlihat bahwa Airin seringkali menggunakan warna kuning dan hijau toska dalam melakukan kampanye. Warna kuning dapat dikatakan lekat terhadap simbol Partai Golkar yang juga bernuansa kuning. Warna hijau toska juga dapat interpretasikan sebagai simbol Kota Tangerang Selatan, karena logo Kota Tangerang Selatan didominasi dengan warna hijau toska. Ini memang selaras dengan latar belakang Airin yang merupakan kader Partai Golkar dan mantan Walikota Tangerang Selatan. Kedua warna ini tidak hanya digunakan Airin pada saat mencalonkan diri sebagai Anggota DPR RI, namun juga sudah sering digunakan saat mencalonkan diri sebagai Walikota Tangerang Selatan selama dua periode.

Berdasarkan hasil wawancara, Airin memiliki personal *branding* yang kuat, sehingga menurut narasumber, Airin akan menang sekalipun tidak maju melalui Partai Golkar. Sosok Airin yang sangat populer di Dapil Banten III membuat Partai Golkar mampu menambah kursi dari dapil ini. Menurut narasumber, ketika Airin menjadi Walikota Tangerang Selatan, Airin selalu menampilkan sosok keibuan yang ditunjukkan saat melakukan kegiatan. Salah satu contohnya adalah ketika Airin melakukan sosialisasi terhadap ibu-ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) kemudian anaknya menelpon, maka sosialisasi itu dihentikan sementara untuk menjawab telpon anaknya. Hal ini kemudian diterima oleh masyarakat bahwa Airin merupakan sosok keibuan yang mendahulukan keluarga diatas segalanya.

Promosi (*Promotion*)

Agar produk politik dapat tersampaikan dengan baik kepada pemilih, tentu institusi politik maupun seorang kandidat harus melakukan promosi. Dalam melakukan kampanye, Airin menggunakan berbagai macam cara, yaitu secara konvensional dengan pintu ke pintu, kampanye akbar, penempatan baliho, maupun secara digital dengan media sosial. Dalam berbagai media, Airin sering melakukan kunjungan-kunjungan ke berbagai kalangan masyarakat, mulai dari tokoh masyarakat, tokoh agama, kalangan anak muda, komunitas perempuan, dan berbagai komunitas lainnya yang ada di Dapil Banten III.

Walaupun Airin melakukan kunjungan ke berbagai kalangan untuk berkampanye, Airin menggunakan sosok figur atau tokoh di tiap kecamatan dan komunitas ibu-ibu sebagai target promosi dirinya. Hal ini disampaikan oleh narasumber, dimana Airin selalu meminta petunjuk dan petunjuk dari tokoh-tokoh masyarakat ketika ingin maju sebagai calon anggota DPR RI maupun sebagai calon Gubernur Banten. Hal inilah yang kemudian mendapat simpati dari para tokoh masyarakat karena bagi mereka, Airin berbeda dari politisi lainnya. Mereka menganggap ketika Airin mendatangi tokoh-tokoh masyarakat diibaratkan seperti anak yang meminta restu kepada orang tua.

Airin yang juga sebagai Ketua Tim Kampanye Daerah (TKD) Prabowo-Gibran di Banten juga beberapa kali turun ke masyarakat dengan cara door to door dan melakukan kampanye terbuka di Banten bersama Prabowo dan Gibran. Salah satunya, pada 4 Desember 2024, Airin bersama Gibran melakukan kampanye *door to door* sembari membagikan susu kotak gratis kepada masyarakat di kawasan padat penduduk di Kampung Poris Gaga, Kota Tangerang ([KumparanNews, 2023b](#)). Secara tidak langsung, dengan melakukan kampanye terbuka bersama dengan calon wakil presiden nomor urut dua, yaitu Gibran, Airin juga mendapat efek popularitas di kalangan masyarakat.

Selain menggunakan cara kampanye terbuka dari pintu ke pintu, Airin juga menggunakan baliho sebagai cara untuk mengkampanyekan dirinya. Airin sudah menggunakan baliho untuk memperkenalkan dirinya ke masyarakat jauh sebelum masa kampanye pemilu 2024. Hal ini karena adanya keinginan Airin untuk menjadi calon Gubernur Banten pada tahun 2024. Bahkan sejak tahun 2022, Airin telah menempatkan balihonya di beberapa kota dan kabupaten di Banten ([KumparanNews, 2023a](#)). Dalam baliho yang ditempatkan oleh Airin, berisikan jargon “Banten Maju Bersama, Airin Bukan Yang Lain”.

Gambar 1. Salah Satu Baliho Airin di Jl. Melati Mas, BSD Serpong, Kota Tangerang Selatan

Sumber: (Beritatangsel.com, 2022)

Pada masa kampanye pemilu 2024, Airin juga tetap menggunakan baliho sebagai salah satu cara berkampanyenya. Berbeda dengan baliho sebelumnya, baliho yang digunakan Airin dalam rangka kampanye sebagai calon Anggota DPR RI berisi slogan “Berkarya Nyata” dan didominasi dengan warna kuning. Hal ini menyimbolkan Airin yang diusung oleh Partai Golkar sebagai calon Anggota DPR RI Dapil Banten III nomor urut satu.

Gambar 2. Salah Satu Baliho Airin pada Masa Kampanye Resmi Pemilu 2024

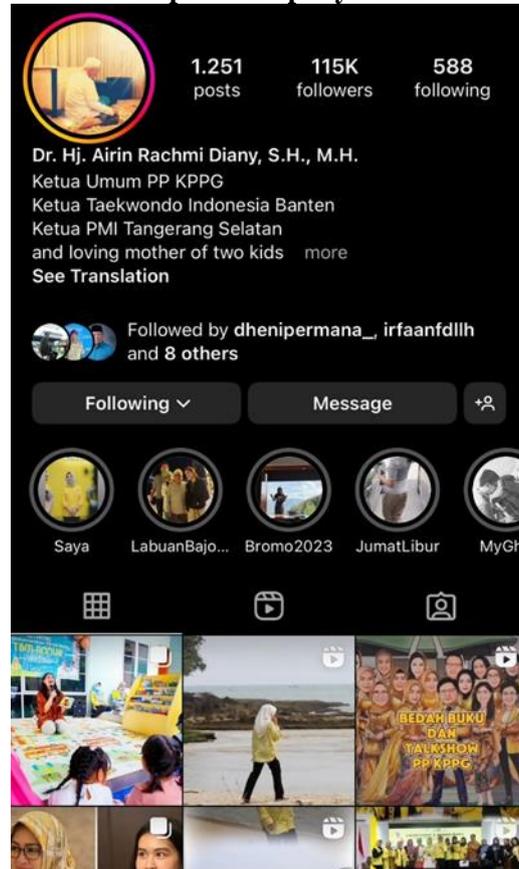
Sumber: (Day, 2023)

Tidak hanya menggunakan cara kampanye konvensional, Airin juga menggunakan kampanye digital sebagai upaya untuk memperkenalkan dirinya kepada masyarakat. Airin memiliki akun baik dikelola yang oleh pribadi maupun tim kampanye di berbagai sosial media guna mendukung proses kampanye, seperti Instragram, YouTube, Facebook, dan TikTok. Dalam media sosial Youtube dan TikTok, konten yang ditampilkan berkenaan dengan seputar kegiatan kampanye Airin yang dilakukan secara konvensional, seperti blusukan, kampanye terbuka, tabligh akbar, dan lain-lain. Sedangkan pada akun Instagram dan Facebook, konten

yang ditampilkan tidak hanya mengenai kegiatan kampanye, namun juga kegiatan pribadi Airin beserta dengan keluarganya.

Dalam berbagai kanal YouTube yang membahas seputar kampanye yang dilakukan oleh Airin, memperlihatkan bagaimana Airin turut dalam menyampaikan visi dan misi Partai Golkar mengenai kesejahteraan dan pembangunan. Dalam kanal YouTube yang bernama Airin Pedia, Airin kerap mengusung tema pendidikan, kebudayaan, pembangunan infrastruktur, hingga kesejahteraan masyarakat. Khusus pada tema pembangunan dan pendidikan, seringkali Airin menggunakan percontohan keberhasilannya di Kota Tangerang Selatan. Hal ini karena selama Airin memimpin selama dua periode sebagai Walikota Tangerang Selatan, sektor pendidikan dan pembangunan infrastruktur (Prihana, 2021).

Gambar 3. Aktivitas Sehari-hari maupun Kampanye dalam Akun Instagram Pribadi Airin



Sumber: Instagram Airin Rachmy Diany

Dalam akun Instagram pribadi Airin, Airin sering menampilkan berbagai macam kegiatan, baik kampanye, kegiatan partai, maupun keluarga. Airin sering menampilkan sosok anaknya, yaitu Ratu Ghefira M. Wardhana dalam akun Instagram miliknya. Berdasarkan hasil wawancara, sosok Ghefira dianggap sebagai sosok anak muda yang dekat dengan masyarakat kelas menengah kebawah, sehingga Airin sering menampilkan Ghefira, baik dalam kegiatan kampanye secara konvensional maupun di media sosial.

Cara kampanye yang dilakukan Airin dengan menggunakan media sosial, dapat dianggap sebagai bentuk adaptasi dengan budaya masyarakat masa kini. Hal ini dipengaruhi oleh banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial. Berdasarkan data dari Datareportal per Januari 2023, 167 juta masyarakat Indonesia atau setara dengan 60.4% dari total populasi Indonesia menggunakan media sosial (Kemp, 2024).

Harga (Price)

Harga dalam konteks pemasaran politik tidak selalu berbicara tentang kekuatan ekonomi, melainkan dapat berupa psikologis hingga citra nasional. Jika berbicara mengenai kekuatan ekonomi, Airin disokong oleh Partai Golkar yang memiliki kekuatan logistik yang cukup kuat. Laporan dana kampanye partai di Provinsi Banten dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.
Laporan Awal Dana Kampanye Partai di Provinsi Banten dari Terbesar hingga Terkecil

| No | Partai | Laporan Awal Dana Kampanye | |
|-----|----------------|----------------------------|------------------|
| | | Penerimaan | Pengeluaran |
| 1. | PKS | Rp.5.778.400.000 | Rp.5.463.880.000 |
| 2. | NasDem | Rp.5.744.860.626 | Rp.5.744.372.626 |
| 3. | Golkar | Rp.4.194.341.596 | Rp.4.184.442.174 |
| 4. | Gerindra | Rp.2.446.204.838 | Rp.2.380.704.846 |
| 5. | PDI Perjuangan | Rp.2.185.017.073 | Rp.2.167.469.745 |
| 6. | PAN | Rp.1.984.825.000 | Rp.1.984.825.000 |
| 7. | Demokrat | Rp.1.818.600.000 | Rp.1.818.600.000 |
| 8. | PKB | Rp.1.269.188.082 | Rp.1.268.718.000 |
| 9. | Gelora | Rp.647.757.400 | Rp.647.757.400 |
| 10. | PPP | Rp.490.435.500 | Rp.471.755.500 |
| 11. | Ummat | Rp.354.952.810 | Rp.334.487.310 |
| 12. | PSI | Rp.343.809.900 | Rp.334.759.900 |
| 13. | PBB | Rp.204.865.500 | Rp.204.865.500 |
| 14. | Hanura | Rp.192.120.000 | Rp.191.120.000 |
| 15. | Buruh | Rp.191.032.515 | Rp.184.782.400 |
| 16. | Perindo | Rp.131.915.000 | Rp.131.915.000 |
| 17. | PKN | Rp.107.293.000 | Rp.71.293.000 |
| 18. | Garuda | Rp.54.690.000 | Rp.54.690.000 |

Sumber: ([Antara Banten, 2024](#))

Dari sajian tabel diatas, dapat dilihat bahwa Partai Golkar memiliki penerimaan dan pengeluaran dana kampanye terbesar ketiga di Provinsi Banten pada pemilu 2024. Dana kampanye tersebut biasanya digunakan untuk mendukung kegiatan-kegiatan kampanye, seperti pertemuan terbatas, penyiaran media massa, alat peraga kampanye, pendanaan saksi, dan lain sebagainya. Selain didorong oleh logistik yang dimiliki Partai Golkar, Airin juga didukung oleh logistik secara pribadi. Berdasarkan laporan LHKPN 2018, Airin memiliki harta kekayaan sebanyak Rp.24.460.195.943. Harta kekayaan ini tersebar di beberapa daerah di Indonesia seperti Bogor, Bandung, Sumedang, Serang, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, dan Tangerang dengan rincian harta bergerak sebanyak Rp.1.500.000.000, surat berharga sebanyak Rp.1.850.000.000 ([TribunTangerang.com, 2024](#)).

Menurut narasumber, Airin juga didukung oleh kekuatan dana APBD Kota Tangerang Selatan, yang mana Airin menggunakan program-program Pemerintah Kota Tangerang Selatan untuk melakukan kampanye secara terselubung. Program-program tersebut, seperti sosialisasi ibu-ibu PKK, pengarahaan terhadap pegawai pemerintah kota, festival hari ulang tahun Kota Tangerang Selatan, dan program-program lainnya yang turun ke masyarakat maupun memiliki massa yang banyak. Selain itu, Airin juga didukung oleh keluarga Ratu Atut yang menduduki

jabatan-jabatan struktural di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang untuk melakukan kampanye.

Tidak hanya didukung oleh kekuatan ekonomi, Airin juga didukung oleh citra yang ada didalam dirinya. Citra positif Airin berhasil dibentuk berkat prestasi yang diperoleh selama masa jabatannya sebagai Walikota Tangerang Selatan sebagai kader Golkar. Selama dua periode, Airin berhasil meningkatkan pembangunan di Tangerang Selatan, termasuk Pendapatan Asli Daerah dan indeks Pendidikan serta kesejahteraan sosial. Tidak hanya itu, Airin juga membangun berbagai infrastruktur yang dibutuhkan oleh masyarakat Tangerang Selatan (Prihana, 2021).

Di sisi lain, Airin juga ditunjuk sebagai ketua Kesatuan Perempuan Partai Golkar, yang mana ini membuat Partai Golkar mendukung penuh langkah dari Airin selama menjabat sebagai Walikota Tangerang Selatan sekaligus saat maju sebagai calon anggota legislatif yang berlaga di Pemilu 2024. Citra positif ini juga ikut dibentuk oleh Golkar, yang mana Partai Golkar berkontribusi sebagai tim sukses bagi Airin sejak pertama kali maju sebagai calon Walikota Tangerang Selatan dengan elektabilitas mencapai 41 persen (Zeliana, et al., 2021). Pemanfaatan citra positif dari Airin digunakan oleh Golkar untuk mendongkrak perolehan suara partai tersebut dalam meraih kursi anggota DPR. Hal ini dibuktikan dari pernyataan Bahrul Ulum selaku Sekretaris DPD Partai Golkar Provinsi Banten, yang mengatakan bahwa Airin ditugaskan oleh Partai Golkar sebagai bagian strategi partai tersebut untuk mendongkrak peningkatan suara partai dalam Pemilu 2024 (Detikcom, 2024). Oleh karena itu, dapat dilihat jika pencalonan Airin sebagai anggota legislatif merupakan bagian strategi dari Golkar untuk mendongkrak perolehan suara dan kursi partai di dalam badan legislatif.

Kemudian Airin juga memiliki kekuatan keluarga politik di belakangnya. Dimana Provinsi Banten dikenal sebagai daerah yang dikuasai oleh dinasti politik, yaitu Keluarga Ratu Atut. Menurut survei yang dilakukan *Indonesian Politics And Consulting* (IPRC), eksistensi keluarga Ratu Atut menjadi keluarga yang paling kuat di Banten saat ini. Hal ini terlihat dari dari survei mengenai kekeluargaan politik terkuat yang muncul di Provinsi Banten, dimana Keluarga Ratu Atut Chosiyah mendapatkan presentase 44.1% sebagai keluarga politik terkuat di Provinsi Banten, diikuti oleh Keluarga Jayabayaaya yang mendapatkan presentase sebanyak 12.7% , Keluarga Dimiyati Natakusuma sebesar 4.1% dan Keluarga Aat Syafaat sebesar 2.4% (Indonesian Politics Research And Consulting, 2023a).

Airin sendiri merupakan adik ipar dari Ratu Atut yang merupakan mantan Gubernur Banten pada tahun 2007 hingga 2015. Selain itu Airin memiliki keluarga yang pernah duduk di berbagai jabatan publik, yaitu: Hikmat Tomet (kakak ipar) yang merupakan anggota DPR RI (2019-2014) dan DPR RI (2014-2019), Andika Hazrumy (keponakan) yang merupakan anggota DPD RI (2009-2014), anggota DPR RI (2014-2016) dan Wakil Gubernur Banten (2017-2022), Ade Rossi Khaerunisa (keponakan) menjadi anggota DPRD Kota Serang (2014-2019), Ratu Tatu Chasanah (kakak ipar) menjadi Wakil Bupati Serang (2010-2015) dan Bupati Serang (Petahana), Th. Khaerul Jaman (kakak ipar tiri) menjadi Wakil Walikota Serang (2008-2013), Ratna Komala Sari (mertua tiri) menjadi anggota DPRD Kota Serang (2009-2014), Heryani (mertua tiri) menjadi Wakil Bupati Serang (2011-2016), Andiara Aprilia Hikmat (keponakan) menjadi Anggota DPD RI (2019-2024), dan Teguh Istaal (adik ipar tiri) menjadi Anggota DPRD Provinsi Banten (2019-2024) (Sukri, 2020). Menariknya, hampir semua keluarga besar Airin berasal dari partai politik yang sama, yaitu Partai Golkar.

Melalui kombinasi kekuatan modal ekonomi yang dikeluarkan oleh Partai Golkar, citra positif yang sudah dibangun oleh Airin selama menjabat sebagai Walikota Tangerang Selatan, serta dukungan dari Partai Golkar dengan menerapkan strategi memproyeksikan Airin sebagai calon anggota legislatif menggunakan citra positif yang telah dibangun, mampu menunjang Airin dalam memenangkan pemilu 2024 dengan suara tertinggi di Dapil Banten III. Hal ini juga menjadi faktor yang menyebabkan Partai Golkar mengalami kenaikan suara dan penambahan kursi DPR RI pada pemilu 2024. Dari sini terlihat bahwa dalam mengikuti pemilu,

Glenn Kevin Immanuel, Yusa Djuyandi.

Strategi Partai Golkar Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Airin Rachmi Diany Pada Dapil Banten III

partai politik maupun kandidat dimungkinkan untuk mengeluarkan harga yang sangat tinggi agar dapat memenangkan kontestasi politik.

Tempat (Place)

Dalam mencapai kemenangan dalam pemilu, partai politik maupun kandidat harus mampu menentukan struktur dan karakteristik masyarakat. Selain itu penting bagi partai politik atau kandidat untuk melihat konsentrasi penduduk di suatu wilayah, penyebaran, dan kondisi fisiknya (Firmanzah, 2012). Untuk menentukan strategi pemenangan dan sasaran kampanya, diperlukan pemetaan mengenai jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT). DPT yang ada di Dapil Banten III pada pemilu 2024 sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah DPT Dapil Banten III pada Pemilu 2024

| No. | Kota/Kabupaten | DPT | | Jumlah Total DPT |
|--|------------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | Laki-laki | Perempuan | |
| 1. | Kabupaten Tangerang | 1.188.969 | 1.164.856 | 2.353.825 |
| 2. | Kota Tangerang Selatan | 501.755 | 520.482 | 1.022.237 |
| 3. | Kota Tangerang | 678.001 | 684.772 | 1.362.773 |
| Jumlah Total DPT Dapil Banten III | | | | 4.738.835 |

Sumber: (Tristiawati, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa jumlah DPT terbanyak berada di Kabupaten Tangerang, sejumlah 2.353.825 pemilih. Selain itu jika dibedakan berdasarkan jenis kelamin, jumlah pemilih perempuan menjadi yang terbanyak dalam dapil Banten III, yaitu sebanyak 2.370.110 pemilih, sedangkan pemilih laki-laki berjumlah 2.368.725 pemilih. Jika mengacu pada data survei elektabilitas calon gubernur Banten pada pilgub 2024, nama Airin mendapat elektabilitas 29.1% dari kalangan pemilih perempuan (Indonesian Politics Research And Consulting, 2023b). Walaupun menang di kalangan pemilih perempuan, Airin juga mendapatkan elektabilitas tertinggi dari kalangan laki-laki, yaitu sebesar 26.2% (Indonesian Politics Research And Consulting, 2023b).

Kondisi tersebut didukung juga dengan bagaimana Partai Golkar mampu menjadi partai yang kuat di provinsi Banten. Sebagai bagian dari strategi Golkar dalam Pemilu 2024, partai tersebut memiliki strategi jangka Panjang dengan mendominasi provinsi Banten dalam berbagai tingkatan Pilkada. Tercatat, Golkar memiliki kekuatan yang mengakar di Banten. Hal ini yang membuat calon kepala daerah di seluruh wilayah Banten terafiliasi atau dicalonkan oleh Partai Golkar sehingga memperkuat basis partai di wilayah provinsi tersebut. Strategi ini didukung juga oleh upaya Golkar yang mengusung klan dinasti dari Keluarga Tatu, Keluarga Aat Syafaat, dan Zaki yang menjadi kepala daerah di berbagai wilayah di Banten (Permana, 2023). Kuatnya Partai Golkar di wilayah Banten menjadi modal bagi partai tersebut dalam meningkatkan suara dalam Pemilu 2024, salah satunya untuk meningkatkan perolehan kursi DPR melalui Airin.

Jika dipetakan berdasarkan daerah, Airin mendapatkan elektabilitas tertinggi di dua daerah dapil Banten III, yaitu Kota Tangerang sebesar 2.6% dan Kota Tangerang Selatan sebesar 58.1% (Indonesian Politics Research And Consulting, 2023b). Selain itu, Airin juga mendapatkan elektabilitas tertinggi dari kalangan dengan tingkat pendidikan, SMP, SMA, dan perguruan tinggi, yang secara berturut-turut sebesar 24.7%, 29.4%, dan 38.4% (Indonesian Politics Research And Consulting, 2023b). Walaupun data ini bertujuan untuk memetakan peta politik pilgub Banten tahun 2024 yang akan datang, namun data ini cukup penting untuk digunakan sebagai pemetaan strategi yang akan digunakan Airin sebagai calon anggota DPR RI 2024. Hal ini juga dapat dijadikan alasan mengapa Airin maju sebagai anggota DPR RI dari

dapil Banten III, karena kekuatannya terpusat di Kota Tangerang Selatan dan sebagian Kota Tangerang.

Menurut narasumber, terdapat kesepakatan antara Partai Golkar dan Airin, yang mana jika Airin ingin maju menjadi Gubernur Banten, maka Airin harus maju terlebih dahulu menjadi dalam Pemilu 2024 sebagai calon legislatif. Hal ini kemudian yang membuat Airin maju dalam kontestasi Pemilu 2024. Selain itu Dapil Banten III dipilih oleh Partai Golkar untuk memasukkan nama Airin dalam calon legislatif karena menurut Partai Golkar, sosok Airin paling diterima di Kota Tangerang Selatan, Kota Tangerang, dan Kabupaten Tangerang.

SIMPULAN

Kemenangan Airin Rachmi Diany dan Partai Golkar di Dapil Banten III tidak terlepas dari pemasaran politik yang telah dilakukan. Sangat tepat bagi Partai Golkar untuk memasang Airin sebagai calon anggota DPR RI dapil Banten III dengan nomor urut satu. Hal ini membuat Partai Golkar mengalami kenaikan kursi di DPR RI sebanyak dua kursi dan juga mendapatkan kenaikan suara di Dapil Banten III.

Berdasarkan Analisis pembauran pemasaran politik 4P, didapatkan bahwa Golkar dan Airin sukses dalam membangun citra dan karakteristiknya sebagai kandidat. Strategi Partai Golkar yang memperkuat basisnya di provinsi Banten menjadikan salah satu modal yang kuat bagi partai tersebut dalam kontestasi Pemilu 2024. Hal ini didukung juga dengan prestasi Airin sebagai Walikota Tangerang Selatan yang diusung partai Golkar sehingga partai tersebut memiliki produk yang dapat ditawarkan kepada calon pemilihnya lewat prestasi dan perkembangan yang sudah dialami oleh daerah Tangerang Selatan. Selain itu, penulis juga menemukan bahwa besarnya modal ekonomi yang dimiliki oleh Partai Golkar, didukung juga dengan upaya Golkar membentuk citra positif Airin dengan menempatkannya untuk berlaga dalam pemilu legislatif 2024, menjadi modal yang kuat bagi Golkar untuk meraih kursi di DPR RI Dapil Banten III. Airin juga tepat dalam memetakan tempat dalam mengikuti kontestasi. Basis suara Airin yang berada di Kota Tangerang Selatan membuat Airin mendapatkan suara terbanyak di dapil Banten III.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrika, W., & Ubaidullah. (2020). Kemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Di Aceh Tenggara: Studi Kasus Pengaruh Hasanuddin Broeh Terhadap Kemenangan Partai Golkar Di Pemilu Legislatif Tahun 2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 5(1), 1–15. <http://jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/13611>
- Antara Banten. (2024, Januari 15). KPU Banten Sebut Dana Kampanye PKS Paling Besar. *banten.antaranews.com*. <https://banten.antaranews.com/berita/271500/kpu-banten-sebut-dana-kampanye-pks-paling-besar>
- Bastian, A. F. (2022). *Strategi Marketing Mix Dalam Pemenangan Pilkada: Suatu Pendekatan Praktik Dan Akademik*. PT. Pustaka Obor Indonesia.
- Beritatangsel.com. (2022, Desember 3). Pengamat: Popularitas Airin Akan Meroket Efek Sosialisasi Massif. *beritatangsel.com*. <https://beritatangsel.com/2022/12/03/pengamat-popularitas-airin-akan-meroket-efek-sosialisasi-massif/>
- Butler, P., & Collins, N. (2001). Payment On Delivery: Recognising Constituency Service As Political Marketing. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1026–1037. <https://doi.org/10.1108/eum000000005956>
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group. http://lib.fisib.unpak.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2812&keywords=

Glenn Kevin Immanuel, Yusa Djuyandi.

Strategi Partai Golkar Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Airin Rachmi Diany Pada Dapil Banten III

- CNN Indonesia. (2024, Maret 18). Airin, Dasco hingga Rano Karno Lolos DPR RI Dapil Banten III. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240318182211-617-1075836/airin-dasco-hingga-rano-karno-lolos-dpr-ri-dapil-banten-iii>
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar. http://opac.fah.uinjkt.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6016
- Day. (2023, Oktober 3). Bawaslu Kab. Tangerang Belum Tertibkan Baleho Caleg. *DetakBanten.com*. <https://www.detakbanten.com/today/bawaslu-kab-tangerang-belum-tertibkan-baleho-caleg>
- Detikcom. (2024, March 9). Airin Rachmi Jadi Caleg Dengan Suara Tertinggi Sementara di Internal Golkar. *Detiknews*. <https://news.detik.com/pemilu/d-7234215/airin-rachmi-jadi-caleg-dengan-suara-tertinggi-sementara-di-internal-golkar>
- Farisa, F. C. (2024, Maret 13). Airin Rachmi Amankan Kursi DPR, Suaranya Unggul Lampau Rano Karno hingga Sufmi Dasco. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2024/03/13/12074081/airin-rachmi-amankan-kursi-dpr-suaranya-unggul-lampau-rano-karno-hingga>
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas* (Revisi). Yayasan Pustak Obor Indonesia. http://digilib.fisip.undip.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2946
- Fransisko, R., Simatupang, H. D., Siallagan, A., & Mutawakkil, F. A. (2020). Strategi Komunikasi Politik Partai Golongan Karya Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Sarolangun Periode 2019-2024. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA)*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jisipunja.v4i1.20960>
- Golkar Institute. (2023a). *Membangun Untuk Semua*. <https://golkarinstitute.org/>
- Golkar Institute. (2023b, April 16). *Peneliti: Golkar Dirancang Jadi Jalan Tengah Kebuntuan Ideologi Partai*. <https://golkarinstitute.org/peneliti-golkar-dirancang-jadi-jalan-tengah-kebuntuan-ideologi-partai/>
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412950558.n221>
- Indonesian Politics Research And Consulting. (2023a). *Persepsi Warga Banten Terhadap Kinerja Pemerintah Dan Politik Dinasti*. <https://iprc.co.id/2023/11/15/rilis-temuan-survei-persepsi-warga-banten-terhadap-kinerja-pemerintah-dan-politik-dinasti-periode-3-10-oktober-2023/>
- Indonesian Politics Research And Consulting. (2023b). *Peta Dukungan Warga Banten Jelang Pilgub dan Pilpres 2024*. <https://iprc.co.id/2023/10/13/rilis-temuan-survei-periode-20-30-september-2023-peta-dukungan-warga-banten-jelang-pilgub-dan-pilpres-2024/>
- Jamil, H., & Kurniawan, R. (2024). Strategi Politik Golkar Pasca Orde Baru: Studi Kasus Pemilihan Legislatif 2019 Di Daerah Pemilihan Jawa Barat VIII. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(1), 186–204. <https://doi.org/10.30738/sosio.v10i1.16046>

- Joharsoyo, Y. M. (2024, April 7). Raih Suara Pileg Terbanyak di Golkar, Airin Rachmi Siap Mundur Demi Maju Pilgub Banten. Retrieved from Tempo: <https://nasional.tempo.co/read/1854417/raih-suara-pileg-terbanyak-di-golkar-airin-rachmi-siap-mundur-demi-maju-pilgub-banten>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- KumparanNews. (2023a, Januari 26). Baliho Bertebaran Di Seantero Kota Dan Tekad Airin Jadi Cagub Banten. *kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparannews/baliho-bertebaran-di-seantero-kota-dan-tekad-airin-jadi-cagub-banten-1ziAQ9AeUgM/4>
- KumparanNews. (2023b, Desember 4). Ditemani Airin, Gibran Dan Istri Bagi-Bagi Susu Saat Kampanye Di Tangerang. *kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparannews/ditemani-airin-gibran-dan-istri-bagi-bagi-susu-saat-kampanye-di-tangerang-21hdfEMfSLN/1>
- Litbang Kompas. (2024). *Partai Golkar: Perjalanan Panjang dan Tantangan dalam Meraih Dukungan Publik*. Retrieved from https://data.kompas.id/data-detail/kompas_statistic/6462411468b0d1e9c9bf0b06
- Ningrum, M. K. (2024, Maret 14). Mantan Wali Kota Tangsel Airin Rachmi Diany Raih Suara Terbanyak di Dapil Banten III, Ini Profilnya. Retrieved from Tempo: <https://nasional.tempo.co/read/1844718/mantan-wali-kota-tangsel-airin-rachmi-diany-raih-suara-terbanyak-di-dapil-banten-iii-ini-profilnya>
- Pamungkas, S. (2009). *Perihal Pemilu*. Laboratorium Jurusan Ilmu Pemerintahan dan Jurusan Ilmu Pemerintahan, Universitas Gadjah Mada.
- Permana, Y. (2023, November 21). Punya Kekuatan yang Mengakar, Golkar Panaskan Mesin Pilkada Banten. Retrieved from Radar Banten: <https://www.radarbanten.co.id/2023/11/21/punya-kekuatan-yang-mengakar-golkar-panaskan-mesin-pilkada-banten/>
- Prihana, E. (2021). Dua Periode Kepemimpinan Walikota Tangerang Selatan: Airin Rachmi Diany. *Lensa*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.58872/lensa.v15i1.2>
- Reeve, D. (2013). *Golkar: Sejarah Yang Hilang, Akar Pemikiran Dan Dinamika* (Cet. 1). Komunitas Bambu.
- Rosana, F. C. (2024, Maret 17). Mengapa Perolehan Suara Partai Golkar Meroket di Pemilu 2024? Retrieved from Tempo: <https://majalah.tempo.co/read/laporan-utama/171117/suara-golkar-pemilu-2024>
- Schroder, P. (2008). *Strategi Politik* (Revisi). Friedch-naumann-stiftung fur die Freiheit Indonesia. <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20318525&lokasi=lokal>
- Subroto, E. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Sujoni. (2024, Maret 14). KPU Sahkan Caleg DPR Dapil Banten 3, Ada Nama Airin, Rano Karno, Hingga Wahidin Halim. *Sindonews.com*. <https://nasional.sindonews.com/read/1>

340371/12/kpu-sahkan-caleg-dpr-dapil-banten-3-ada-nama-airin-rano-karno-hingga-wahidin-halim-1710417807

- Sukri, Mhd. A. F. (2020). Dinasti Politik Di Banten: Familisme, Strategi Politik Dan Rendahnya Partisipasi Politik Masyarakat. *JISPO: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(2), 169–190. <https://doi.org/10.15575/jispo.v10i2.8316>
- Tempo.co. (2024, April 7). Raih Suara Pileg Terbanyak Di Golkar, Airin Rachmi Siap Mundur Demi Maju Pilgub Banten. *Tempo.co*. <https://nasional.tempo.co/read/1854417/raih-suara-pileg-terbanyak-di-golkar-airin-rachmi-siap-mundur-demi-maju-pilgub-banten>
- TribunTangerang.com. (2024, Maret 19). Masuk Daftar Caleg Suara Terbanyak, Ini Harta Kekayaan Airin Rachmi Yang Digadang Maju Pilgub Banten. *tangerang.tribunnews.com*. <https://tangerang.tribunnews.com/2024/03/19/masuk-daftar-caleg-suara-terbanyak-ini-harta-kekayaan-airin-rachmi-yang-digadang-maju-pilgub-banten>
- Tristiawati, P. (2023, Juni 23). DPT Pemilu 2024 Di 3 Daerah Tangerang Sudah Ditetapkan, Ini Jumlahnya. *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/pemilu/read/5327514/dpt-pemilu-2024-di-3-daerah-tangerang-sudah-ditetapkan-ini-jumlahnya?page=2>
- Zeliana, Y., Sulastri, E., Sumarno, & Andriyani, L. (2021). Strategi politik pemenangan petahanan pasangan HJ. Airin Rachmi Diany dan Benyamin Davnie pada Pilkada Kota Tangerang Selatan tahun 2015. *Independen: Jurnal Politik Indonesia dan Global*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.24853/independen.2.1.9-20>