

STRATEGI PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) DALAM PEMILU LEGISLATIF DI KABUPATEN SUMBAWA TAHUN 2024

Erni Julastri Putri^{1*}, Joni Firmansyah²

¹²Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Penulis Korespondensi: julasputry@gmail.com

Article Info	Abstrak
Article History Received: 31 Juni 2026 Accepted: 15 Agustus 2026 Published: 31 Agustus 2026	<i>The Prosperous Justice Party (PKS) increased its representation in the Regional House of Representatives (DPRD) of Sumbawa Regency from four seats in the 2019 Legislative Election to six seats in the 2024 Legislative Election. This achievement indicates the important role of political strategy and political recruitment in improving the party's electoral performance. This study aims to analyze the political strategies and political recruitment process implemented by PKS to increase its legislative seats in the 2024 Legislative Election in Sumbawa Regency. This research employed a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through interviews, observations, and documentation and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, consisting of data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that PKS implemented integrated political strategies through Push Marketing, Pull Marketing, and Pass Marketing to strengthen political communication and public trust. Furthermore, the political recruitment process was conducted systematically through the stages of selection, nomination, and candidate election by considering candidates' capacity, loyalty, integrity, and electoral potential. The integration of political strategy and political recruitment contributed to strengthening PKS's competitiveness and increasing its representation in the Sumbawa Regency DPRD in the 2024 Legislative Election.</i>
Keywords Political Strategy; Legislative Election.	

PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan instrumen utama dalam sistem demokrasi yang berfungsi sebagai mekanisme sirkulasi kekuasaan sekaligus sarana bagi masyarakat untuk menentukan wakil politiknya secara konstitusional. Dalam sistem demokrasi yang kompetitif, partai politik tidak hanya berperan sebagai peserta pemilu, tetapi juga sebagai institusi yang menjalankan fungsi representasi, artikulasi kepentingan masyarakat, pendidikan politik, serta rekrutmen kepemimpinan. Oleh karena itu, keberhasilan partai politik dalam suatu kontestasi elektoral tidak hanya ditentukan oleh kekuatan ideologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam merumuskan strategi politik yang adaptif terhadap perubahan perilaku pemilih dan dinamika sosial politik yang berkembang (Budiardjo, 2008).

Perkembangan demokrasi mendorong terjadinya perubahan dalam pola persaingan politik. Jika pada masa sebelumnya kampanye lebih menekankan mobilisasi massa dan kekuatan organisasi, maka kontestasi politik saat ini semakin mengarah pada pendekatan *political marketing* yang menempatkan pemilih sebagai subjek utama dalam penyusunan strategi partai. Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami kebutuhan masyarakat, membangun komunikasi politik yang efektif, serta menyesuaikan strategi kampanye dengan karakteristik pemilih. Dengan demikian, strategi politik modern tidak hanya berorientasi pada kemenangan elektoral, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang antara partai politik dan masyarakat melalui komunikasi yang responsif dan partisipatif (Firmanzah, 2008).

Selain strategi pemasaran politik, keberhasilan partai dalam memenangkan pemilu juga dipengaruhi oleh kualitas proses rekrutmen politik. Rekrutmen politik merupakan mekanisme yang menentukan bagaimana partai memperoleh, menyeleksi, dan menetapkan individu yang dinilai memiliki kapasitas untuk menjadi kader maupun calon legislatif. Proses tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan persyaratan administratif, tetapi juga mencerminkan kemampuan partai dalam membangun regenerasi kepemimpinan, menjaga konsistensi organisasi, serta menghasilkan kandidat yang memiliki kompetensi, integritas, dan tingkat penerimaan yang baik di tengah masyarakat. Oleh karena itu, strategi politik dan rekrutmen politik merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam menentukan keberhasilan partai pada setiap kontestasi elektoral (Budiardjo, 2008; Katz & Crotty, 2009).

Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024 di Kabupaten Sumbawa memperlihatkan dinamika persaingan yang cukup kompetitif antarpolitical politik. Salah satu fenomena yang menarik adalah meningkatnya perolehan kursi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) di DPRD Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa, PKS berhasil meningkatkan jumlah kursinya dari empat kursi pada Pemilu 2019 menjadi enam kursi pada Pemilu 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa PKS mampu mempertahankan sekaligus memperluas dukungan elektoral di tengah persaingan yang semakin ketat dengan partai-partai lain. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya strategi politik yang dijalankan secara terencana serta didukung oleh mekanisme rekrutmen politik yang mampu menghasilkan kandidat dengan daya saing elektoral yang tinggi (KPU Kabupaten Sumbawa, 2024a).

Peningkatan perolehan kursi tersebut tidak dapat dipahami hanya melalui hasil akhir pemilu, karena angka perolehan suara belum sepenuhnya menjelaskan proses yang melatarbelakangi keberhasilan partai. Kemenangan dalam kontestasi politik merupakan hasil dari serangkaian proses yang melibatkan perencanaan strategi, penguatan organisasi, komunikasi politik, serta pengelolaan sumber daya kader secara berkelanjutan. Oleh sebab itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi politik dan proses rekrutmen dijalankan oleh PKS di tingkat lokal sehingga mampu meningkatkan performa elektoralnya pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024.

Meskipun kajian mengenai Partai Keadilan Sejahtera (PKS) telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek tertentu dari aktivitas politik partai. Rahmat Hidayat dan Leni Nurul Kariyani (2024), misalnya, menitikberatkan pada pendidikan politik yang dilakukan PKS Kabupaten Sumbawa menjelang Pemilu Legislatif 2024. Penelitian Aqidatul Izzah (2018) lebih menyoroti strategi hubungan masyarakat PKS dalam Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat, sedangkan Silbaeti Jannati (2024) mengkaji pemasaran politik PKS di Kabupaten Lombok Timur. Penelitian lain oleh Joni Firmansyah, Aldi Apriansyah, dan Ninis Tri Leriska (2023) membahas komunikasi politik Partai Gelora Indonesia di Kabupaten Sumbawa, sementara Sudirman (2021) mengulas dinamika partai-partai Islam di Nusa Tenggara Barat dalam perspektif yang lebih makro. Berbagai penelitian tersebut memberikan kontribusi dalam memahami strategi politik partai, namun masih menempatkan strategi politik dan rekrutmen politik sebagai dua pembahasan yang berdiri sendiri.

Berdasarkan telaah tersebut, masih terdapat ruang kajian yang belum banyak dikaji, khususnya mengenai keterkaitan antara strategi politik dan proses rekrutmen politik dalam menjelaskan keberhasilan elektoral partai politik di tingkat lokal. Padahal, keberhasilan partai dalam memperoleh dukungan masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh efektivitas strategi kampanye, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan partai dalam

merekrut, menyeleksi, dan menempatkan calon legislatif yang memiliki kapasitas, integritas, serta kedekatan dengan konstituen. Dengan demikian, analisis yang menghubungkan kedua aspek tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong peningkatan perolehan suara dan kursi legislatif suatu partai politik.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi analisis strategi politik dan rekrutmen politik dalam menjelaskan keberhasilan Partai Keadilan Sejahtera pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024. Penelitian ini tidak hanya mengkaji strategi politik melalui pendekatan Push Marketing, Pull Marketing, dan Pass Marketing sebagaimana dikemukakan Adman Nursal (2004), tetapi juga mengaitkannya dengan proses rekrutmen politik berdasarkan tahapan seleksi, nominasi, dan pemilihan menurut Katz dan Crotty (2009). Integrasi kedua perspektif tersebut memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana strategi eksternal partai berjalan beriringan dengan mekanisme internal organisasi dalam membangun daya saing politik pada tingkat daerah.

Kabupaten Sumbawa dipilih sebagai lokasi penelitian karena menunjukkan fenomena elektoral yang menarik pada Pemilu Legislatif Tahun 2024. PKS berhasil meningkatkan jumlah kursi DPRD dari empat kursi pada Pemilu 2019 menjadi enam kursi pada Pemilu 2024. Peningkatan tersebut menjadi indikasi adanya strategi politik yang dijalankan secara efektif dan didukung oleh proses rekrutmen politik yang mampu menghasilkan calon legislatif yang kompetitif. Fenomena ini penting untuk dikaji lebih mendalam karena dapat memberikan pemahaman mengenai praktik pengelolaan partai politik di tingkat lokal, sekaligus memperkaya kajian mengenai strategi kemenangan partai politik dalam sistem demokrasi Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi politik Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024 serta menganalisis proses rekrutmen politik yang diterapkan partai dalam menentukan calon legislatif. Melalui analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu politik, khususnya mengenai hubungan antara strategi politik dan rekrutmen politik dalam meningkatkan keberhasilan elektoral partai politik di tingkat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi politik dan proses rekrutmen politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena penelitian berdasarkan pengalaman, pandangan, dan praktik yang dilakukan oleh aktor-aktor politik secara langsung sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai proses yang berlangsung di lapangan.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan fokus pada Dewan Pengurus Daerah Partai Keadilan Sejahtera Kabupaten Sumbawa sebagai objek penelitian. Pemilihan lokasi didasarkan pada keberhasilan PKS meningkatkan perolehan kursi DPRD Kabupaten Sumbawa pada Pemilu Legislatif Tahun 2024, sehingga menjadi fenomena yang relevan untuk dianalisis dari perspektif strategi politik dan rekrutmen politik.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam proses penyusunan strategi maupun rekrutmen politik PKS. Informan terdiri atas pengurus DPD PKS Kabupaten Sumbawa, anggota legislatif terpilih, calon

legislatif, serta pihak penyelenggara pemilu yang memahami pelaksanaan Pemilu Legislatif Tahun 2024 di Kabupaten Sumbawa.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi mengenai strategi kampanye, komunikasi politik, proses seleksi calon legislatif, serta mekanisme rekrutmen yang diterapkan oleh PKS. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas politik partai, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa dokumen organisasi, arsip partai, serta data hasil Pemilu Legislatif Tahun 2024 yang dipublikasikan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sumbawa.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan mengelompokkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan setelah seluruh data dibandingkan, diverifikasi, dan diinterpretasikan berdasarkan teori strategi marketing politik Adman Nursal serta teori rekrutmen politik Katz dan Crotty untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai strategi politik dan rekrutmen politik PKS dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan, diperoleh informasi berkaitan dengan strategi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) DALAM pemilu legislatif di Kabupaten Sumbawa tahun 2024, yang disajikan secara terperinci berikut ini.

1. Strategi Politik PKS dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024

a. *Push Marketing*

Push marketing merupakan salah satu strategi politik yang menekankan komunikasi secara langsung antara partai politik dan masyarakat. Strategi ini bertujuan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemilih melalui interaksi tatap muka sehingga partai tidak hanya menyampaikan program politik, tetapi juga memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Dalam konteks pemilu legislatif tahun 2024, PKS Kabupaten Sumbawa menjadikan pendekatan *push marketing* ini sebagai salah satu strategi utama untuk memperkuat hubungan dengan konstituen di setiap daerah pemilihan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *push marketing* dilakukan melalui berbagai aktivitas komunikasi langsung, seperti kampanye *door-to-door*, silaturahmi kepada tokoh masyarakat, kunjungan ke kelompok-kelompok warga, serta keterlibatan kader dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Strategi tersebut tidak hanya bertujuan memperkenalkan calon legislatif dan program partai, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang memungkinkan masyarakat menyampaikan aspirasi, kritik, maupun kebutuhan yang dihadapi. Melalui pendekatan tersebut, PKS berupaya menciptakan hubungan yang lebih personal dengan masyarakat sehingga kepercayaan terhadap partai dapat terbentuk secara bertahap.

Pendekatan *door-to-door* tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan PKS lebih menekankan interaksi interpersonal dibandingkan penyampaian pesan politik secara satu arah. Melalui dialog langsung, masyarakat memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi dan harapan terhadap calon legislatif,

sedangkan partai memperoleh informasi mengenai isu-isu yang berkembang di setiap wilayah. Kondisi ini menjadikan proses komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai media sosialisasi politik, tetapi juga sebagai mekanisme untuk membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antara partai dengan konstituen.

Selain melalui kunjungan *door-to-door*, PKS juga menerapkan pendekatan silaturahmi dan blusukan ke berbagai lapisan masyarakat. Kegiatan tersebut dilakukan untuk menjalin komunikasi secara langsung dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda, maupun kelompok-kelompok masyarakat lainnya. Melalui interaksi yang dilakukan secara langsung memberikan kesempatan kepada partai untuk memahami kebutuhan masyarakat secara lebih mendalam, sehingga berbagai masukan yang diperoleh dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun program dan strategi politik yang lebih sesuai dengan kondisi masyarakat.

Selain melalui pendekatan *door-to-door* dan silaturahmi, implementasi *push marketing* PKS Kabupaten Sumbawa juga diwujudkan melalui penyelenggaraan pertemuan dengan berbagai komunitas masyarakat. Pertemuan tersebut dilaksanakan bersama kelompok pemuda, organisasi kemasyarakatan, majelis taklim, kelompok tani, serta komunitas lain yang memiliki peran strategis dalam kehidupan sosial masyarakat. Kegiatan ini menjadi media bagi partai untuk menyampaikan informasi mengenai program dan visi politik sekaligus memperkuat komunikasi yang telah dibangun melalui pendekatan interpersonal.

Dengan demikian, strategi *push marketing* yang diterapkan PKS tidak berorientasi pada penyampaian pesan politik semata, tetapi juga menempatkan komunikasi sebagai sarana membangun kedekatan sosial dengan masyarakat. Pola komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan memungkinkan partai memperoleh informasi mengenai kebutuhan masyarakat, sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap keberadaan partai di tingkat lokal. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya ditentukan oleh intensitas kampanye, tetapi juga oleh kemampuan partai dalam membangun hubungan yang bersifat partisipatif dan berkesinambungan.

Jika dianalisis menggunakan teori Adman Nursal, implementasi *push marketing* yang dilakukan PKS Kabupaten Sumbawa telah mencerminkan karakteristik komunikasi langsung yang menjadi inti dari strategi tersebut. Melalui kunjungan *door-to-door*, silaturahmi kepada tokoh masyarakat, dan pertemuan komunitas, PKS membangun komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi antara partai dan masyarakat. Strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya digunakan untuk memengaruhi pilihan pemilih, tetapi juga menjadi instrumen dalam memahami kebutuhan masyarakat sehingga program politik yang disusun lebih sesuai dengan kondisi lokal.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hidayat dan Kariyani (2024) yang menunjukkan bahwa kedekatan PKS dengan masyarakat dibangun melalui aktivitas pendidikan politik dan komunikasi yang dilakukan secara berkesinambungan. Kesamaan temuan tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi langsung masih menjadi strategi yang efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat, khususnya pada daerah yang memiliki karakter sosial dengan ikatan kekeluargaan yang kuat. Dengan demikian, keberhasilan PKS dalam meningkatkan perolehan kursi DPRD Kabupaten Sumbawa tidak hanya dipengaruhi oleh program politik yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan partai dalam memelihara hubungan yang dekat dengan masyarakat melalui komunikasi interpersonal yang konsisten.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dipahami bahwa *push marketing* merupakan salah satu strategi yang berkontribusi terhadap keberhasilan PKS pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024. Strategi ini diwujudkan melalui komunikasi langsung yang dilakukan secara berkelanjutan, mulai dari kampanye *door-to-door*, silaturahmi kepada tokoh masyarakat, hingga pertemuan dengan berbagai komunitas. Implementasi tersebut tidak hanya meningkatkan penyebaran informasi mengenai program partai, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat dan membangun hubungan sosial yang menjadi modal penting dalam memperoleh dukungan politik.

b. Pull Marketing

Pull marketing merupakan strategi yang digunakan PKS Kabupaten Sumbawa untuk memperluas jangkauan komunikasi politik melalui pemanfaatan berbagai media informasi. Berdasarkan hasil penelitian, strategi ini dilakukan dengan mengoptimalkan media sosial, pemasangan alat peraga kampanye, penyebaran bahan kampanye, serta publikasi kegiatan partai guna meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap calon legislatif dan program yang ditawarkan. Berbeda dengan *push marketing* yang mengutamakan interaksi tatap muka, *pull marketing* berperan memperkuat penyebaran informasi sehingga masyarakat dapat mengakses pesan politik secara lebih luas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang dimanfaatkan secara aktif oleh PKS selama tahapan Pemilu Legislatif Tahun 2024. Melalui platform digital, partai menyampaikan informasi mengenai visi dan misi, program kerja, aktivitas calon legislatif, serta dokumentasi berbagai kegiatan yang dilaksanakan bersama masyarakat. Menurut pengurus PKS, pemanfaatan media sosial dipilih karena mampu menjangkau berbagai kelompok pemilih secara lebih cepat, terutama generasi muda yang lebih banyak memperoleh informasi melalui media digital. Di sisi lain, penyampaian informasi melalui media sosial juga memudahkan masyarakat untuk mengetahui aktivitas partai secara berkelanjutan tanpa harus menunggu pelaksanaan kampanye terbuka.

Selain media digital, PKS juga memanfaatkan media kampanye konvensional berupa baliho, spanduk, brosur, dan atribut kampanye yang ditempatkan pada titik-titik strategis di Kabupaten Sumbawa. Penggunaan media tersebut bertujuan memperkuat identitas partai sekaligus meningkatkan tingkat pengenalan masyarakat terhadap calon legislatif yang diusung. Keberadaan alat peraga kampanye tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi pengingat visual (*political reminder*) yang memperkuat pesan-pesan politik yang sebelumnya telah disampaikan melalui komunikasi langsung kepada masyarakat.

Dengan demikian, strategi *pull marketing* yang diterapkan PKS tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari strategi komunikasi politik yang terintegrasi. Informasi yang disampaikan melalui media sosial maupun alat peraga kampanye berfungsi memperkuat komunikasi interpersonal yang telah dibangun melalui kegiatan *door-to-door*, silaturahmi, dan pertemuan dengan masyarakat. Integrasi tersebut menunjukkan adanya konsistensi penyampaian pesan politik sehingga masyarakat memperoleh informasi yang sama melalui berbagai saluran komunikasi.

Jika dianalisis menggunakan teori marketing politik Adman Nursal, implementasi *pull marketing* yang dilakukan PKS Kabupaten Sumbawa telah mampu menarik perhatian pemilih melalui penyebaran informasi politik yang mudah diakses dan berulang. Dalam konteks Kabupaten Sumbawa, strategi tersebut tidak hanya meningkatkan visibilitas partai, tetapi juga memperkuat citra PKS sebagai partai yang aktif menyampaikan informasi mengenai program dan aktivitas politiknya.

Dengan demikian, *pull marketing* berfungsi sebagai penguat komunikasi politik yang telah dibangun melalui pendekatan langsung sehingga pesan partai dapat diterima secara lebih luas oleh masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Silbaeti Jannati (2024) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media komunikasi merupakan bagian penting dalam strategi pemasaran politik PKS. Namun, penelitian ini menemukan bahwa efektivitas *pull marketing* di Kabupaten Sumbawa tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan media komunikasi, tetapi juga oleh keterpaduannya dengan strategi komunikasi langsung yang dilakukan secara berkelanjutan. Kombinasi kedua strategi tersebut memungkinkan PKS membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat sekaligus memperluas penyebaran informasi politik kepada berbagai kelompok pemilih.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dipahami bahwa *pull marketing* menjadi strategi pendukung yang memperkuat efektivitas komunikasi politik PKS pada pemilu legislatif Kabupaten Sumbawa tahun 2024. Pemanfaatan media digital dan media kampanye konvensional berhasil meningkatkan keterjangkauan informasi politik, memperkuat pengenalan masyarakat terhadap calon legislatif, serta menjaga konsistensi penyampaian pesan partai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan PKS tidak hanya didukung oleh komunikasi langsung dengan masyarakat, tetapi juga oleh kemampuan partai mengintegrasikan berbagai media komunikasi sebagai sarana membangun kepercayaan dan dukungan politik.

c. *Pass Marketing*

Pass marketing merupakan strategi politik yang memanfaatkan pengaruh individu maupun kelompok yang memiliki kredibilitas di tengah masyarakat untuk membangun kepercayaan terhadap partai politik. Berdasarkan hasil penelitian, PKS Kabupaten Sumbawa menerapkan strategi ini melalui pelibatan tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, serta kader-kader yang memiliki pengaruh di lingkungan masing-masing. Keterlibatan mereka tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi politik, tetapi juga sebagai penghubung antara partai dengan masyarakat sehingga pesan politik lebih mudah diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PKS memandang tokoh masyarakat sebagai mitra strategis dalam membangun komunikasi politik. Pengurus DPD PKS Kabupaten Sumbawa menjelaskan bahwa kedekatan tokoh masyarakat dengan warga menjadikan mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, sehingga aspirasi maupun informasi yang disampaikan melalui mereka lebih mudah diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, partai secara aktif menjalin hubungan dan komunikasi dengan berbagai tokoh sebagai bagian dari strategi pemenangan pada Pemilu Legislatif Tahun 2024.

Selain menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat, PKS juga mengoptimalkan peran kader yang telah lama berinteraksi dengan masyarakat melalui kegiatan sosial, keagamaan, dan kemasyarakatan. Berdasarkan hasil penelitian, kader tidak hanya menjalankan fungsi organisasi partai, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai yang diusung PKS di tengah masyarakat. Kehadiran kader dalam berbagai kegiatan sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengenal partai melalui pengalaman langsung, sehingga kepercayaan yang terbentuk tidak hanya berasal dari kampanye politik, tetapi juga dari interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan.

Dengan demikian, keberhasilan *pass marketing* tidak terlepas dari karakteristik masyarakat Kabupaten Sumbawa yang masih memberikan penghormatan kepada

tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh sosial maupun keagamaan. Kondisi tersebut dimanfaatkan PKS dengan membangun hubungan yang baik bersama berbagai elemen masyarakat tanpa mengabaikan komunikasi langsung yang telah dilakukan sebelumnya. Strategi ini menunjukkan bahwa dukungan tokoh masyarakat tidak diposisikan sebagai pengganti komunikasi politik partai, melainkan sebagai penguat kredibilitas pesan yang disampaikan kepada masyarakat.

Dalam perspektif Adman Nursal, *pass marketing* menempatkan pihak ketiga yang memiliki pengaruh sebagai media untuk membangun kepercayaan dan memengaruhi preferensi politik masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi ini telah dijalankan PKS melalui kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan penguatan peran kader di tingkat lokal. Strategi tersebut memperluas jangkauan komunikasi politik sekaligus meningkatkan legitimasi partai di mata masyarakat karena informasi yang diterima berasal dari individu yang telah memiliki kepercayaan sosial.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Aqidatul Izzah (2018) yang menunjukkan bahwa keberhasilan strategi politik dipengaruhi oleh kemampuan partai membangun hubungan dengan aktor-aktor yang memiliki pengaruh dalam masyarakat. Namun, penelitian ini menemukan bahwa implementasi *Pass Marketing* di Kabupaten Sumbawa tidak hanya bergantung pada dukungan tokoh masyarakat, tetapi juga didukung oleh keterlibatan aktif kader dalam berbagai aktivitas sosial yang dilakukan secara berkesinambungan. Dengan demikian, hubungan yang dibangun PKS tidak bersifat transaksional selama masa kampanye, melainkan merupakan bagian dari proses komunikasi politik yang telah berlangsung dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat dipahami bahwa *pass marketing* menjadi strategi yang melengkapi implementasi *push marketing* dan *pull marketing* dalam memperkuat posisi PKS pada Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024. Keterlibatan tokoh masyarakat, tokoh agama, dan kader partai mampu meningkatkan kredibilitas pesan politik yang disampaikan kepada masyarakat. Sinergi antara komunikasi langsung, pemanfaatan media komunikasi, dan dukungan aktor-aktor yang dipercaya masyarakat menunjukkan bahwa keberhasilan PKS dibangun melalui penerapan strategi politik yang saling melengkapi, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat perolehan dukungan elektoral.

2. Rekrutmen Politik PKS dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024

a. Seleksi

Seleksi merupakan tahapan awal dalam proses rekrutmen politik yang bertujuan mengidentifikasi individu yang memenuhi kriteria untuk dicalonkan sebagai anggota legislatif. Berdasarkan hasil penelitian, PKS Kabupaten Sumbawa menerapkan proses seleksi secara bertahap dengan mengutamakan kader internal yang telah memiliki rekam jejak pengabdian di partai. Namun demikian, PKS tetap memberikan kesempatan kepada tokoh masyarakat maupun profesional dari luar partai untuk bergabung sebagai calon legislatif sepanjang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa seleksi menjadi fondasi utama dalam rekrutmen politik PKS Kabupaten Sumbawa. Proses yang dilaksanakan secara bertahap, berbasis kaderisasi, dan didukung oleh penilaian terhadap kapasitas serta integritas calon menghasilkan mekanisme seleksi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan organisasi, tetapi juga mendukung kesiapan partai dalam menghadapi

Pemilu Legislatif Tahun 2024.

Dengan demikian, mekanisme seleksi yang diterapkan PKS tidak hanya berorientasi pada peluang kemenangan dalam pemilu, tetapi juga mempertimbangkan kualitas calon yang akan mewakili partai. Hal ini tercermin dari adanya penilaian terhadap kemampuan calon dalam membangun komunikasi dengan masyarakat, pengalaman berorganisasi, serta komitmen untuk menjalankan nilai-nilai partai. Dengan demikian, proses seleksi menjadi tahapan penting dalam memastikan bahwa calon legislatif yang diusung memiliki keseimbangan antara kapasitas personal dan potensi elektoral.

Dalam perspektif Katz dan Crotty, seleksi merupakan proses penyaringan individu berdasarkan kriteria yang ditetapkan organisasi politik sebelum memasuki tahap pencalonan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme seleksi PKS Kabupaten Sumbawa telah mencerminkan konsep tersebut melalui penerapan penilaian yang tidak hanya berfokus pada aspek administratif, tetapi juga pada kompetensi, loyalitas, dan kesiapan calon dalam menjalankan fungsi politik. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa proses seleksi menjadi instrumen strategis untuk menjaga kualitas representasi partai sekaligus meningkatkan daya saing dalam kontestasi elektoral.

b. Nominasi

Nominasi merupakan tahapan lanjutan dalam proses rekrutmen politik yang dilakukan setelah bakal calon legislatif dinyatakan memenuhi persyaratan pada tahap seleksi. Berdasarkan hasil penelitian, proses nominasi di PKS Kabupaten Sumbawa dilaksanakan melalui mekanisme internal partai yang mengedepankan musyawarah dan evaluasi terhadap hasil seleksi. Tahapan ini bertujuan menetapkan calon legislatif yang akan diusulkan sebagai peserta Pemilu Legislatif Tahun 2024 dengan mempertimbangkan kapasitas individu, kebutuhan partai, serta peluang keterpilihan pada masing-masing daerah pemilihan.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa proses nominasi menjadi tahapan strategis yang menghubungkan proses seleksi dengan penetapan calon legislatif. Melalui mekanisme musyawarah, evaluasi berjenjang, dan pertimbangan terhadap kapasitas serta potensi elektoral calon, PKS Kabupaten Sumbawa berupaya menghasilkan daftar calon legislatif yang kompetitif dan mampu mendukung pencapaian target partai pada Pemilu Legislatif Tahun 2024. Dengan demikian, nominasi tidak hanya berfungsi sebagai proses administratif, tetapi juga sebagai bagian penting dari strategi rekrutmen politik partai.

Penentuan daftar calon legislatif tidak semata-mata didasarkan pada popularitas individu, tetapi mempertimbangkan keseimbangan representasi pada setiap daerah pemilihan. PKS melakukan pemetaan terhadap potensi suara, karakteristik wilayah, serta kebutuhan organisasi sehingga penempatan calon pada nomor urut dan daerah pemilihan dilakukan secara strategis. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa proses nominasi tidak hanya berorientasi pada kepentingan individu, tetapi diarahkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemenangan partai secara keseluruhan.

Selain aspek elektoral, PKS turut memperhatikan komitmen calon terhadap nilai-nilai organisasi. Calon legislatif yang memperoleh rekomendasi merupakan individu yang telah menunjukkan loyalitas, kedisiplinan, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan kepartaian maupun pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian, proses nominasi menjadi instrumen bagi partai untuk memastikan bahwa setiap calon tidak hanya memiliki peluang memperoleh dukungan masyarakat, tetapi juga mampu menjaga identitas dan citra partai dalam menjalankan fungsi representasi politik.

Dalam perspektif Katz dan Crotty, nominasi merupakan tahapan yang menentukan siapa saja individu yang secara resmi mewakili partai dalam kompetisi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme nominasi PKS Kabupaten Sumbawa telah mencerminkan prinsip tersebut melalui proses penilaian yang dilakukan secara kolektif dan berjenjang. Keputusan pencalonan tidak ditentukan oleh satu aktor, melainkan melalui mekanisme organisasi yang mempertimbangkan aspek kompetensi, loyalitas, dan potensi elektoral secara seimbang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa temuan utama mengenai strategi politik dan rekrutmen politik PKS dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024.

1. Strategi Politik PKS

a. Push Marketing

Temuan penelitian menunjukkan bahwa PKS mengutamakan komunikasi langsung dengan masyarakat melalui *door-to-door*, silaturahmi kepada tokoh masyarakat, kunjungan kepada kelompok warga, serta pertemuan dengan berbagai komunitas. Strategi ini menciptakan komunikasi dua arah yang membantu partai menyampaikan program sekaligus menyerap aspirasi masyarakat. Temuan tersebut sesuai dengan konsep *push marketing* Adman Nursal yang menempatkan komunikasi langsung sebagai sarana untuk mendekatkan produk politik kepada pemilih.

b. Pull Marketing

PKS memanfaatkan media sosial serta media kampanye konvensional seperti baliho, spanduk, brosur, dan atribut kampanye untuk memperluas jangkauan informasi politik. Media sosial terutama digunakan untuk menyampaikan program, aktivitas partai, dan profil calon kepada masyarakat, termasuk pemilih muda. Temuan ini menunjukkan bahwa *pull marketing* berfungsi sebagai penguat komunikasi langsung karena masyarakat menerima pesan politik PKS melalui berbagai saluran secara konsisten.

c. Pass Marketing

Temuan penelitian menunjukkan bahwa PKS melibatkan tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, dan kader yang memiliki pengaruh di lingkungan masyarakat. Tokoh dan kader berperan sebagai penghubung sekaligus memperkuat kredibilitas pesan politik PKS. Temuan ini sesuai dengan konsep *pass marketing* Adman Nursal yang menekankan peran pihak berpengaruh dalam membentuk kepercayaan dan preferensi politik masyarakat.

Ketiga strategi tersebut saling melengkapi. *push marketing* membangun kedekatan secara langsung, *pull marketing* memperluas jangkauan pesan, sedangkan *pass marketing* memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pesan politik yang disampaikan PKS.

2. Rekrutmen Politik PKS

a. Seleksi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa PKS melaksanakan seleksi calon legislatif secara bertahap dengan mengutamakan kader internal, tetapi tetap memberikan kesempatan kepada tokoh masyarakat dan profesional dari luar partai. Seleksi mempertimbangkan kapasitas, integritas, loyalitas, pengalaman organisasi, kemampuan komunikasi, serta kesiapan calon. Temuan tersebut sesuai dengan pandangan Katz dan Crotty bahwa seleksi merupakan proses penyaringan individu berdasarkan kriteria partai sebelum memasuki proses pencalonan.

b. Nominasi

Proses nominasi dilakukan melalui musyawarah dan evaluasi internal dengan mempertimbangkan kapasitas calon, loyalitas, potensi elektoral, karakteristik daerah pemilihan, dan kebutuhan organisasi. PKS juga melakukan pemetaan potensi suara dalam menentukan penempatan calon. Temuan ini menunjukkan bahwa nominasi tidak hanya bersifat administratif, tetapi menjadi bagian dari strategi partai untuk menentukan kandidat yang kompetitif dan sesuai dengan karakteristik masing-masing daerah pemilihan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024 berkaitan dengan dua aspek utama, yaitu strategi politik dan rekrutmen politik. Pada aspek strategi politik, PKS menerapkan *push marketing*, *pull marketing*, dan *pass marketing*. Ketiga strategi tersebut membentuk pola komunikasi politik yang saling melengkapi antara komunikasi langsung, pemanfaatan media, serta penggunaan pengaruh tokoh dan kader yang memiliki kedekatan dengan masyarakat. Sementara itu, pada aspek rekrutmen politik, PKS melaksanakan tahapan seleksi dan nominasi untuk menentukan calon legislatif yang memiliki kapasitas, loyalitas, integritas, serta potensi elektoral. Melalui kombinasi tersebut memperkuat posisi PKS dalam memperoleh dukungan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam meningkatkan perolehan kursi DPRD Kabupaten Sumbawa pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 didukung oleh penerapan strategi politik yang terintegrasi melalui *push marketing*, *pull marketing*, dan *pass marketing*, serta proses rekrutmen politik yang sistematis melalui tahapan seleksi, nominasi, dan pemilihan calon legislatif. Kombinasi kedua aspek tersebut mampu memperkuat komunikasi politik, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan menghasilkan calon legislatif yang memiliki kapasitas serta daya saing politik.

Dengan demikian, sinergi antara strategi politik dan rekrutmen politik menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing partai politik pada tingkat lokal. Strategi politik dan rekrutmen politik merupakan dua komponen yang saling mendukung dalam keberhasilan elektoral PKS Kabupaten Sumbawa. Integrasi *push marketing*, *pull marketing*, dan *pass marketing* memperkuat hubungan partai dengan masyarakat, sedangkan proses seleksi dan nominasi membantu partai menempatkan kandidat yang memiliki kapasitas dan potensi untuk memperoleh dukungan. Sinergi antara kedua aspek tersebut menjadi karakter utama strategi PKS dalam menghadapi Pemilu Legislatif Kabupaten Sumbawa Tahun 2024.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai fenomena *fatherless* dan ketimpangan sosial pada keluarga ibu tunggal kelas menengah di Desa Tepas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pengurus Partai Keadilan Sejahtera (PKS)

Pengurus PKS Kabupaten Sumbawa perlu mempertahankan dan meningkatkan integrasi strategi *push marketing*, *pull marketing*, dan *pass marketing*, terutama dengan memperkuat komunikasi langsung dengan masyarakat serta mengoptimalkan pemanfaatan media digital. Pengurus partai juga perlu meningkatkan kualitas proses seleksi dan nominasi calon legislatif secara objektif dengan mempertimbangkan

kapasitas, integritas, loyalitas, kedekatan dengan masyarakat, dan potensi elektoral. Selain itu, partai perlu memperkuat kaderisasi secara berkelanjutan agar memiliki sumber daya politik yang berkualitas dan siap menghadapi pemilu berikutnya.

2. Bagi Kader dan Simpatisan Partai Keadilan Sejahtera (PKS)

Kader dan simpatisan PKS diharapkan meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan serta menjaga komunikasi yang konsisten dengan masyarakat, tidak hanya pada masa pemilu. Kader dan simpatisan juga perlu memanfaatkan media sosial secara efektif dan bertanggung jawab untuk menyampaikan program, kegiatan, dan pesan politik partai. Kedekatan dengan masyarakat perlu diarahkan pada upaya menyerap dan menyampaikan aspirasi kepada partai sehingga kader dan simpatisan dapat memperkuat hubungan antara PKS dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, J., Apriansyah, A., & Leriska, N. T. (2023). Komunikasi Politik dan Citra Partai (Studi pada Partai Gelombang Rakyat Indonesia Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Trias Politika*, 7(1), 61-75.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Irawansyah, Kariyani, L. N., & Hidayat, R. (2024). Political Education of Political Parties in Sumbawa District Ahead of the 2024 Legislative Elections. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 8(1), 839-849.
- Kamal, A. M., Darmawan, W. B., & Agustino, L. (2021). Strategi Komunikasi Politik PKS Jawa Barat dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilu 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1184-1192.
- Majid, N. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 53-61.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L.J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Cet. 40)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nendissa, R. H., & Rahakbauw, C. P. I. (2020). Transparansi Partai Politik dalam Rekrutmen Calon Legislatif. *SASI*, 26(1), 119-127.
- Nofriani, Y., & Dewi, S. F. (2018). Marketing Politik Pemenang Anggota Legislatif Dapil 3 Partai Gerindra Kota Padang. *Journal of Civic Education*, 1(4), 438-443.
- Nuraeni, N., & Djuhana, A. (2019). Pola Rekrutmen dan Pembinaan Kader Partai Keadilan Sejahtera. *Varia Hukum*, 1(2), 155-166.
- Nurussa'adah, E., & Sumartias, S. (2017). Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Keterbukaan Ideologi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 43-52.

- Nursal, A. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purnawati, L., & Rodiyah, M. (2025). Strategi Kampanye Partai Politik dalam Pemilihan Umum 2024: Sebuah Tinjauan Efektivitas di Partai PDI Perjuangan Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. *Indonesian Social Science Review*, 3(2), 82-90.
- Rahayu, A. V., Rahayu, N. P., Wardani, A. T., & Purnawati, L. (2024). Strategi Partai Politik Dalam Meraih Suara Di Pemilu Tahun 2024 (Studi Partai Gerindra Kabupaten Tulungagung). *JSPH: Jurnal Sosial Politik Humaniora*, 1(1), 48-57.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- Suryana, C. (2021). Politik Sebagai Dakwah: Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 41-58.
- Syarif, Z., & Hannan, A. (2020). Islamic Populism Politics and Its Threat to Indonesian Democracy. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 20(2), 251-277.
- Yahya, A., Febrianti, D., & Rasyad, I. F. (2024). Strategi Kampanye Digital Partai Keadilan Sejahtera Menghadapi Pemilu 2024. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 79-86.