



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**HUBUNGAN STRATEGI POLITIK PARTAI PERSATUAN  
PEMBANGUNAN (PPP) DENGAN HASIL PEROLEHA SUARA PPP  
DALAM PEMILU LEGISLATIF 2009 DIKOTA PARIAMAN**

**SKRIPSI**



**LANI AFRIANI  
06193032**

**JURUSAN ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2010**

## KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang Maha kuasa atas segalanya, yang tiada tara kemahaan-Nya, dan atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan keseluruhan proses dalam pembuatan skripsi ini. Shalawat dan Salam di haturkan untuk Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membantu umatnya dalam mencari jawaban atas segala pertanyaan dan keraguan dengan membawa ilmu pengetahuan untuk hidup dunia dan akhirat.

Tujuan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Hubungan Strategi Politik dengan Perolehan Suara PPP Dalam Pemilu Legislatif 2009 di Kota Pariaman”** adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Selesainya kripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan sumbangan baik berupa pikiran, tenaga, ataupun materil dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis berkenan mengaturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Wahyu Pramono, selaku pembimbing 1 dan Ibuk Tengku Rika Valentina selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang telah bersedia dan sabar membimbing dan memberikan saran dan arahan kepada penulis hingga selesainya

penulisan skripsi ini. Untuk kedua pembimbing semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan KaruniaNYA,,,,,,Amin.

2. Para Penguji Pak Syaiful, Pak Asrinaldi, Pak Edi Indrizal dan Pak Andri,,,terima kasih atas kritikan dan saran dalam ujian seminar dan skripsi,,,pastinya sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Para staf dosen di Ilmu politik khususnya Pak Syaiful,Thamrin, P'Eka, P'Doni dan para dosen lainnya.
4. Staf Administrasi Jurusan Ibuk Sil, terimakasih atas segala urusan yang telah dimudahkan selama penulis kuliah di FISIP.
5. Bapak dan Ibuk di Biro FISP khususnya Buk Lis, terimakasih atas segala kemudahan dalam urusan perkuliahan selama penulis kuliah di FISIP.
6. Bapak Nofi Budiman yang telah ikut membantu konsultasi sebelum keluarnya jadwal bimbingan resmi.
7. "Ro" spesial makasi buat ro,,,makasi buat kesetiaannx, kesabarannx,, makasi tuk smangatnya dan semuax,, Jujur, kehadiran ro brarti bgd bwt ani,,,!!makasi dan slalu jadi yang terbaik y,,,
8. Sahabat2 "Majlis Taqlim" sebutan "Niko",,,kalian adalah sahabat yang tak tergantikan!!! Banyak hal yang telah ku dapatkan dari persahabatan ini, termasuk kepercayaan dari seseorang,,,makaci Izel yang jadi dokter untuk semua penyakit (penyakit kuliah, penyakit cinta, penyakit kesel,,,semua d,,),,,Inel yang unik, suka panic tapi sebaik ati empedu,,,Epil yang ketawanya menyeramkan pi tap nyenangkan,,,Isil yang misterius pi selembut kapas,,dan Ina yang gokil n

setia,,,Semoga persahabatan ini ga Cuma berjalan disaat kita sibuk di lingkungan kampus, pi tap berlanjut sampai saat kulit dan wajah kalian mulai keriput,,,hihi,,,oya, makaci juga buat “Penitipan/kostan Kujel” yang slalu sedia menampung kami kapanpun,,,hoho,,

9. Sahabat2ku Ipan, Ade, Ruri, Maijun, Ida, Iwat, Mesa, Nando, Fitrah, Adeng,,,makaci buat kesetiaan kalian sampai sekarang,,,meskipun jauh, pi ku merasakan kehadiran dan smangat dari kalian,,,
10. Reni, Niko dan Asep,,,kalian pantas dibanggakan,,,makaci buat kebaikan dan bantuan kalian. Ga ada kata kecewa saat ku butuh ilmu dan pengalaman dari kalian. Pertahankan sifat “ Padi makin berisi makin merunduk” kalian.,Siip??
11. Dewi, Yani,,,makasi semangat n bantuanx,,, buat genk “Gila2an” Riyan, Dendy, Raga, Rama, Rifdal, Ari, Rido, Wahyu, Donik, kapan2 saksiin atraksi Rifdal di Pariaman y ”,,,,” , ( onot yg bocowx, rian yg lobow makanx, dayat yg bocor banx, si mbak yg gilowx dan semua yg hebohx,,,kalian “sedap” bangad,,!!hihi,,) dan makasi tuk semua teman2 IP 06,,,makasi telah jadi bagian dari kalian,,,Do D Best, teman!,,,,Moga kita semua sukses dan jadi kebanggaan,,,Amiin,,, oya, makaci juga buat Senior-senior dan para yunior ilmu politik,,,
12. Teman2 kost “Buk Yet” Ka’ Din, Megi, Dike, Sari, Kelly, Viky, Ica, Diah dan para senior terdahulu,,,
13. Makaci juga buat Uni Ta yang lucu dan rajin,,,pi kadang jail,,, dan Uni Erza yang sering minjamin mukenax,,,moga pahalanya b’tambah ya Uni,,,
14. Buat teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu makaci y,,,

## DAFTAR ISI

Lembaran Pernyataan  
Lembaran Pengesahan  
Lembaran Persetujuan

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xi

### BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	11
I.3 Tujuan Penelitian .....	12
I.4 Signifikansi Penelitian .....	13

### BAB II. KERANGKA TEORI DAN PENGUKURAN

2. I Tinjauan Kepustakaan	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	14
2.II Teori Strategi Partai Politik dan Kepustakaan Konseptual	
2.II.1 Teori Strategi Partai Politik .....	19
a. Segmentasi .....	22
b. Targeting .....	23
c. Positioning .....	25
2.2 Konstruksi Model Teoritis .....	27
2.3 Model Analisis .....	28
2.4 Hipotesis .....	28
2.5 Definisi Operasional Dan Indikator .....	29

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian .....	31
3.2 Lokasi Penelitian .....	32
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.4 Unit Analisis dan Tingkat Analisis .....	37
3.5 Jenis, Teknik dan Alat Pengumpul Data .....	37
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
3.7 Analisis Data .....	39
3.8 Pengujian Hipotesis .....	39

<b>BAB IV. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
<b>BAB V. TEMUAN DAN DESKRIPSI DATA PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
A. Deskripsi Umum PPP .....	49
B. Karakteristik Responden.....	55
C. Segmentasi.....	59
D. Positioning .....	66
E. Targeting.....	73
F. Perlehan Suara.....	78
<b>BAB VI. ANALISA DATA PENELITIAN .....</b>	<b>108</b>
<b>BAB VII. PENUTUP</b>	
7.1 Kesimpulan .....	114
7.2 Saran .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
Nilai ukur Validitas dan Reliabilitas	
Nilai Chi Square/ Contingency Coefficient	
Daftar Wawancara	
Kuesioner Penelitian	
Dokumen-dokumen	
Surat Izin Penelitian dari FISIP Universitas Andalas	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pemilu Legislatif 2004 Provinsi Sumatera Bara.....	6
Tabel 1.2	Hasil Pemilu Legislatif 2004 kota Pariaman.....	7
Tabel 1.3	Hasil Pemilu Legislatif 2009 kota Pariaman .....	10
Tabel 1.4	Indikator Segmentasi.....	23
Tabel 1.5	Indikator Targeting .....	25
Tabel 1.6	Indikator Positioning .....	27
Tabel 2.7	Definisi Operasional dan Indikator .....	29
Tabel 3.8	Daftar Sebaran Sampel .....	36
Tabel 3.9	Nilai Koefisien.....	41
Tabel 4.10	Jumlah Kecamatan di Kota Pariaman.....	43
Tabel 5.8	Umur Responden .....	55
Tabel 5.9	Jenis Kelamin Responden.....	56
Tabel 5.10	Agama Responden .....	56
Tabel 5.11	Pendidikan Terakhir Responden .....	57
Tabel 5.12	Status Perkawinan Responden .....	58
Tabel 5.13	Pekerjaan Responden .....	58
Tabel 5.14	Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Kecamatan .....	59
Tabel 5.15	Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Desa.....	61
Tabel 5.16	Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Kelompok Tertentu.....	63
Tabel 5.17	Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Lingkungan Masyarakat .....	64
Tabel 5.18	Adanya Pengenalan Calon Legislatif PPP.....	65
Tabel 5.19	Adanya Pernyataan Caleg PPP Adalah Caleg Yang Tepat.....	66
Tabel 5.20	Adanya keunggulan PPP dengan Partai Lain.....	67
Tabel 5.21	Tahu dengan Issue Politik PPP .....	67
Tabel 5.22	Tahu dengan Profil PPP.....	68
Tabel 5.23	Adanya Perbedaan Kompetensi PPP Dibanding Partai Lain .....	68
Tabel 5.24	Adanya Perbedaan Program PPP Dibanding Partai Lain .....	69
Tabel 5.25	Kepercayaan masyarakat terhadap caleg PPP .....	70
Tabel 5.26	Keistimewaan yang dimiliki PPP dari partai lainnya .....	71
Tabel 5.27	Sosialisasi oleh tim pendukung/tim sukses PPP .....	72
Tabel 5.28	Pertemuan/diskusi oleh tim pendukung/tim sukses PPP .....	74
Tabel 5.29	Tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi .....	75
Tabel 5.30	Adanya Kedekatan dengan Tim Pendukung/tim Sukses PPP .....	76
Tabel 5.31	Dipilih Atau Tidaknya PPP Oleh Masyarakat Dalam Pemilu Legislatif 2009. ....	77
Tabel 5.31	Hubungan kampanye di kecamatan dengan memilih PPP .....	89
Tabel 5.32	Hubungan kampanye desa dengan memilih PPP .....	90
Tabel 5.33	Hubungan kampanye pada kelompok dengan memilih PPP.....	91

Tabel 5.34 Hubungan kampanye lingkungan masyarakat dengan memilih PPP....	92
Tabel 5.35 Hubungan pengenalan calon legislatif dengan memilih PPP .....	93
Tabel 5.36 Hubungan menyebutkan caleg peduli rakyat dengan memilih PPP .....	94
Tabel 5.37 Hubungan memiliki keunggulan dengan memilih PPP .....	95
Tabel 5.38 Hubungan tahu issue politik PPP dengan memilih PPP .....	95
Tabel 5.39 Hubungan perbedaan isu politik PPP dengan memilih PPP.....	96
Tabel 5.40 Hubungan tahu dengan Profil PPP dengan memilih PPP .....	97
Tabel 5.41 Hubungan tahu dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP.....	98
Tabel 5.42 Hubungan perbedaan kompetensi PPP dengan memilih PPP .....	98
Tabel 5.43 Hubungan ketertarikan dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP..	99
Tabel 5.44 Hubungan percaya dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP .....	100
Tabel 5.45 Hubungan tahu individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP .....	100
Tabel 5.46 Hubungan perbedaan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP	101
Tabel 5.47 Hubungan percaya individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP....	101
Tabel 5.48 Hubungan tahu dengan program PPP dengan memilih PPP .....	102
Tabel 5.49 Hubungan perbedaan Program PPP dengan memilih PPP .....	103
Tabel 5.50 Hubungan tertarik dengan program PPP dengan memilih PPP .....	103
Tabel 5.51 Hubungan percaya dengan program PPP dengan memilih PPP .....	104
Tabel 5.52 Hubungan tertarik dengan lambang PPP dengan memilih PPP .....	104
Tabel 5.53 Hubungan tahu dengan caleg PPP dengan memilih PPP .....	105
Tabel 5.54 Hubungan tertarik dengan caleg PPP dengan memilih PPP .....	106
Tabel 5.55 Hubungan merasa percaya dengan caleg PPP dengan memilih PPP ...	107
Tabel 5.56 Hubungan adanya keistimewaan PPP dengan memilih PPP .....	108
Tabel 5.67 Hubungan tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan memilih PPP	109
Tabel 5.68 Hubungan tim sukses PPP melakukan pertemuan dengan memilih PPP	110
Tabel 5.69 Hubungan tim sukses PPP melakukan diskusi dengan memilih PPP ...	111
Tabel 5.70 Hubungan kedekatan dengan tim sukses dengan memilih PPP .....	111

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Model Analisis.....	28
Bagan 3.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	34



# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Era Reformasi merupakan babak baru bagi bangsa Indonesia untuk mewujudkan kebebasan dalam berekspresi dan beraspirasi dalam jajaran demokrasi. Sebagai salah satu alternatif bagi pelaksanaan mekanisme pemerintahan yang demokratis adalah demokrasi perwakilan yang menyediakan "sarana utama bagi rakyat untuk menyalurkan kedaulatannya" (Moertopo, 1981:179). Melalui pemilu para wakil memperoleh legitimasi untuk bertindak mengatasnamakan kepentingan rakyat (Kaesepe, 1981:139). Pemilu<sup>1</sup> merupakan harapan terbesar dalam pengembangan

---

<sup>1</sup> Dari berbagai sudut pandang, banyak pengertian mengenai pemilihan umum. Tetapi intinya adalah pemilihan umum merupakan sarana untuk mewujudkan asas kedaulatan di tangan rakyat sehingga pada akhirnya akan tercipta suatu hubungan kekuasaan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Dan, ini adalah inti kehidupan demokrasi.

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah suatu proses di mana para pemilih memilih orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan yang disini beraneka-ragam, mulai dari Presiden, wakil rakyat di pelbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa. Pada konteks yang lebih luas, Pemilu dapat juga berarti proses mengisi jabatan-jabatan seperti ketua OSIS atau ketua kelas, walaupun untuk ini kata 'pemilihan' lebih sering digunakan. Pemilu merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dan dilaksanakan untuk memilih anggota DPR (Dewan Perwakilan Rakyat) yang diselenggarakan secara demokratis, transparan, jujur dan adil dengan mengadakan pemberian dan pemungutan suara secara langsung, umum, bebas dan rahasia. Keikutsertaan rakyat dalam pemberian suara dalam pemilu merupakan salah satu bentuk partisipasi politik.

Pemilihan umum merupakan perwujudan nyata demokrasi dalam praktek bernegara masa kini (modern) karena menjadi sarana utama bagi rakyat untuk menyatakan kedaulatannya atas negara dan pemerintah. Pernyataan kedaulatan rakyat tersebut diwujudkan dalam proses pelibatan masyarakat untuk menentukan siapa-siapa saja yang harus menjalankan dan di sini lain mengawasi pemerintahan negara. Karena itu, fungsi utama bagi rakyat adalah "untuk memilih dan melakukan pengawasan terhadap wakil-wakil mereka". Pemilu menganut asas-asas diantaranya adalah luber dan jurdil yang mengandung pengertian bahwa pemilihan umum harus diselenggarakan secara demokratis dan transparan, berdasarkan pada asas-asas pemilihan yang bersifat langsung, umum, bebas dan rahasia, serta jujur dan adil:

- Langsung berarti rakyat pemilih mempunyai hak untuk secara langsung memberikan suaranya sesuai dengan kehendak hati nuraninya, tanpa perantara;

demokrasi (Mohtar Mas'sed dan Colin McAndrews, 2001). Pemilu memperluas perwujudan partisipasi masyarakat dalam hidup berbangsa. Keikutsertaan rakyat memberikan suara dalam pemilu, mampu membentuk kesadaran politik rakyat dalam mempertahankan dan menggunakan hak pilih sebagai warga negara yang baik. Kepedulian terhadap tatanan pemerintahan dan kesejahteraan hidup bersama, dapat diupayakan melalui ketersediaan rakyat dalam menentukan pemimpin. Dan sebagai pemimpin yang benar adalah pemimpin yang mendapat kepercayaan dari rakyat untuk menyampaikan amanah dan melakukan tanggung jawab dalam memperjuangkan kehidupan dan kepentingan rakyat dalam pemerintahan. Salah satu arena untuk mewujudkan pemilihan pemimpin tersebut adalah dengan pemilu, yang berakhir sebagai lembaga perwakilan.

Dalam sistem demokrasi, untuk mewujudkan pemilu tersebut diadakan

- 
- Umum berarti pada dasarnya semua warganegara yang memenuhi persyaratan minimal dalam usia, yaitu sudah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau telah/pernah kawin berhak ikut memilih dalam pemilihan umum. Warganegara yang sudah berumur 21 (dua puluh satu) tahun berhak di-pilih. Jadi, pemilihan yang bersifat umum mengandung makna menjamin kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi semua warga negara yang telah memenuhi persyaratan tertentu tanpa diskriminasi (pengecualian) berdasar acuan suku, agama, ras, golongan, jenis kelamin, kedaerahan, dan status sosial;
  - Bebas berarti setiap warganegara yang berhak memilih bebas menentukan pilihannya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun. Di dalam melaksanakan haknya, setiap warganegara dijamin keamanannya, sehingga dapat memilih sesuai dengan kehendak hati nurani dan kepentingannya;
  - Rahasia berarti dalam memberikan suaranya, pemilih dijamin bahwa pilihannya tidak akan diketahui oleh pihak manapun dan dengan jalan apapun. Pemilih memberikan suaranya pada surat suara dengan tidak dapat diketahui oleh orang lain kepada suaranya diberikan. Asas rahasia ini tidak berlaku lagi bagi pemilih yang telah keluar dari tempat pemungutan suara dan secara sukarela bersedia mengungkapkan pilihannya kepada pihak manapun;
  - Jujur berarti dalam menyelenggarakan pemilihan umum; penyelenggaraan/ pelaksana, pemerintah dan partai politik peserta Pemilu, pengawas dan pemantau Pemilu, termasuk pemilih, serta semua pihak yang terlibat secara tidak langsung, harus bersikap dan bertindak jujur sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku;
  - Adil berarti dalam menyelenggarakan pemilu, setiap pemilih dan partai politik peserta Pemilu mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun (Joko J. Prihatmoko:110-113).

arena yang melibatkan partai politik (Kaesepe, 1981:139)<sup>2</sup>. Menurut Widagdo, dalam rangka untuk merebut suara pada pemilu, partai politik harus memiliki strategi politik agar mampu bersaing dengan partai-partai lainnya.

Strategi politik yang khusus adalah strategi pemilu. Yang diutamakan adalah memperoleh kekuasaan dan sebanyak mungkin pengaruh dengan cara memperoleh hasil yang baik dalam pemilu sehingga politik dapat diwujudkan dan suatu perubahan dalam masyarakat dapat tercapai. Dalam masyarakat demokratis,

---

<sup>2</sup> Partai politik adalah masyarakat yang terorganisir secara politik, yang memperjuangkan aspirasi dan kepentingan masyarakat melalui pemilu, untuk mempengaruhi dan membentuk pemerintahan. Partai politik merupakan harapan terwujud dan meningkatnya demokrasi. Dengan adanya partai politik diharapkan benar-benar menjadi saluran dasar bagi masyarakat menuju kebijakan publik serta menunjukkan partai yang mempunyai derajat representativitas yang tinggi di hadapan konstituen politiknya. Partai politik menjadi penghubung penting antara rakyat dan pemerintah. Melalui partai politik, kepentingan masyarakat diartikulasikan ke dalam mekanisme politik dan pemerintahan. Kepentingan dari berbagai elemen dalam masyarakat "diadu" untuk mendapatkan dukungan yang luas, agar lebih terjamin masuk ke dalam diskursus sistem politik. Partai Politik Menurut Sigmund Newmann, Partai politik merupakan organisasi tempat kegiatan politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintah serta merebut dukungan rakyat atas dasar persaingan melawan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang tidak sepaham ( Erlangga, 2003: 6). Sementara menurut Miriam Budiarmo, partai politik merupakan suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi nilai-nilai dan cita-cita yang sama (Miriam Budiarmo, 1999:161). Fungsi partai politik dalam negara demokrasi adalah untuk mengatur keinginan dan aspirasi golongan-golongan dalam masyarakat. Sementara fungsi partai politik lainnya adalah:

- Sebagai sarana komunikasi politik

Dengan fungsi ini, partai politik berperan sebagai penyalur aspirasi dan pendapat rakyat, menggabungkan berbagai macam kepentingan (*interest aggregation*), dan merumuskan kepentingan (*interest articulation*) yang menjadi dasar kebijaksanaan.

- Sebagai sarana sosialisasi politik

Dengan fungsi ini, partai politik berperan sebagai sarana untuk memberikan penanaman nilai-nilai, norma, dan sikap serta orientasi terhadap fenomena politik tertentu. Upaya partai politik dalam sosialisasi politik, antara lain melalui: Penguasaan pemerintah dengan memenangkan setiap pemilu, Menciptakan image bahwa ia memperjuangkan kepentingan umum, dan Menanamkan solidaritas dan tanggung jawab terhadap para anggotanya maupun anggota lain.

- Sebagai sarana *rekrutmen* politik

Dengan fungsi ini, partai politik mencari dan mengajak orang berbakat untuk turut aktif dalam kegiatan politik sebagai anggota dari partai, baik melalui kontak pribadi maupun melalui persuasi. Dalam hal ini, partai politik juga memperluas keanggotaan partai sekaligus mencari kader *militant* yang dipersiapkan untuk mengganti pemimpin yang lama.

Sebagai sarana pengatur konflik

Dengan ini, partai politik berfungsi untuk mengatasi berbagai macam konflik yang muncul sebagai konsekuensi dari negara demokrasi yang di dalamnya terdapat persaingan dan perbedaan pendapat (Miriam Budiarmo, 1999:162).

pemilu yang demokratis dalam berbagai bentuk dan kemungkinannya dilaksanakan sebelum seseorang dapat mengambil alih kekuasaan dan dapat kemungkinan untuk memiliki pengaruh (Miftah Thoha, 2004:98). Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana pihak tersebut memperoleh bagian suara yang cukup dalam pasar pemilu agar dapat memiliki pengaruh. Oleh sebab itu, pertempuran untuk memperoleh suara pemilih harus direncanakan dengan hati-hati dan untuk itu dibutuhkan strategi (Peter Schroder, 2004:9).

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Menurut Widagdo strategi sebuah partai dalam merebut suara pada pemilu, menggunakan pendekatan kerangka berpikir yaitu: Segmentasi, yang merupakan suatu kelompok yang memberikan tanggapan yang sama. Segmentasi tersebut dapat dibedakan berdasarkan segmentasi geografik, dimana partai politik hanya melihat berdasarkan suku, ras, provinsi, kabupaten, kecamatan, kelurahan, dsb. Segmentasi psikografis, dimana konstituen dibagi menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Pendekatan yang kedua yaitu *targeting*, yang merupakan pemilihan kepada segmen tertentu yang logis dicapai dalam *action* keputusan untuk membidik pada suatu kelompok konstituen tertentu yang mudah untuk diraih dan menjadi pendukung utamanya. Pendekatan yang ketiga adalah *positioning*, yang berarti sebuah partai menentukan posisi yang berbeda dari partai lain. Hal ini dimaksudkan agar sebuah partai mendapat tempat bagi para pemilihnya (Rahmat Al Amin, 2005).

Ketiga aspek tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap menang atau kalahnya suatu partai politik dalam pemilu. Karena aspek-aspek tersebut telah

mencakup strategi partai politik, calon legislatif atau peserta, kebijakan dan hal-hal yang akan ditawarkan pada masyarakat dalam meraih suara. Namun apakah strategi yang diterapkan oleh partai politik yang ikut dalam pemilu memang memiliki hubungan dengan hasil perolehan suara partai seperti yang ada dalam pemilu Indonesia.

Menjamurnya partai-partai politik yang ikut pada pemilu 1999 adalah bukti nyata bahwa pemerintah tidak lagi menghambat keberadaan partai politik. Berbagai nama partai politik menyebar di seluruh kawasan NKRI dengan ideologi yang berbeda-beda, baik itu bersifat nasionalis maupun agamais<sup>3</sup>. Salah satu partai politik yang tergolong sebagai partai politik yang agamais atau partai islam adalah PPP (Partai Persatuan Pembangunan) (Koirudin:2004). PPP adalah partai “tua” dan telah lama eksis dalam perpolitikan Indonesia. Meskipun terjadi dinamika terhadap perolehan suara PPP dalam pemilu Indonesia, di beberapa wilayah PPP berhasil memperoleh suara yang cukup membanggakan.

Pada tahun 2004 di provinsi Sumatera Barat, pemilu yang dilakukan untuk memilih wakil rakyat atau anggota legislatif diikuti oleh 24 partai politik yang telah lolos verifikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Hasil perolehan suara secara keseluruhan di Sumatera Barat pada pemilu Legislatif tersebut dimenangkan oleh Partai Golkar, PAN, dan PKS. Namun posisi PPP termasuk juga membanggakan dengan berada pada peringkat empat dengan

---

<sup>3</sup> Karakteristik partai Islam biasanya dilihat dari dua hal, asas dan basis massa. Dari asas partai, PPP, PBB dan PKS bisa disebut partai Islam karena asas dan ideologinya adalah Islam. Sementara PKB dan PAN bisa dikelompokkan Islam karena meskipun menjual ideologi pluralis, dua partai itu mengandalkan basis massa muslim. Namun, partai Islam tak homogen. PKS, PPP, dan PBB bisa dikategorikan Islamis. Ketiganya memosisikan Islam bukan semata-mata konstruksi teologis, tapi juga menyediakan perangkat sosial politik yang tak memisahkan agama dan Negara

jumlah perolehan suara 234.806. Hasil perolehan suara pada pemilu legislatif 2004 di Provinsi Sumatera Barat dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Hasil Pemilu Legislatif 2004 Provinsi Sumatera Barat**

<b>PARTAI</b>	<b>Perolehan</b>	<b>Persentase</b>
GOLKAR	577.323	28.71 %
PAN	284.432	14.14 %
PKS	236.858	11.78 %
PPP	234.806	11.67 %
PBB	116.594	5.77 %
DEMOKRAT	101.260	5.03 %
PBR	81.967	4.07 %
PDIP	75.839	3.77 %
Partai Lain	301.466	14.99 %
<b>TOTAL</b>	<b>2.010.545</b>	<b>100 %</b>

*Data Sekunder: KPU Sumatera Barat 2004*

Seperti yang terdapat pada tabel I.1, dengan jumlah suara PPP yang berada pada peringkat empat di provinsi Sumatera Barat, tentunya hal ini telah membuktikan bahwa PPP sebagai salah satu partai politik yang ada, tetap eksis dan tetap membanggakan dalam perpolitikan Indonesia. Hal ini juga dilihat dari perbedaan yang terjadi di kota Pariaman yang merupakan bagian dari provinsi Sumatera Barat. Pada pemilu legislatif tahun 2004 PPP justru berhasil memperoleh suara terbanyak. Hal ini dapat dilihat pada tabel I.2.

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pemilu Legislatif 2004 kota Pariaman**

<b>PARTAI</b>	<b>Kec. Pariaman Utara</b>	<b>Kec. Pariaman Tengah</b>	<b>Kec. Pariaman Selatan</b>	<b>Jumlah</b>
PPP	2227	805	1867	4899
PAN	1309	2508	1031	4848
GOLKAR	1212	2249	496	3957
PKS	716	1454	828	3008
PBB	1044	1004	406	2454
PPIB	382	1711	154	2247
PKPI	609	638	502	1749
PSI	309	622	744	1675

*Data Sekunder: KPUD kota Pariaman 2004*

Berdasarkan hasil perolehan suara pada pemilu legislatif 2004 seperti yang terdapat pada tabel I.2, dari 24 partai politik yang ikut dalam pemilu di kota Pariaman, PPP merupakan partai politik yang mendapat suara terbanyak yang mencapai 4.899 suara dari jumlah suara sah pemilu legislatif 2004 di kota Pariaman yaitu 34.459 suara dengan keikutsertaan caleg sebanyak 16 orang. Dan kemudian disusul oleh partai PAN dengan jumlah suara 4.848 dan partai Golkar dengan jumlah suara 3.957.

Hal ini menjadikan kota Pariaman sebagai basis suara PPP dalam pemilu legislatif 2004, yang mampu membawa PPP pada peringkat teratas. Begitu juga seharusnya pada pemilu legislatif 2009. Dengan jumlah caleg sebanyak 21 orang, yang artinya dimungkinkan mampu menarik suara yang lebih besar dari perolehan suara pada pemilu sebelumnya. PPP juga telah berusaha menerapkan strategi politik dalam upaya merebut dukungan masyarakat.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti dari DPC PPP kota Pariaman<sup>4</sup>, banyak hal yang telah dilakukan oleh PPP, diantaranya adalah:

Menentukan kriteria perekrutan calon legislatif 2009, yang berarti bahwa PPP tetap mengutamakan calon legislatif yang lulus seleksi adalah calon yang memiliki persyaratan yang lengkap, berlatar pendidikan minimal SMA, mampu bermasyarakat dan berpolitik serta memprioritaskan pengurus dan kader PPP di semua jajaran dan diambil dari tokoh masyarakat, alim ulama, calon yang berkualitas dan berpengaruh terhadap masyarakat. Hal ini tentunya akan memperkuat pertahanan PPP dengan penempatan calon yang terpilih.

Begitu juga halnya dengan pemilihan tim sukses yang akan membantu pelaksanaan kampanye PPP dengan calon yang telah terpilih, untuk bisa dikenal masyarakat dan mampu memberikan pengaruh terhadap pilihan masyarakat. Hal ini dilakukan dengan menentukan kriteria pemilihan tim sukses oleh PPP yaitu, dipilih orang-orang yang dipercaya dan orang-orang terdekat yang dianggap mampu mensosialisasikan PPP dan menyampaikan program PPP dalam mencari dukungan suara. Sosialisasi dan komunikasi politik disampaikan melalui dakwah, menghadiri pertemuan dan undangan melalui kunjungan tertentu dan difasilitasi oleh berbagai media seperti TV lokal, koran, radio, brosur, baliho, pamflet dan lainnya. Dan hal ini juga dilakukan oleh pendukung atau simpatisan dari alim ulama, tokoh santri, tokoh masyarakat, pemuda dan orang terpadang.

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara tertulis dengan Amri Tanjung sebagai Ketua II DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, Jasman sebagai Tim Sukses dari Amri Tanjung sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, dan Wawancara dengan Peri Darmawan sebagai Sekretaris DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Agar mampu menembus masyarakat yang beragam dengan tujuan yang sama yaitu memberikan pengaruh pada pilihan masyarakat dalam pemberian suara, PPP juga menentukan kriteria target pemilih yaitu, mengutamakan meraih dukungan dari pemilih lanjut usia, para tokoh agama, santriwan dan santriwati, pemilih terdekat, dan pemilih pemula dengan daerah target yaitu, daerah tempat tinggal, daerah tetangga, dan daerah tertentu seperti daerah tempat tinggal kerabat. Sedangkan daerah yang menjadi target utama adalah kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak dan daerah yang sebelumnya memberikan suara terbanyak pada PPP di kota Pariaman.

Begitu juga dengan produk yang ditawarkan agar mampu menarik masyarakat, PPP menawarkan program unggulan yaitu, mengarahkan pemerintahan yang islami dan mengusulkan perda yang bersifat islami serta kesejahteraan terhadap masyarakat. Dengan penyebaran issue politik tentang kejujuran, peningkatan imtaq, dan menyerukan bangkit bersama dalam membangun kota yang islami.

Sedangkan dalam hal pendekatan agar pelaksanaan pemasaran atau komunikasi terjalin dengan masyarakat, PPP juga membaca dan menganalisa peluang politik dengan cara loby, memberikan sumbangan, mencari terobosan dengan daerah tetangga, menjalin kerja sama dan mendekatkan diri kepada keluarga dan kerabat.

Di samping itu, untuk mendukung maksimalnya pelaksanaan kampanye, PPP mengundang orang-orang tertentu seperti artis dan lainnya dengan menyampaikan keunggulan dan keistimewaan partai yang meliputi: partai yang

berlambang ka'bah yang dekat dengan masyarakat beragama islam, merupakan partai tertua dan selalu eksis, kebijakan dan tindakan berdasarkan islam dan memiliki sesepuh alim ulama.

Dengan strategi yang diterapkan dengan tujuan untuk memperoleh kemenangan, ternyata dalam pemilu legislatif 2009, PPP justru mengalami pergeseran posisi suara yang cukup jauh, seperti pada tabel I.3:

**Tabel I.3**  
**Hasil Pemilu Legislatif 2009 kota Pariaman**

<b>PARTAI</b>	<b>Kec. Pariaman Utara</b>	<b>Kec. Pariaman Tengah</b>	<b>Kec. Pariaman Selatan</b>	<b>Jumlah</b>
PAN	1942	2088	1088	5118
P.GOLKAR	1037	1527	920	3848
P.DEMOKRAT	631	1662	707	3000
PKS	637	1303	771	2711
PPP	1135	917	337	2389
HANURA	882	857	375	2114
PSI	238	1185	480	1903
BARNAS	149	776	644	1569
PPIB	297	1003	135	1435

*Data Sekunder: KPUD kota Pariaman 2009*

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa dari 44 partai politik yang ikut dalam pemilu legislatif 2009, posisi PPP yang sebelumnya berada pada tingkat pertama, telah beranjak pada tingkat kelima dengan perolehan suara 2.389 dari seluruh jumlah suara sah yaitu 36.956. Hal ini berarti perolehan suara PPP mengalami penurunan yang sangat signifikan bahkan kurang dari setengah dari jumlah suara pada pemilu sebelumnya di kota Pariaman. Ini berarti jumlah suara yang diperoleh PPP mengalami penurunan yang sangat jauh. PPP yang merupakan salah satu partai islam dan telah lama terbentuk dan eksis dalam perpolitikan di Indonesia, semakin banyak ditinggalkan oleh pemilihnya.

Maka atas dasar fenomena inilah peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian. Peneliti mencoba mencari hubungan antara strategi politik PPP dengan hasil perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman. Dan dilakukan di kota Pariaman karena kota Pariaman merupakan salah satu kota di provinsi Sumatera Barat dimana perolehan suara PPP pada pemilu 2009 mengalami penurunan lebih dari 50% dibanding pemilu 2004 yaitu dari jumlah suara 4.899 turun menjadi 2389 suara.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Dalam pelaksanaan pemilu, partai politik yang menjadi peserta dalam persaingan untuk meraih kekuasaan dan kemenangan, dituntut agar mampu bersaing dengan kemampuan dan keunggulan yang mampu meraih keberhasilan. Hal itu dapat diperoleh jika sebuah partai politik memiliki strategi yang lebih unggul dari partai lainnya. Karena strategi merupakan salah satu faktor yang menyebabkan naik atau turunnya perolehan suara serta menang atau kalahnya suatu partai dalam arena pertarungan yaitu pemilu.

Hal ini dimaksudkan agar sebuah partai mendapat tempat bagi para pemilihnya. Ketiga golongan pendekatan ini, pada dasarnya merupakan apa yang menjadi fokus bagi partai politik untuk mampu bersaing dalam penyelenggaraan pemilu.

Namun, tidak semua partai politik yang berhasil dengan usaha dan kemampuan yang dimiliki melalui pelaksanaan strategi. Dan tidak semua strategi yang bisa diterapkan di semua daerah, mampu membawa kemenangan. Seperti halnya pemilu yang dilaksanakan di kota Pariaman. Penyelenggaraan pemilu

legislatif tahun 2009, telah menggeser posisi PPP yang awalnya berada pada posisi teratas, justru berada pada posisi kelima. Sehingga penulis berasumsi bahwa strategi yang diterapkan PPP dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman memiliki kelemahan dan kekurangan, sehingga tidak mampu mempertahankan posisi PPP seperti pada pemilu sebelumnya. Maka dari itu, peneliti terdorong untuk mencari jawaban dari pertanyaan:

1. Bagaimanakah hubungan segmentasi sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman?
2. Bagaimanakah hubungan targeting sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman?
3. Bagaimanakah hubungan positioning sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

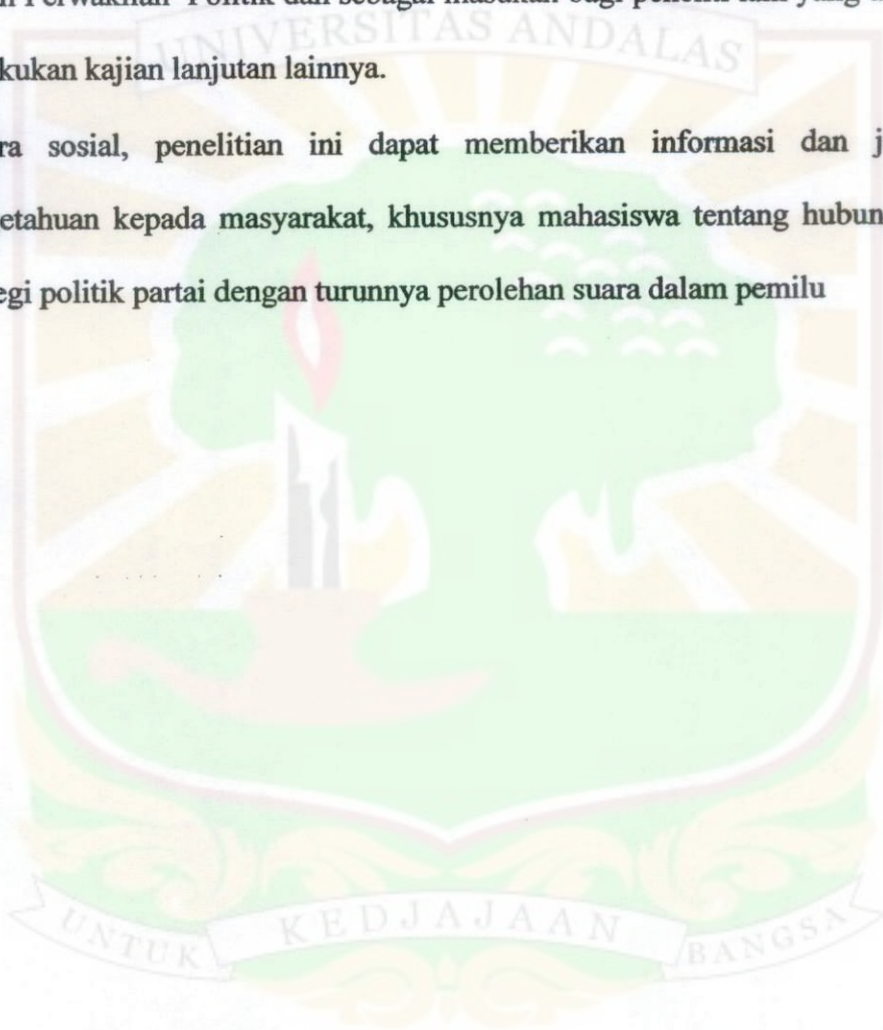
Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa dan mengetahui hubungan antara segmentasi sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
2. Untuk menganalisa dan mengetahui hubungan antara targeting sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
3. Untuk menganalisa dan mengetahui hubungan antara positioning sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

#### **I.4 Signifikansi Penelitian**

Adapun yang akan menjadi signifikansi dalam penelitian ini adalah :

- Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan keilmuan ilmu politik, khususnya terhadap kajian mata kuliah Perwakilan Politik dan sebagai masukan bagi peneliti lain yang akan melakukan kajian lanjutan lainnya.
- Secara sosial, penelitian ini dapat memberikan informasi dan juga pengetahuan kepada masyarakat, khususnya mahasiswa tentang hubungan strategi politik partai dengan turunnya perolehan suara dalam pemilu



## BAB II

### KERANGKA TEORI DAN PENGUKURAN

#### II. I Tinjauan Kepustakaan

##### II.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi partai politik adalah salah satu penelitian yang kompleks. Strategi partai politik telah banyak dijadikan penelitian oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Dalam hal ini, peneliti bermaksud untuk mereview penelitian terdahulu sebagai bentuk acuan dan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian peneliti lakukan adalah:

Penelitian mengenai strategi juga telah pernah dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh **Ahmad Budiman** dalam jurnalnya, dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Partai Politik Pada Kampanye Pemilu Legislatif 2009 di Kota Medan provinsi Sumatera Utara. Pelaksanaan strategi politik partai dalam pemilu 2004 di kota Medan provinsi Sumatera Utara, telah mampu membuat partai politik menghantarkan calegnya memperoleh suara terbanyak. Pengalaman pelaksanaan pemilu sebelumnya menunjukkan, model kampanye yang paling digemari khususnya di Indonesia adalah bentuk kampanye monologis, artinya parpol peserta Pemilu atau peserta perseorangan masih mengandalkan kekuatan massa yang massif, bergerombol sambil meneriakkan yel-yel masih menjadi idola seluruh peserta pemilu.

Secara prinsip sistem pemilu yang digunakan dalam Pemilu 2009 adalah sistem pemilu yang lebih demokratis berdasarkan kebutuhan peningkatan derajat keterwakilan dan kondisi geopolitik Indonesia. Oleh karena itu Pemilu 2009 perlu dilaksanakan efektif dan efisien berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini yaitu mengeksplorasi strategi komunikasi partai politik pada pelaksanaan kampanye Pemilu 2009 khususnya di Provinsi Sumatera Utara. Pelaksanaan pemilu di Sumatera Utara menerapkan strategi politik, yaitu:

#### 1. Strategi Komunikasi Partai Politik

Golkar selanjutnya menetapkan strategi kampanye yang perlu diperhatikan oleh para caleg yaitu: Membuat pola kampanye, Memaksimalkan kegiatan kampanye terbuka pada zona A dan zona B untuk merebut simpatik rakyat Sumut. Strategi kampanye yang dilaksanakan oleh PKS tetap mengandalkan strategi komunikasi antara manusia (dakwah). Strategi komunikasi antara manusia juga dipergunakan oleh PDS dalam pelaksanaan kampanyenya.

#### 2 Strategi Komunikasi Politik Calon Anggota Legislatif

Caleg dari PKS menilai tidak ada masalah dalam menentukan strategi komunikasi pada masa kampanye. Para caleg menyebarluaskan visi dan misinya ketika berada dalam kegiatan-kegiatan kemasyarakatan seperti pengajian atau majelis taklim. Caleg PDIP untuk DPRD Sumut, Effendi Napitupulu menegaskan slogan "Jujur, Peduli, Cerdas" selalu diangkat dalam kampanye dengan materi kampanye yang tetap difokuskan pada upaya mengangkat nasib *wong cilik*. Seperti pedagang kaki lima dan orang-orang yang apatis terhadap politik. Hal ini

tentunya diperkuat dengan upaya meningkatkan konsolidasi kader-kader pemilih Golkar (Ahmad Budiman, 2009).

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan **Zulaiha Yusuf dan Afadlal** dalam jurnalnya, dengan judul **Kemenangan Hamas: Pengaruh dalam Strategi dan Arah Politiknya Terhadap Proses Perdamaian Paslestina-Israel**. HAMAS sebagai kelompok Islam radikal yang mengkonsentrasikan pergerakannya pada penghapusan hegemoni Israel di Palestina adalah gerakan pemikiran dan sosial, politik dan militer yang telah mengakar di Palestina dan terpatri dalam kesadaran rakyat Palestina. Bahkan HAMAS kini mendapatkan simpatisan yang cukup luas di dunia Arab dan Islam. Berbagai tekanan dan kecaman dari berbagai pihak justru menjadikan gerakan ini semakin populer.

Pemilu 2006 adalah sejarah baru bagi demokratisasi Palestina, karena untuk pertama kali kelompok Islam radikal HAMAS ikut dalam pemilu nasional. Kemenangan ini diraih setelah HAMAS berhasil memperoleh 74 kursi dari 132 kursi yang diperebutkan atau lebih dari 50 % suara para pemilih pada 25 Januari 2006.

Hal ini menjadikan HAMAS sebagai bagian dari Otoritas Palestina dan berhak membentuk pemerintahan legislatif Palestina, serta mengakhiri peta klasik politik Palestina yang didominasi Fatah selama empat dekade. Strategi HAMAS bukan hal yang aneh, mengingat seluruh gerakan keagamaan di seluruh negeri Muslim berhasil menarik simpati konstituennya. kehadiran riil HAMAS di tengah-tengah rakyat Palestina dengan keberadaan pusat-pusat pelayanan publik. Dengan mendirikan organisasi organisasi sosial, pos-pos pelayanan kesehatan,

lembaga zakat, balai pendidikan dan hafalan Al-Quran klub-klub remaja, mimbar-mimbar agama, dan lain-lain. Dengan pelayanan sosial tadi, HAMAS mampu membentuk dan merawat konstituennya. Dan sikap keras Israel terhadap para pemimpin HAMAS mampu menumbuhkan simpati dan solidaritas rakyat Palestina terhadap HAMAS (Zulaiha Yusuf dan Afadlal, 2006).

Permasalahan Strategi juga pernah diteliti oleh Irwan Suwandi dalam jurnalnya yang membahas Strategi Tim Sukses Pasangan Irwan Prayitno-Ikasuma Hamid dalam Pemenangan Pilkada di Kecamatan Sangir Jujuan Kabupaten Solok Selatan. Permasalahan dalam penelitian tersebut dikarenakan dari 5 kecamatan yang terdapat di Solok Selatan, 4 kecamatannya dimenangkan oleh Pasangan Gamawan Fauzi-Marlis Rahman, sedangkan satu Kecamatan lainnya yaitu Kecamatan Sangir Jujuan dimenangkan oleh pasangan Irwan Prayitno-Ikasuma Hamid dengan perolehan suara yang cukup besar dengan persentase 48,01% berbanding 24,09% dengan perolehan suara Gamawan Fauzi-Marlis Rahman.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitiannya adalah menggambarkan Strategi Tim Sukses Pasangan Irwan Prayitno-Ikasuma Hamid dalam kemenangan Pilkada di Kecamatan Sangir Jujuan Kabupaten Solok Selatan. Penelitian tersebut menggunakan beberapa teori dan konsep, yaitu teori komunikasi politik, teori elit-massa, konsep tentang strategi politik dan strategi kampanye, opini publik, dan budaya politik. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan tipe penelitian deskriptif. Dalam proses pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam (indepth interview). Teknik pemilihan informan memakai teknik purposive sampling. Sedangkan analisa data

menggunakan data etik-etik.

Hasil dari penelitian tersebut ditemukan beberapa strategi yang dilakukan oleh Tim Sukses yaitu, strategi segmentasi, yaitu dengan melakukan sosialisasi melalui ceramah dimesjid-mesjid dan mushala-mushala yang ada di kecamatan Sangir jujuan, strategi targetting yaitu dengan mengundang tokoh atau simpul masyarakat sebagai Tim Sukses atau simpatisan. Dan strategi positioning yang dilakukan, yaitu melakukan kegiatan sosial kemasyarakatan dan menonjolkan citra partai PKS dan figur yang mengusung Irwan-Ika.

Dari tiga penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan penulis, penulis menemukan beberapa kekurangan dan kelemahan dari tiga penelitian tersebut, diantaranya adalah: kurang jelasnya teori yang dipakai dan kurangnya penegasan atas teori yang dipakai, sehingga apa yang menjadi kelebihan dari teori yang digunakan tidak diketahui oleh pembaca. Meskipun terdapat penggunaan teori oleh peneliti, namun belum bisa menjawab persoalan dari fenomena yang ada. Sehingga penulis menilai penelitian tersebut masih lemah. Maka dalam hal ini, penulis akan mencoba untuk mempertegas penggunaan teori yang dipakai, baik alasan penggunaan teori maupun fungsi dan keterangan dari teori tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori strategi, dan mencoba memperjelas serta memperkuat teori dengan penggabungan perspektif dari tiga orang teoritis yang dianggap tepat dalam pemaparan tentang teori tersebut. Dan dengan teori strategi itu, penulis akan menganalisa hubungan strategi politik

dengan (naik/turun) perolehan suara dalam pemilu, khususnya pada PPP yang akan diteliti di kota Pariaman (Irwan Suwandi, 2006).

## **II.II Teori Strategi Partai Politik dan Kepustakaan Konseptual**

### **II.II.1 Teori Strategi Partai Politik**

Untuk membedah persoalan diatas, secara menyeluruh dibutuhkan sebuah kerangka konseptual yang lebih memadai. Kerangka konseptual ini akan diarahkan pada dua hal: me-review sejumlah perspektif (pendekatan) yang menjelaskan strategi dalam perspektif yang berbeda. Pada sisi pertama, penulis akan membongkar berbagai perspektif yang tidak memadai untuk menjelaskan hubungan strategi politik dengan perolehan suara. Pada sisi kedua, penulis akan menampilkan perspektif berbeda yang lebih memadai untuk menjelaskan hubungan strategi politik dengan perolehan suara, yaitu dengan mengelaborasi kerangka konseptual strategi politik dari tiga teoritis yang berbeda. Banyak teoritis yang menjelaskan strategi politik dengan perspektif yang berbeda, seperti:

Dalam partai politik strategi pada dasarnya berkaitan erat dengan pemilihan dan pesaing dari organisasi itu sendiri. Setiap strategi terfokus pada cara-cara dimana suatu partai politik dapat membedakan dirinya dengan partai lain (Indra J. Piliang:2006). Dengan mengarahkan segala kemampuan untuk memberikan nilai lebih baik kepada para pemilih dalam pemilu. Menurut kamus analisa politik, strategi merupakan rencana yang menyeluruh atau berjangka panjang yang mencakup serangkaian gerakan yang langsung diarahkan untuk mencapai tujuan yang menyeluruh.

Penggunaan strategi biasa dilaksanakan jika menyangkut pemikiran keputusan rasional di dalam situasi konflik dan persaingan dimana ada kondisi untuk terjadinya perubahan baik bagi individu ataupun publik. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya (Freddy Rangkuti, 1999: 3-4).

Van Clausewitz menjelaskan bahwa tujuan strategi bukanlah merupakan kemenangan yang nampak di permukaan, melainkan yang terletak di belakangnya. Di samping itu, Warsito Utomo dalam Tarmizi Ismail mengatakan bahwa strategi merupakan suatu pendekatan, alat atau pola kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan yang difokuskan pada *a few key or critical areas*, atau secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi merupakan suatu pilihan tindakan kebijakan yang betul-betul mampu memecahkan masalah yang dihadapi (Ismael Tarmizi, 2002: 16).

Menurut Jhon M. Bryson strategi secara luas dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan keputusan atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dikerjakan organisasi, dan mengapa organisasi itu melakukannya (Jhon M. Bryson, 1999: 12).

Menurut Jack Plano, strategi merupakan rencana yang menyeluruh atau berjangka panjang yang mencakup serangkaian gerakan yang langsung diarahkan untuk mencapai tujuan yang menyeluruh (Rahmat Al Amin, 2005) .

Berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Jack Plano di atas bahwa dalam strategi terdapat :

- Suatu rencana, yang sifatnya menyeluruh dan memiliki rentang waktu yang panjang.
- Di dalam rencana tersebut mencakup serangkaian kegiatan yang diarahkan pada tujuan yang diharapkan.
- Tujuan yang menjadi sasaran dari serangkaian kegiatan yang dilakukan.
- Sebuah rencana sistematis untuk mencapai tujuan yang diinginkan kelompok.

Dari kerangka teori strategi di atas, penulis belum mendapatkan kerangka teori yang relevan dan mampu menjelaskan hubungan strategi politik dengan perolehan suara, yang menjadi penelitian penulis. Selain itu kerangka teori tersebut umumnya berbicara mengenai strategi secara umum, dimana bisa diterapkan dalam bidang militer, ekonomi dan bidang lainnya. Selain itu Dalam memenangkan pemilu sebuah partai mempunyai strategi untuk menjadi pemenang. Namun strategi yang dilaksanakan antara satu partai dengan partai lain berbeda.

Maka dari arahan pertama, penulis lanjut pada arahan kedua, yaitu: menampilkan perspektif yang berbeda dan lebih memadai terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penulis menetapkan tiga teoritis yang dianggap relevan dalam pengembangan perspektif tentang strategi politik dalam pemilu. Dalam hal ini penulis fokus dalam mengelaborasi tiga teoritis: Widagdo<sup>5</sup>, Peter Schroder<sup>6</sup> dan Arnold Steinberg<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Kerangka konseptual tentang strategi oleh Widagdo, lebih jelas dengan klasifikasi atau penggolongan strategi ke dalam tiga pendekatan yaitu: segmentasi, targeting dan positioning.

<sup>6</sup> Kerangka konseptual tentang strategi oleh Peter Schroder, lebih banyak membahas tentang segmentasi dan targeting sehingga penjelasan dari Widagdo akan semakin jelas dan memadai.

<sup>7</sup> Kerangka konseptual tentang strategi oleh Arnold Steinberg, lebih banyak membahas tentang positioning, sehingga kerangka konseptual semakin lengkap dan jelas.

Menurut Widagdo, strategi sebuah partai dalam merebut suara pada pemilu, menggunakan pendekatan kerangka berpikir strategi yaitu:

1. **Segmentasi**, yaitu suatu kelompok yang memberikan tanggapan yang sama.

Segmentasi tersebut dapat dibedakan berdasarkan segmentasi geografik, dimana partai politik hanya melihat berdasarkan suku, ras, provinsi, kabupaten, kecamatan, kelurahan, dsb. Segmentasi psikografis, dimana konstituen dibagi menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.

Lingkungan politik dipengaruhi oleh kecenderungan demografik. Kelompok kaum pemilih dibagi menurut pendaftaran pemberi suara, agama dan pendidikan. Pada umumnya kampanye harus memperhatikan beberapa ciri demografik yang menerangkan sifat-sifat para pemilih yang sedikit banyak mempunyai kecenderungan mendukung sang kandidat.

Yang memainkan peranan penting dalam penentuan tema dalam kampanye adalah keadaan semacam apa yang dimiliki oleh lingkungan. Dimana tugas tersebut harus dijalankan, hal ini berarti bahwa saat menentukan tema lingkungan, tempat kita akan bergerak menentukan kemungkinan untuk menggunakan tema tertentu. Apabila lingkungan tersebut tidak tertarik pada suatu tema, maka kita juga tidak dapat menggunakan tema tersebut (Peter Schroder, 2004:34).

Dari pendekatan ini, terdapat indikator dari segmentasi, yang meliputi:

**Tabel I.4**  
**Indikator Segmentasi**

No	Indikator Segmentasi
1.	Partai politik berdasarkan kecamatan
2.	Partai politik melihat berdasarkan desa
3.	Partai politik melihat berdasarkan kelompok tertentu
4.	Partai politik melihat berdasarkan kalangan tertentu

2. **Targeting**, merupakan pemilihan kepada segmen tertentu yang logis dicapai, dalam action keputusan untuk membidik pada suatu kelompok konstituen tertentu yang mudah untuk diraih yang menjadi pendukung utamanya.

Setiap kampanye politik memerlukan pimpinan untuk menggerakkan sumber daya, dan staf warga suka rela untuk memilih calon. Pimpinan harus membantu untuk mengorganisasikan dan mengaktifkan panitia inti, yang terdiri dari pendukung, pengumpul dana. Ia juga harus membimbing dan menasehati sang calon, menganalisa masalah-masalah dan menyusun siasat.

Seperti organisasi lain, kampanye bekerja paling efisien kalau anggotanya sepakat dengan tujuan organisasi dan memahaminya. Organisasi harus dipecah-pecah menjadi bidang-bidang tanggung jawab atau spesialisasi seperti jadwal untuk sang calon, penelitian, hubungan dengan pers, pengumpulan dana, koordinasi pembantu-pembantu sukarela, dan usaha memobilisasi suara (Arnold Steinberg, 1981:17-18).

Target image atau citra yang diinginkan melukiskan citra yang diharapkan, yang hendak dicapai setelah dijalankannya rangkaian pekerjaankehumasan yang panjang dalam kelompok target. Target image ditentukan oleh keputusan strategis

mengenai perumusan tugas dan strategi berkenaan dengan pilihan tema, gaya, cara konfrontasi dan tawaran akan sumber daya manusia.

Kelompok target menggambarkan kelompok-kelompok masyarakat atau kelompok organisasi yang penting bagi pemenuhan tugas yang diberikan. Setiap kelompok target membutuhkan informasi tertentu. Untuk dapat bereaksi sesuai dengan yang telah direncanakan oleh strategi, untuk itu harus diketahui dengan jelas bagian dari citra yang diinginkan, mana sajakah yang mendapat respon positif dari kelompok target.

Ada syarat bahwa kelompok yang ingin dijadikan kelompok target telah dikenali terlebih dahulu, karena setiap kelompok target hanya dapat diraih melalui pendekatan atau komunikasi tertentu. Kelompok target adalah kelompok dari bagian masyarakat umum secara keseluruhan. Kelompok target berguna untuk menggerakkan proses komunikasi sedemikian rupa, sehingga dengan menekan kemungkinan tercecernya informasi serendah mungkin, kita dapat meraih hasil yang maksimal. Komunikasi dengan kelompok target berarti mengumpulkan energy dan kekuatan sehingga menjanjikan keberhasilan, dan dengan demikian menghemat sumber daya. Kelompok target biasanya adalah kelompok atau beberapa orang yang memiliki sifat yang nampak secara jelas.

Dengan demikian kita dapat mengembangkan berbagai kelompok target secara spesifik. Apabila kelompok target semacam ini juga dapat diraih secara spesifik, maka kita dapat menyampaikan pesan-pesan terarah pada kelompok ini tanpa perlu mengkhawatirkan pesan tercecer atau berkurang maknanya. Kita dapat mengasumsikan bahwa kelompok target memiliki struktur kepentingan yang

mirip/serupa atau memiliki harapan bersama menyangkut masa depan atau menyangkut perilaku (Peter Schroder, 2004:195-198).

Dari pendekatan ini, terdapat indikator dari targeting, yang meliputi:

**Tabel I.5**  
**Indikator Targeting**

No.	Indikator Targeting
1.	Penampilan profil
2.	Pengenalan calon
3.	Penampilan isu politik
4.	Penampilan kompetensi politik
4.	Penampilan individu/orang-orang partai
6.	Penampilan program
7.	Penampilan lambang
8.	Penampilan caleg
9.	Penampilan keistimewaan
10.	Perdaan partai

**3. Positioning**, artinya sebuah partai menentukan posisi yang berbeda dari partai lain. Hal ini dimaksudkan agar sebuah partai mendapat tempat bagi para pemilihnya.

Setiap kampanye politik adalah suatu usaha hubungan masyarakat, kampanye yang berorientasi pada hubungan masyarakat, berusaha merangsang perhatian orang kepada sang calon. Ia mencoba meningkatkan identifikasi dan citra sang calon diantara kelompok pemberi suara, mendorong para pemberi suara menuju ke tempat pemilihan untuk memberikan kepada sang calon, ia juga berikhtiar membujuk orang-orang yang masih bimbang dan kadang-kadang bahkan menjurusbalikkan orang-orang yang cenderung untuk mendukung calon dari pihak penantang (Arnold Steinberg, 1981:12).

Metode-metode pemasaran harus diterapkan, tanpa mengindahkan betapa menariknya sang kandidat serta posisinya dalam masalah-masalah yang potensial bagi kelompok-kelompok sasaran. Dalam strategi politik, kita juga membicarakan sebuah produk yang perlu diperdagangkan dan ditawarkan di pasar pemilih. Hal ini juga berlaku bagi strategi yang tidak secara jelas berorientasi pada hari pemungutan suara. Namun lebih berhubungan dengan implementasi tindakan politik. Produk terdiri dari beberapa komponen yang dapat memiliki bobot yang berbeda, tergantung dari jenis strategi yang direncanakan dan budaya serta tradisi setempat. Bagi sebuah partai, sebuah kelompok politik atau seorang individu, produk yang dapat bersaing dengan produk lainnya mencakup: Profil, individu, program, produk, kompetensi, dan prestasi sang kandidat (Peter Schroder, 2004:46).

Pemasaran yang mantap dapat membentuk kesan tersendiri bagi para pemilih, sehingga pemilih akan terdorong dan termotivasi untuk memilih seorang kandidat. Pemasaran berfungsi menampilkan orang-orang yang sudah terikat pada sang kandidat. Pemberi suara semacam ini harus ditemukan dengan mendatangi rumah, atau dengan kampanye melalui telepon, atau dengan daftar yang dideretkan pada dukungan relative dalam kelompok. Kaum pemilih tertentu pemasaran adalah cara memperdagangkan sang kandidat, yakni isu-isu yang ditekankan, dan didaerah mana serta ditujukan kepada kelompok pemilih mana (Arnold Steinberg, 1981:165). Orang yang memberikan suara dalam pemilihan adalah suatu fungsi dari perhatian terhadap kampanye telah diluapkan oleh

pemberitaan tentang kampanye di media, iklan, dan penonjolan masalah yang menyangkut kepentingannya, akan condong memberikan suara.

Dari pendekatan ini, terdapat indikator dari positioning, yang meliputi:

**Tabel I.6**  
**Indikator Positioning**

No.	Indikator Positioning
1.	Komunikasi tim sukses dengan masyarakat
2.	Pergerakan tim sukses
3.	Koordinasi tim sukses
4.	Sosialisasi tim sukses dengan masyarakat

### **II.II.II Perolehan Suara**

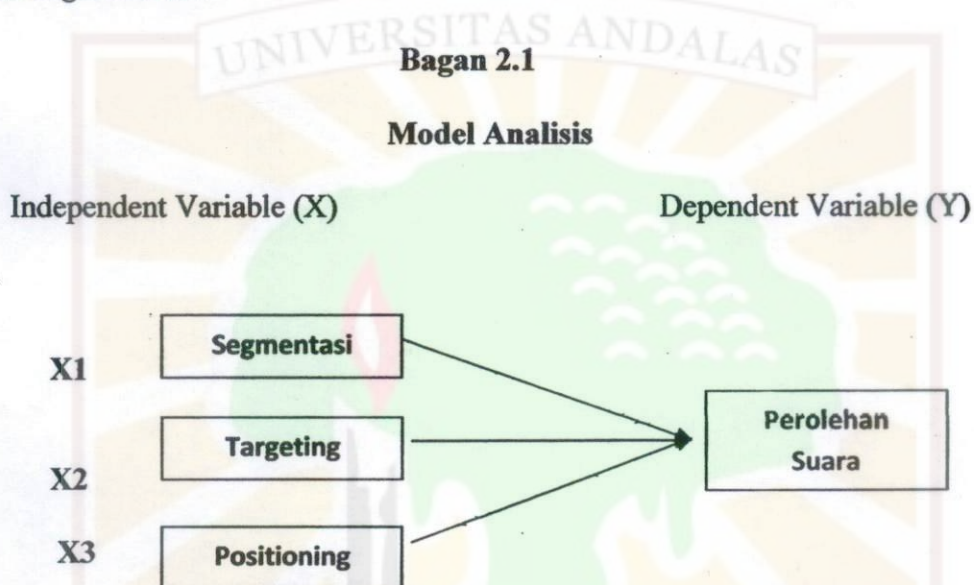
Perolehan suara merupakan hasil dari usaha yang dilakukan partai dalam pemilu. Dari data yang didapatkan dari KPUD kota Pariaman, perolehan suara yang diperoleh PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman adalah 2389 suara dengan rincian 1135 suara yang diperoleh dari kecamatan Pariaman Utara, 917 suara kecamatan Pariaman Tengah dan 337 suara dari kecamatan Pariaman Selatan

### **II.2 Konstruksi Model Teoritis**

Konstruksi model teoritis didasarkan pada preposisi-preposisi yang telah dinyatakan dalam teori yang ada pada tinjauan kepustakaan dengan cara mengubah konsep menjadi variabel sehingga lebih mudah diukur dan memunculkan variabel-variabel bebas (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2005:74). Dalam penelitian ini disusun konstruksi model teoritis tentang bagaimana keeratan hubungan strategi politik PPP dengan hasil perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

### II.3 Model Analisis

Model analisis merupakan gambaran sederhana tentang keeratan hubungan antar variabel (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2005:75). Karena penelitian ini menggunakan dua variabel (*bivariat*) maka model analisisnya adalah sebagai berikut:



### II.4 Hipotesis

Berdasarkan pemahaman tinjauan kepustakaan dan konstruksi model teoritis diatas, maka dapat diajukan hipotesis:

1. Adanya hubungan antara segmentasi sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
2. Adanya hubungan antara targeting sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
3. Adanya hubungan antara positioning sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota

Pariaman.

## II.5 Definisi Operasional Dan Indikator

Operasionalisasi merupakan tahapan terakhir dalam proses pengukuran. Ini merupakan penggambaran prosedur untuk memasukkan unit-unit ke dalam kategori-kategori. Definisi operasional merupakan gambaran teliti mengenai prosedur yang diperlukan untuk memasukkan unit-unit analisis ke dalam kategori-kategori tertentu dari tiap-tiap variabel (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2005:90-91).

**Tabel 2.7**  
**Definisi Operasional dan Indikator**

Teori	Variabel	Indikator	Jenis Data
Strategi politik	Segmentasi	Menganalisa lingkungan melalui kecamatan	Ordinal
		Menganalisa lingkungan melalui desa	Ordinal
		Menganalisa lingkungan melalui kelompok masyarakat	Ordinal
		Menganalisa lingkungan melalui lingkungan masyarakat tertentu	Ordinal
	Positioning	Penampilan profil PPP	Ordinal
		Pengenalan caleg PPP	Nominal
		Penampilan isu politik PPP	Ordinal
		Penampilan kompetensi politik oPPP	Ordinal
		Penampilan individu/orang-orang PPP	Ordinal
		Penampilan program PPP	Ordinal
		Penampilan lambang PPP	Ordinal
		Penampilan caleg PPP	Ordinal
		Keistimewaan PPP menurut masyarakat	Nominal

		Perbedaan PPP menurut masyarakat	Nominal
<b>Targeting</b>		Komunikasi tim sukses/tim pendukung PPP dengan masyarakat	Nominal
		Pergerakan tim sukses/tim pendukung PPP	Nominal
		Koordinasi tim sukses/tim pendukung PPP	Nominal
		Sosialisasi tim sukses/tim pendukung PPP dengan masyarakat	Nominal
<b>Perolehan suara</b>		Dipilihnya PPP oleh masyarakat	Nominal



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### III.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif maka akan diperoleh data-data yang empirik yang memungkinkan peneliti untuk melihat hubungan strategi politik PPP dengan perolehan suara hasil pemilu legislatif 2009 melalui penganalisaan data-data dan angka (Bagong Suyanto,2006:47). Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif ini, akan membantu peneliti untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel terukur, yang pada akhirnya akan memudahkan pelaksanaan penelitian ini.

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian *survey* pada tingkat *explanatory*. Penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Kuisisioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah,2005:49). Tingkat *explanatory* maksudnya, penelitian ini termasuk ke dalam tipe penelitian penjelasan (*explanatory research*), karena dalam penelitian ini akan dijelaskan hubungan kausal atau sebab akibat antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Sedangkan berdasarkan dimensi waktu, jenis penelitian ini adalah penelitian *Cross-Sectional* yaitu penelitian ini hanya digunakan dalam waktu

tertentu, dan tidak dilakukan penelitian lain di waktu yang berbeda untuk diperbandingkan (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2005:45)

### III.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan berlokasi di 3 kecamatan yang ada di kota Pariaman, yaitu kecamatan Pariaman Utara, kecamatan Pariaman Tengah, dan kecamatan Pariaman Selatan. Adapun alasan penulis mengambil lokasi penelitian di kota Pariaman adalah karena kota Pariaman merupakan salah satu kota di provinsi Sumatera Barat, dimana dalam pemilu legialatif 2009, perolehan suara PPP mengalami penurunan lebih dari 50% dibanding pemilu 2004 yaitu dari jumlah suara 4.899 turun menjadi 2389 suara.

### III.3 Populasi dan Sampel

Populasi<sup>8</sup> dalam penelitian ini dibedakan atas 2 bagian:

- Populasi Sampling/Umum

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi sampling/umum adalah seluruh masyarakat kota Pariaman yang tergolong sebagai pemilih dalam pemilu legislatif 2009.

- Populasi Sasaran/Target

Sedangkan populasi sasaran/target adalah; seluruh masyarakat kota Pariaman yang tergolong sebagai pemilih dalam pemilu legislative 2009, yang sudah dewasa atau berumur 17 tahun ke atas, atau sudah/pernah berumah tangga. dan tidak sedang dicabut hak pilihnya dan terpilih sebagai responden sesuai dengan teknik

---

<sup>8</sup> Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan di duga. Populasi juga diartikan sebagai setiap unit analisis yang termasuk dalam hipotesis (*all the units of analysis to which a hypothesis applies*). Atau semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel.

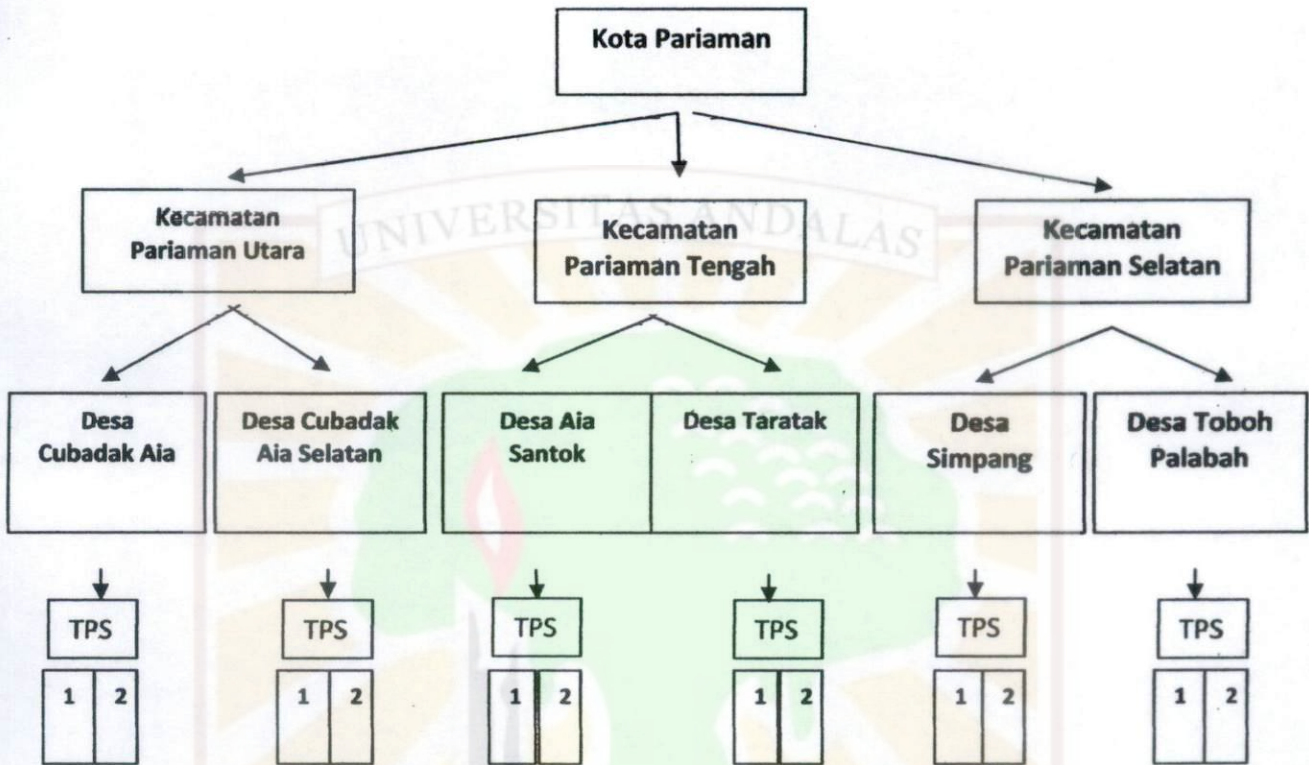
penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini.

Sampel adalah sebagian dari populasi (*a portion of a population*). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Systematic Random Sampling*, yang berarti metode dilakukan dengan melalui tahap penyusunan kerangka sampel (daftar nama populasi) dalam kelompok dengan membagi jumlah populasi dengan jumlah responden dan merupakan teknik pengambilan sample berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut (Sugiyon, 2006:123).

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel akan dijelaskan sebagai berikut: kota Pariaman terbagi dalam 3 kecamatan yaitu kecamatan Pariaman Utara, kecamatan Pariaman Tengah, dan kecamatan Pariaman Selatan, dengan jumlah pemilih keseluruhan yaitu 55.421 orang. Maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dari tiga kecamatan yang ada di kota Pariaman. Adapun alasan penelitian dilakukan di kota Pariaman, karena kota Pariaman merupakan salah satu kota di provinsi Sumatera Barat dimana perolehan suara PPP pada pemilu 2009 mengalami penurunan lebih dari 50% dibanding pemilu 2004 yaitu dari jumlah suara 4.899 turun menjadi 2389 suara, maka peneliti menetapkan tiga kecamatan yang ada di kota Pariaman sebagai lokasi penelitian.

Untuk lebih jelasnya, berikut bagan tentang teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini.

**Bagan 3.1 Teknik Pengambilan Sampel**



Adapun kriteria bagi responden dalam penelitian ini adalah:

- Seluruh masyarakat kota Pariaman yang tergolong sebagai pemilih dalam pemilu legislatif 2009
- Sudah dewasa atau berumur 17 tahun ke atas, atau sudah/pernah berumah tangga.
- Tidak sedang dicabut hak pilihnya
- Terpilih sebagai responden sesuai dengan teknik penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini.

Setelah menetapkan criteria tersebut, maka diperlukan jumlah sampel dengan mengetahui jumlah populasi. Dalam menentukan sampel dalam

penelitian ini, digunakan rumus rumus Frank Lynck. Sebagai berikut:

$$\frac{NZ^2 P(1-P)}{Nd^2 + Z^2(1-P)}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

Z = Nilai dan Variabel Normal (1,96) Untuk Tingkat Kepercayaan 95%

P = Harga Patokan Tertinggi (0,50)

D = Sampling Error (0,10)

Diketahui:

$$N = 55.421 \quad p = 0,50$$

$$Z = 1,96 \quad d = 0,10$$

$$n = \frac{55.421 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (1-0,50)}{55.421 \cdot (0,10)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,50)}$$

$$= \frac{55.421 \cdot (3,84) \cdot 0,50 \cdot (0,50)}{55.421 \cdot (0,01) + (3,84) \cdot (0,50)}$$

$$= \frac{55.421 \cdot 0,96}{55,421 + 1,92}$$

$$= \frac{53.204,2}{1,92}$$

$$= 27.709,99$$

$$= 27.710$$

$$= 27.710$$

$$= 27,710$$

$$= 27,71$$

$$= 28$$

Jadi dari 55.421 populasi yang ada, maka dari rumus diatas terdapat 28 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dan untuk lebih memudahkan penghitungan pengolahan dan analisis data, maka sampel akan digenapkan menjadi 100 orang yang akan dianalisis untuk selanjutnya dalam penelitian ini. Untuk menentukan siapa-siapa saja yang akan dijadikan responden maka akan

dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut:

**Tabel 3.8**

**Daftar Sebaran Sampel**

Kecamatan	Desa	Populasi Pemilih (N)	Desa Sampel Populasi Pemilih	% Sampel	Sampel (n)	Sampel TPS 1/2
Pariman Utara	Talago Sariak	866				
	Pakasai	749				
	KP.Baru Padusunan	822				
	KP. Gadang	840				
	Ampalu	1.242				
	Apar	682				
	Tanjung Sabar	383				
	Sikapak Barat	985				
	Sikapak Timur	663				
	Cubadak Aia Selatan	517	<b>Cubadak Aia Selatan = 517</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>7/6</b>
	Manguang	1.058				
	Cubadak Aia Utara	918				
	Tungka Selatan	905				
	Nareh Hillia	869				
	Nareh I	1.819				
	Balai Nareh	1.247				
	Padang Biriak-biriak	653				
	Sintuak	505				
	Sungai Rambai	655				
	Cubadak Aia	754	<b>Cubadak Aia = 754</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>10/9</b>
Tungka Utara	729					
Pariman Tengah	Karan Aur	1.501				
	KP. Perak	662				
	Lohong	820				
	Pasir	768				
	KP. Pondok	1.150				
	Pondok II	714				
	KP. Jawa I	718				
	KP. Jawa II	663				
	Alai Galombang	708				
	Jawi-jawi I	650				
	Jawi-jawi II	907				
	Jalan Baru	838				
	Jalan Kereta Api	522				
	Taratak	669	<b>Taratak = 669</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>10/9</b>
	Ujung Batung	461				
	Jati Hilir	624				
	Pauh Barat	1.273				
	Pauh Timur	969				
	Rawang	897				
	Kampuang Baru	2.158				
Cimparuah	1.780					
Cubadak Mentawai	446					

	Sungai Pasak	692				
	Batang Kabuang	727				
	Jati Mudiak	430				
	Sungai Sirah	293				
	Koto Marapak	879				
	Aia Santok	787	<b>Aia Santok = 787</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>13/12</b>
	Bato	588				
<b>Pariman Selatan</b>	Bungo Tanjung	906				
	KP. Kandang	707				
	Kaluaik	443				
	KP. Tengah	319				
	Kajai	422				
	Pasia Sunua	205				
	Balai Kurai Taji	847				
	Pauah	537				
	Marabau	503				
	Simpang	463	<b>Simpang = 463</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>5/4</b>
	Batang Tajongkek	502				
	Sikabu	226				
	Sungai Kasai	275				
	Palak Aneh	564				
	Kampung Apa	441				
	Marunggi	1.815				
	Taluak	1.597				
	Padang Cakua	216				
	Pungguang Ladiang	1.036				
	Toboh Palabah	649	<b>Toboh Palabah = 649</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>8/7</b>
	Rambai	593				
	<b>Jumlah</b>	<b>N=55.421</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

#### III.4 Unit Analisis dan Tingkat Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu dari masyarakat kota Pariaman yang tergolong sebagai pemilih dalam pemilu legislatif 2009, yang sudah dewasa atau berumur 17 tahun ke atas, atau sudah/pernah berumah tangga dan tidak sedang dicabut hak pilihnya. Tingkatan analisis dalam penelitian ini adalah tingkat analisis mikro, yaitu individu-individu.

#### III.5 Jenis, Teknik dan Alat Pengumpul Data

Data-data yang ada dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dengan menggunakan beberapa teknik. Data primer adalah data yang menjadi sumber utama atau sumber pokok dalam penelitian, dan

dalam penelitian ini data primer akan diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada para responden secara langsung. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisikan tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang menjadi data penunjang penelitian ini (Bagong Suyanto, 2006: 55). Data sekunder diperoleh dari berbagai pihak, berupa dokumentasi dan data-data mengenai jumlah pemilih dan hasil perolehan suara dalam Pemilu serta data-data lain yang memberikan informasi kepada peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini akan diperoleh dari berbagai lembaga yang terkait dengan pelaksanaan Pemilu di kota Pariaman seperti KPUD, Kantor Kecamatan, Desa dan lembaga lainnya yang dianggap akan bisa melengkapi data-data di dalam penelitian ini.

## **II.6 Validitas dan Reabilitas**

Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel, dan sebagai konsekuensi dari kemungkinan timbulnya bias dalam menganalisa data, maka perlu diukur reabilitas dari setiap butiran soal yang telah dibuat, dan reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji validitas dan reabilitas ini digunakan untuk menguji kevalitan data kuantitatif, dengan menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuisioner.

Untuk mengetahui kevalitan dan realibelnya setiap pertanyaan yang ada dalam kuisioner penelitian ini, maka data yang didapat dari jawaban responden

dimasukkan kedalam program SPSS dengan patokan  $r \geq 0.30$  yaitu dengan menggunakan responden sebanyak 30 orang. Nilai  $r$  hasil (nilai pada kolom *CORRECTED-TOTAL CORRELATION*) dan  $r$  alpha bernilai positif dibandingkan dengan  $r$  table, apabila  $r$  hasil lebih besar dari  $r$  tabel maka validitas dan reabilitas dapat tercapai.

Dari hasil uji validitas dan reabilitas pada setiap butiran pertanyaan, maka dapat disimpulkan bahwa antara validitas dan reabilitas mempunyai hubungan yang berlawanan yaitu validitas memiliki nilai yang rendah sedangkan reabilitas memiliki nilai yang tinggi.

### **III.7 Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Data yang diperoleh adalah data-data empirik, dengan demikian maka proses penganalisaan data menggunakan analisis data kuantitatif atau analisis statistik dalam bentuk analisis tabulasi silang atau teknik elaborasi yakni metode analisis yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan cukup kuat untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

### **III.8 Pengujian Hipotesis**

Ada 2 macam hipotesis yang lazim dipakai pada berbagai penelitian. *Pertama*, hipotesis nol ( $H_0$ ) yang juga sering disebut dengan hipotesis statistik yaitu hipotesis yang diuji dengan statistik. Hipotesis nol ini dibuat dengan kemungkinan yang besar untuk ditolak, ini berarti apabila terbukti bahwa hipotesis nol ini tidak benar dalam arti hipotesis itu ditolak, maka disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel X dan variabel Y. Hipotesis nol ( $H_0$ ) di dalam penelitian ini adalah:

1. Tidak adanya hubungan antara segmentasi sebagai strategi politik PPP terhadap

turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

2. Tidak adanya hubungan antara targeting sebagai strategi politik PPP terhadap turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
3. Tidak adanya hubungan antara positioning sebagai strategi politik PPP terhadap turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

*Kedua*, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan ada hubungan, yang berarti ada signifikansi hubungan antara variabel independen ( $X$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ). Sebagai hipotesis yang berlawanan dengan hipotesis nol, maka hipotesis ini disiapkan untuk suatu kecenderungan menerima *statement*-nya atau kebenarannya.

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) di dalam penelitian ini adalah:

1. Adanya hubungan antara segmentasi sebagai strategi politik PPP terhadap turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
2. Adanya hubungan antara targeting sebagai strategi politik PPP terhadap turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
3. Adanya hubungan antara positioning sebagai strategi politik PPP terhadap turunnya perolehan suara dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Untuk memperkuat kesimpulan dari suatu table yang menghubungkan dua variabel, dilakukan uji statistic dengan teknik *Chi-Square*, karena jenis data yang digunakan adalah nominal dan ordinal. Ukuran statistik ini merupakan ukuran asosiasi yang berusaha untuk menguji hipotesis bahwa variabel independen dan variabel dependen terdapat hubungan atau tidak (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2005:207).

Sebelum melakukan uji Chi Square, terlebih dahulu harus ditetapkan taraf signifikan. Taraf signifikan adalah kesediaan dan keberanian peneliti untuk secara maksimal mengambil risiko kesalahan dalam menguji hipotesis. Dalam penelitian

sosial, kelaziman menggunakan taraf signifikansi adalah sekitar 5% sampai dengan 1%. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5% yang berarti derajat kepercayaan terhadap responden adalah sebesar 95%. Karena, diasumsikan bahwa sampel dalam penelitian ini memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Uji Chi-Square dilakukan untuk menguji apakah data sebuah sampel yang diambil menunjang hipotesis yang menyatakan bahwa populasi asal sampel tersebut mengikuti suatu distribusi yang ditetapkan.

- Apabila nilai Chi-Square atau  $X^2$  yang diperoleh adalah sama atau melebihi angka yang terdapat dalam tabel distribusi  $X^2$  untuk derajat kebebasan (dk atau df) / *Degree of Freedom* yang bersangkutan maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Sedangkan apabila nilai Chi-Square atau  $X^2$  yang diperoleh adalah kecil dari angka yang terdapat dalam tabel distribusi  $X^2$  untuk derajat kebebasan (dk atau df) / *Degree of Freedom* yang bersangkutan maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel pengaruh dengan variabel terpengaruh atau antara X dengan Y, digunakan koefisien kontingensi (*Coefficient of Contingency*). Pada tabel di bawah ini akan disajikan nilai *Contingency Coefficient* yang lazim dipakai.

**Tabel 3.6 Nilai Contingency Coefficient**

Nilai Koefisien	Penjelasannya
+ 0,70 – ke atas	<i>Very strong association</i> (hubungan yang sangat kuat)
+ 0,50 – + 0,69	<i>Substantial association</i> (hubungan yang mantap)
+ 0,30 – + 0,49	<i>Moderate association</i> (hubungan yang sedang)
+ 0,10 – + 0,29	<i>Llow association</i> (hubungan yang tak berarti)
0,0	<b>No association</b> (tidak ada hubungan)

## BAB IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### Deskripsi Umum Kota Pariaman

Kota Pariaman merupakan wilayah pemekaran dari Kabupaten Padang Pariaman yang terbentuk dengan berlakunya Undang-undang No. 12 Tahun 2002. Secara geografis Kota Pariaman terletak di pantai barat pulau Sumatera dan berhadapan langsung dengan Samudera Indonesia. Kota Pariaman pada sisi utara, selatan, dan timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Padang Pariaman dan di sebelah barat berbatasan dengan Samudera Indonesia.

Mayoritas penduduk Kota Pariaman adalah suku Minangkabau yang beragama Islam. Jumlah penduduk Kota Pariaman pada tahun 2009 sebanyak 79.449 jiwa, yang terdiri dari 38.724 jiwa laki-laki dan 40.078 jiwa perempuan, dengan kepadatan penduduk pada tahun 2009 adalah sebesar 1.083.00 jiwa per Km<sup>2</sup>.

Letak geografis Kota Pariaman di daerah perlintasan antara beberapa kota di Sumatera Barat khususnya dan regional umumnya merupakan faktor strategis bagi kota ini. Jalan raya Padang-Lubuk basung dan Pasaman Barat merupakan jalan negara yang penting bagi pemerintah, karena itu kondisinya selalu terjaga dengan baik. Kondisi ini menguntungkan bagi kota Pariaman. Disamping dilalui oleh lalu-lintas barang, Kota Pariaman juga memiliki kawasan pesisir yang terbentang dengan potensi perikanan dan pariwisata yang tinggi. Dengan

berkembangnya kegiatan perdagangan dan pariwisata, maka posisi Kota Pariaman sebagai pusat perdagangan hasil pertanian dan pariwisata pantai akan menjadi semakin penting. Kondisi alam yang asri merupakan potensi yang besar untuk pengembangan wisata alam, yang sejauh ini belum tergarap secara optimal. Peningkatan dan penambahan jalan ke lokasi wisata akan mampu menyedot wisatawan dalam jumlah yang lebih banyak.

Berdasarkan Undang – Undang No. 12 Tahun 2002, Kota Otonom Pariaman terdiri dari 3 (tiga) Kecamatan, 55 Desa dan 16 Kelurahan. Kecamatan Pariaman Tengah paling banyak memiliki struktur pemerintahan terendah yakni, 16 Kelurahan dan 13 Desa, sedangkan Kecamatan Pariaman Utara dan Kecamatan Pariaman Selatan masing – masing memiliki 21 Desa.

**Tabel 4.7**  
**Jumlah Kecamatan di Kota Pariaman**

No	Kecamatan	Ibukota	Luas Daerah km2)
1	Pariaman Utara	Naras	17 23,57
2	Pariaman Tengah	Pariaman	16 615,16
3	Pariaman Selatan	Kurai Taji	16 16,22

#### **Penduduk**

Jumlah penduduk Kota Pariaman pada tahun 2009 sebanyak 79.449 jiwa, yang terdiri dari 38.724 jiwa laki-laki dan 40.078 jiwa perempuan. Dengan wilayah seluas 73,36 Km<sup>2</sup>, kepadatan penduduk Kota Pariaman pada tahun 2009 adalah sebanyak 1.083.00 jiwa per Km<sup>2</sup>. Kecamatan Pariaman Tengah adalah kecamatan dengan kepadatan penduduk tertinggi yakni sebanyak 1.874,74 jiwa per Km<sup>2</sup>.

Dari seluruh penduduk usia kerja terdapat 60,19 % penduduk angkatan kerja dan 39,81 % penduduk bukan angkatan kerja pada tahun 2008. Hal ini menunjukkan bahwa tersedianya jumlah angkatan kerja yang cukup besar. Jika lebih rinci berdasarkan jenis kelamin, terdapat 73,41 % penduduk laki-laki tergolong sebagai angkatan kerja sedangkan perempuan hanya 48,76 persen pada tahun 2008. persentase ini lebih kecil jika dibandingkan pada tahun 2007, dimana jumlah angkatan kerja laki-laki 77,93 % dan perempuan 54,57 %. Persentase ini mengakibatkan persentase penduduk yang sekolah dan mengurus rumah tangga menjadi bertambah pada kelompok bukan angkatan kerja. Persentase penduduk laki-laki yang sekolah pada tahun 2007 sebesar 10,44 % dan perempuan 12,04 %. Pada tahun 2008 menjadi 15,91% dan 12,40 %.

#### **Perekonomian**

Pemerintah Kota Pariaman menargetkan pendapatan dalam APBD tahun 2008 sebesar 272,11 milyar rupiah, dan realisasinya melebihi yang ditargetkan, yakni sebesar 274,13 milyar rupiah. Sedangkan belanja yang ditargetkan pemerintah dalam APBD sebesar 296,50 milyar rupiah dengan realisasi sebesar 246,53 milyar rupiah. Bagian terbesar dari pendapatan yang dianggarkan dalam APBD Kota Pariaman tahun 2008 berasal dari Dana Perimbangan yang diberikan oleh pemerintah pusat sebanyak 97,06 persen dari total APBD Kota Pariaman, sedangkan kemampuan daerah dalam menciptakan pendapatan yang berasal dari Pendapatan Asli Daerah hanya sebesar 2,83 persen. Jumlah nasabah bank secara keseluruhan di Kota Pariaman mengalami penurunan dari 116 879 orang pada tahun 2007 menjadi 93 991 orang pada tahun 2008. Kinerja perbankan Kota

Pariaman apabila dilihat dari segi jumlah dana yang disalurkan maupun jumlah dana yang dihimpun selama tahun 2008 mengalami kenaikan dibanding tahun 2007. Kinerja sektor keuangan lainnya seperti pegadaian mengalami penurunan. Jumlah barang yang diagunkan pada Pegadaian Pariaman pada turun dari 7483 unit di tahun 2007 menjadi 7425 unit pada tahun 2008. Akan tetapi hal yang berbeda terjadi pada jumlah kredit yang disalurkan pegadaian yang justru mengalami peningkatan, yaitu sebesar 7,28 milyar pada tahun 2007 menjadi 8,13 milyar rupiah pada tahun 2008.

Pertumbuhan ekonomi Kota Pariaman tahun 2008 sebesar 5,59 persen diperoleh dari kenaikan Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga konstan dari 621,50 milyar rupiah pada tahun 2007 menjadi 656,27 milyar rupiah di tahun 2008. Produk Domestik Regional Bruto Kota Pariaman atas dasar harga berlaku pada tahun 2008 seperti pada tahun sebelumnya, telah mencapai angka satu trilyun rupiah. Nilai PDRB Kota Pariaman mengalami kenaikan dari 1,13 trilyun rupiah menjadi 1,32 trilyun rupiah pada tahun 2008. Perekonomian Kota Pariaman pada tahun 2008 ini masih didominasi 4 sektor utama sebagai penghasil nilai tambah terbesar terhadap PDRB Kota Pariaman. Empat sektor tersebut adalah sektor pertanian, sektor jasa-jasa, sektor angkutan dan komunikasi, dan sektor industri. Sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 27,06 persen dari total PDRB Kota Pariaman tahun 2007. Sektor jasa-jasa memberikan sumbangan sebesar 16,69 persen, sektor angkutan dan komunikasi memberikan sumbangan sebesar 12,49 persen, sektor industri memberikan sumbangan sebesar 12,42 persen. Sedangkan 5 sektor lainnya dalam perekonomian yang meliputi sektor

pertambangan dan penggalian, sektor listrik dan air minum, sektor bangunan, sektor perdagangan, hotel, dan restoran, serta sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan secara keseluruhan hanya memberikan sumbangan sebesar 31,34 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kota Pariaman tahun 2008.



## BAB V

### TEMUAN DAN DESKRIPSI DATA PENELITIAN

Berdasarkan data yang ditemukan di lapangan mengenai hubungan antara segmentasi, targeting dan positioning sebagai strategi politik PPP dengan (naik/turunnya) hasil perolehan suara PPP dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, maka dapat diuraikan sebagai berikut: Pertama, identitas responden yang terdiri dari nama, umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Kedua, segmentasi sebagai strategi politik PPP yang terdiri dari beberapa indikator yaitu pernah atau tidaknya menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan tertentu, desa tertentu, kelompok tertentu dan lingkungan masyarakat tertentu dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman.

Ketiga, positioning sebagai strategi politik PPP yang terdiri dari beberapa indikator yang menyangkut tentang pernah atau tidaknya menyaksikan adanya pengenalan calon legislatif PPP terhadap masyarakat dalam pelaksanaan kampanye, menyebutkan caleg PPP adalah caleg yang tepat, tahu atau tidaknya masyarakat dengan : issue politik PPP tentang kejujuran, peningkatan imtaq dan bangkit bersama kota Pariaman yang Islami, tahu profil PPP sebagai partai islam, tahu dengan kompetensi PPP, individu/orang-orang PPP, program PPP tentang pengarahan pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami, dan kesejahteraan masyarakat, tahu dengan lambang PPP "Ka'bah", dan tahu atau tidaknya dengan caleg PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, ada atau tidaknya perbedaan : issue politik PPP, kompetensi PPP,

individu/orang-orang PPP, program PPP, lambang PPP “Ka’bah”, dan ada atau tidaknya perbedaan caleg partai lain dengan caleg PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman. Tertarik atau tidaknya masyarakat terhadap: kompetensi PPP, individu/orang-orang PPP, program PPP dan ada atau tidaknya perbedaan caleg partai lain dengan caleg PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman. Percaya atau tidaknya masyarakat terhadap: issue politik PPP, tahu profil PPP sebagai partai islam, tahu dengan kompetensi PPP, individu/orang-orang PPP, program PPP, lambang PPP “Ka’bah” dan ada atau tidaknya perbedaan caleg partai lain dengan caleg PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman. Peduli atau tidaknya masyarakat terhadap: issue politik PPP, tahu profil PPP sebagai partai islam, tahu dengan kompetensi PPP, individu/orang-orang PPP, program PPP, lambang PPP “Ka’bah”, dan ada atau tidaknya perbedaan caleg partai lain dengan caleg PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman. Ada atau tidaknya keistimewaan dan keunggulan PPP dibanding partai lain dalam pandangan masyarakat dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman serta memilih atau tidaknya masyarakat terhadap PPP.

Keempat, segmentasi sebagai strategi politik PPP yang terdiri dari beberapa indikator yang menyangkut tentang pernah atau tidaknya: menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan masyarakat, menyaksikan tim pendukung/tim sukses melakukan pertemuan di tengah-tengah masyarakat, menyaksikan tim pendukung/tim sukses kampanye melakukan diskusi individu/kelompok tentang permasalahan masyarakat kota Pariaman,

berhubungan dengan tim pendukung/tim sukses PPP, dekat atau tidaknya tim pendukung/tim sukses dengan masyarakat.

### **Deskripsi Umum PPP**

PPP adalah salah satu partai Islam yang berdiri pada tanggal 15 Januari 1973 dengan lambing Ka'bah. PPP merupakan fusi dari Nahdlatul Ulama (NU), Partai Muslimin Indonesia (Permusi), Pergerakan Tarbiyah Islam (Perti) dan Partai Syarikat Islam (PSII). PPP telah ikut dalam pemilu sejak tahun 1971. Ketika partai Islam banyak bermunculan, PPP tetap menunjukkan eksistensinya sebagai partai Islam yang matang. Sebagai landasan Ideologi, PPP menempatkan nilai Amar Ma'ruf Nahi Mungkar (beramal kebajikan dan meninggalkan kemungkaran), nilai-nilai kebenaran, keadilan, kejujuran dan keikhlasan akan dapat terwujud dengan memantapkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. landasan etik, moral dan inspirasional perjuangan PPP adalah nilai-nilai ajaran Islam. PPP dengan sadar meyakini bahwa kemerdekaan dan terbentuknya Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah atas berkat rahmat dan karunia Allah SWT. PPP berpendirian bahwa bangsa Indonesia yang mayoritas beragama Islam memiliki jiwa dan semangat religious, yang terpancar dari nilai-nilai ajaran agama yang menjadi dasar keyakinan, dan menjiwai perikehidupan manusia dan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan pemikiran tersebut, PPP berkeyakinan bahwa dengan nilai-nilai Islam sebagai landasan perjuangan PPP tetap dan terus memiliki jiwa dan semangat religious.

Perjuangan PPP dalam upaya mencapai tujuan nasional tidak dapat dipisahkan dari latar belakang sejarah perjuangan bangsa. Sebagaimana yang telah diketahui bersama, sejarah perjuangan bangsa Indonesia adalah sejarah perjuangan dari satu bangsa yang tertindas yang berjuang melawan penjajahan dan penindasan. Dengan demikian, kepribadian dan cita-cita perjuangan PPP adalah merupakan mata rantai pengembangan kepribadian dan cita-cita perjuangan bangsa Indonesia.

Dalam memperjuangkan cita-cita politiknya, PPP memegang prinsip-prinsip dasar perjuangan yang sekaligus merupakan kerangka nilai yang membingkai setiap langkah segenap jajaran partai. Prinsip perjuangan PPP adalah sebagai berikut:

#### 1. Prinsip Ibadah

PPP dalam perjuangannya selalu berupaya mendasarinya dengan prinsip ibada. Perjuangan yang didasarkan pada prinsip beribadah adalah untuk mencapai keridhoan Allah SWT.

#### 2. Prinsip Istiqamah

PPP menjadikan prinsip istiqamah atau konsistensi menjadi prinsip perjuangan. Karena atas dasar istiqamah sebagai nilai-nilai dasar perjuangan partai, maka keberhasilan perjuangan akan dapat dicapai.

#### 3. Prinsip kebenaran, kejujuran dan keadilan

Perjuangan PPP selalu didasarkan pada penegakan dan pembelaan prinsip kebenaran dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Dengan

prinsip kebenaran ini, perjuangan partai mengarah pada perlawanan terhadap kebatilan, karena kebenaran berhadapan secara diametral dengan kebatilan. Prinsip kejujuran atau amanah bersifat sentral dan esensial dalam perjuangan PPP. Dengan prinsip kejujuran ini perjuangan dalam bentuk apapun akan menjamin tegaknya saling pengertian, keharmonisan, keserasian dan ketentraman. PPP juga tetap mempertahankan dan memperjuangkan nilai keadilan di dalam tiap langkah dan gerak perjuangannya. Tegaknya keadilan adalah esensial dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

#### 4. Prinsip Bermusyawarah

PPP berpendirian bahwa musyawarah untuk mencapai mufakat merupakan prinsip dasar dalam proses pengambilan keputusan kolektif yang mencerminkan nilai-nilai budaya bangsa yang perlu terus ditumbuhkembangkan.

#### 5. Prinsip Persamaan, kebersamaan dan Persatuan

PPP mendasarkan perjuangannya atas dasar prinsip persamaan derajat manusia di hadapan Allah SWT. Ini adalah keyakinan yang mendasar yang dapat memberikan motivasi perjuangan kepada seluruh jajaran partai, sehingga terhindar dari bahaya kultus individu dan neo-feodalisme yang dapat memerosotkan kualitas kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

#### 6. Prinsip Amar Ma'ruf Nahi Mungkar

PPP mendasarkan perjuangannya atas prinsip menyeru dan mendorong serta menyeru untuk melaksanakan segala perbuatan yang baik serta mencegah segala perbuatan yang tercela.

PPP terbentuk pada cabang di berbagai wilayah, salah satunya adalah cabang PPP di kota Pariaman, dibawah kepengurusan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 5.8**  
**Nama Pengurus DPC PPP di kota Pariaman 2006/2011**

No.	Nama	Jabatan
1.	Ir. Syahril Amiruddin, MS	Ketua
2.	Fadhli Azhari, S.Sos	Wakil Ketua I
3.	Amri Tanjung	Wakil Ketua II
4.	H. Encu Samsudin	Wakil Ketua III
5.	Ramlan Ali	Wakil Ketua IV
6.	Joni Efendi, S.Sos	Wakil Ketua V
7.	H. Masri	Wakil Ketua VI
8.	Feri Mairis Wandu	Sekretaris
9.	Drs. Erizul Bakhri	Wakil Sekretaris I
10.	Mulyadi	Wakil Sekretaris II
11.	Imra Usni	Wakil Sekretaris III
12.	Ferizal Efendi, MA	Wakil Sekretaris IV
13.	Syahril	Wakil Sekretaris V
14.	Nofriadi Mahmud S.Ag	Bendahara
15.	Fitnawati	Wakil Bendahara I
16.	Erma Suryani	Wakil Bendahara II

Sumber Data: Sekretariat DPC PPP Kota Pariaman

Sebagai salah satu partai peserta pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, PPP berupaya menerapkan hal-hal yang dapat menunjang kemenangan. Diantaranya adalah menetapkan dan merealisasikan strategi politiknya di tengah-tengah masyarakat kota Pariaman. Dari strategi tersebut dapat dibedakan ke dalam tiga kategori, yaitu:

Pertama, Segmentasi yang merupakan suatu kelompok yang memberikan tanggapan yang sama. Dalam hal ini, PPP berusaha menembus masyarakat yang beragam geografis dan psikografis dengan menentukan daerah target suara dengan peluang yang dimiliki partai untuk mendapatkan simpati dan dukungan masyarakat. Diantaranya adalah dengan menjadikan daerah yang menjadi basis suara PPP pada pemilu sebelumnya untuk kembali menjadi basis suaranya. Selain memanfaatkan jadwal kampanye yang telah ditetapkan oleh KPUD kota Pariaman untuk mendapatkan dukungan suara, PPP juga berusaha menjadikan beberapa daerah seperti daerah tempat tinggal, daerah tetangga, daerah sanak keluarga, daerah rekan kerja dan kenalan sebagai daerah target sasaran yang dilakukan dengan menjalin kedekatan, silaturahmi dan kerja sama<sup>9</sup>.

Kedua, Positioning yang berarti sebuah partai menentukan posisi yang berbeda dari partai lain. Dalam hal ini, PPP mempublikasikan produk yang mampu menarik masyarakat, dengan program unggulan yaitu, mengarahkan pemerintahan yang islami dan mengusulkan perda yang bersifat islami serta kesejahteraan terhadap masyarakat. Dengan penyebaran issue politik tentang kejujuran, peningkatan imtaq, dan menyerukan bangkit bersama dalam membangun kota yang islami serta berusaha meyakinkan masyarakat bahwa PPP dan pengurus harus bisa mencerminkan lambang dan azas Islam yang dipegang oleh PPP. Semua orang yang terlibat dengan PPP harus mampu meningkatkan

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara tertulis dengan Amri Tanjung sebagai Ketua II DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, Jasman sebagai Tim Sukses dari Amri Tanjung sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, dan Wawancara dengan Peri Darmawan sebagai Sekretaris DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

kualitas dan melakukan pembenahan diri sesuai dengan azas partai dan akan memperjuangkan keselamatan umat.

Ketiga, Targeting yang merupakan pemilihan kepada segmen tertentu yang logis dicapai dalam action keputusan untuk membidik pada suatu kelompok konstituen tertentu yang mudah untuk diraih dan menjadi pendukung utamanya. Dalam hal ini PPP menentukan kriteria perekrutan calon legislatif 2009, dengan mengutamakan calon legislatif yang lulus seleksi adalah calon yang memiliki persyaratan yang lengkap, berlatar pendidikan minimal SMA, mampu bermasyarakat dan berpolitik serta memprioritaskan pengurus dan kader PPP di semua jajaran dan diambil dari tokoh masyarakat, alim ulama, calon yang berkualitas dan berpengaruh terhadap masyarakat. Melakukan pemilihan tim sukses yang dipercaya dan orang-orang terdekat yang dianggap mampu mensosialisasikan PPP dan menyampaikan program PPP dalam mencari dukungan suara. Melakukan sosialisasi dan komunikasi politik disampaikan melalui dakwah, menghadiri pertemuan dan undangan melalui kunjungan tertentu dan difasilitasi oleh berbagai media seperti TV lokal, koran, radio, brosur, baliho, pamflet dan lainnya. Dan didukung oleh simpatisan dari alim ulama, tokoh santri, tokoh masyarakat, pemuda dan orang terpandang. Membaca dan menganalisa peluang politik dengan cara loby, memberikan sumbangan, mencari terobosan dengan daerah tetangga, menjalin kerja sama dan mendekati diri kepada keluarga dan kerabat. Melakukan diskusi tentang permasalahan kota Pariaman. Melakukan sosialisasi ulang melalui kunjungan ke rumah-rumah masyarakat.

## A. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini responden yang dijadikan objek penelitian adalah pemilih yang bertempat tinggal di 3 kecamatan yang ada di kota Pariaman, yaitu kecamatan Pariaman Utara (desa Cubadak Aia dan Cubadak Aia Selatan), kecamatan Pariaman Tengah (desa Aia Santok dan Taratak), dan kecamatan Pariaman Selatan (desa Simpang dan Toboh Palabah) dengan masing-masing responden diambil dari TPS I dan II.

### 1. Komposisi Responden Berdasarkan Umur

Responden yang terdaftar sebagai pemilih yang bertempat tinggal sebagaimana yang disebutkan di atas terdiri dari berbagai karakteristik umur sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.8 Umur Responden**

Umur	Frekuensi (F)	Persen (%)
17-25	30	30
26-34	20	20
35-43	27	27
>44	23	23
Total	100	100

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

(kuesioner: I Identitas Responden, pertanyaan no.2)

Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden adalah berusia sekitar 17-25 tahun. Hal ini disebabkan bahwa masyarakat kota Pariaman dalam usia tersebut masih banyak yang menetap di kota Pariaman untuk melanjutkan pendidikan, bekerja dan melakukan aktifitas sehari-hari. Dari teknik pemilihan sampel yang menggunakan teknik acak sistematis, maka masyarakat yang memiliki peluang terbesar untuk terpilih sebagai responden adalah masyarakat yang berusia sekitar 17-25 tahun.

## 2. Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.9 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persen (%)
Laki-laki	51	51,0
Perempuan	49	49,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: I Identitas Responden, pertanyaan no.3)*

Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden adalah yang berjenis kelamin laki-laki yang melebihi setengah dari keseluruhan responden yaitu 51 orang. Hal ini disebabkan karena data yang diperoleh dari sumber yang bersangkutan telah menyusun secara sistematis sesuai dengan kriteria tertentu. Maka dalam memilih masyarakat sebagai responden berdasarkan data yang ada,

Sesuai dengan teknik pemilihan sampel yaitu acak sistematis yang memiliki peluang sebagai responden adalah sama. Sehingga secara kebetulan, responden yang terpilih lebih banyak responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki.

## 3. Komposisi Responden Berdasarkan Agama

Untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan agama yang dianutnya dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 5.10 Agama Responden**

Agama	Frekuensi (F)	Persen (%)
Islam	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: I Identitas Responden, pertanyaan no.4)*

Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden adalah beragama Islam. Hal ini disebabkan karena hampir 100% masyarakat kota Pariaman adalah beragama Islam. Sehingga dari daftar DPT yang ada, dengan teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu teknik acak sistematis peluang yang lebih besar untuk terpilih sebagai responden adalah masyarakat yang beragama Islam. Maka didapatkan 100% responden adalah masyarakat yang beragama Islam.

#### 4. Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan

Untuk mengetahui latar belakang pendidikan responden dapat dijelaskan dengan tabel berikut ini:

**Tabel 5.11 Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (F)	Persen (%)
SD	8	8,0
SLTP	22	22,0
SLTA	56	56,0
Akademi/Sarjana/Pasca sarjana	13	13,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer Tahun 200 (kuesioner: 1 Identitas Responden, pertanyaan no.5)

Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden adalah berasal dari latar belakang pendidikan terakhir SMA yang mencapai lebih dari setengah jumlah keseluruhan responden yaitu 56 %. Hal ini disebabkan bahwa kota Pariaman merupakan salah satu kota yang berupaya meningkatkan pendidikan masyarakat. Sehingga sesuai dengan keadaan yang ada, kemajuan IPTEK dan adanya kewajiban belajar menjadikan masyarakat kota Pariaman banyak yang berhasil menamatkan SLTA. Maka dengan sistem acak, peluang terbesar terdapat pada masyarakat yang memiliki latar pendidikan terakhir SLTA.

## 5. Komposisi Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Untuk mengetahui status perkawinan responden dapat dijelaskan dengan tabel berikut ini:

**Tabel 5.12 Status Perkawinan Responden**

Status perkawinan	Frekuensi (F)	Persen (%)
Belum kawin	40	40,0
Kawin	60	60,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: I Identitas Responden, pertanyaan no.6)*

Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden adalah masyarakat yang sudah kawin yaitu mencapai 60 %. Sesuai dengan keterangan pada tabel 5.8, menyebabkan masyarakat yang menetap di kota Pariaman adalah masyarakat usia sekitar 26-44 tahun atau usia kawin. Sehingga dengan teknik acak, peluang terbesar yang terpilih sebagai responden adalah masyarakat yang berstatus kawin.

## 6. Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.13 Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persen (%)
Tidak bekerja	11	11,0
Tani/nelayan	5	5,0
PNS/TNI/Polri/Pensiunan	7	7,0
Pedagang	21	21,0
Karyawan swasta	15	15,0
Pelajar/Mahasiswa	15	15,0
Lainnya ...	26	26,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: I Identitas Responden, pertanyaan no.7)*

Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas responden adalah masyarakat yang memiliki pekerjaan lainnya<sup>10</sup>. Beragamnya jenis pekerjaan yang dimiliki oleh masyarakat kota Pariaman, menyebabkan peluang masyarakat yang terpilih sebagai responden adalah sama. Sehingga dengan sistem acak, yang terpilih sebagai responden adalah Hal ini disebabkan karena pekerjaan yang dimaksud tidak tersedia pada jawaban misalnya adalah masyarakat yang memiliki pekerjaan lainnya.

#### **A. Segmentasi sebagai strategi politik dalam pemilu**

Segmentasi merupakan suatu kelompok yang memberikan tanggapan yang sama. Segmentasi tersebut dapat dibedakan berdasarkan segmentasi geografik, dimana partai politik hanya melihat berdasarkan suku, ras, provinsi, kabupaten, kecamatan, kelurahan, dsb. Segmentasi psikografis, dimana konstituen dibagi menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian.

Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi kampanye PPP dalam hal segmentasi pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dapat dilihat pada tabel:

---

<sup>10</sup> Anggota DPRD kota Pariaman, Ibu Rumah Tangga, Home Industri, Tukang, Pekerjaan tidak tetap dan pekerjaan serabutan.

**Tabel 5.14**

**Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Kecamatan**

Pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	61	61,0
Tidak pernah	37	37,0
Tidak menjawab	2	2,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: II Segmentasi, pertanyaan no.1)*

Secara teori pemilihan dan penentuan segmen yang tepat akan sangat mempengaruhi keadaan politik. Pada umumnya kampanye harus memperhatikan beberapa ciri demografik yang mampu membaca dan menganalisis sifat dan kebiasaan para pemilih. Pemilihan lokasi kampanye yang merupakan pusat keramaian dan kegiatan adalah salah satu bentuk pelaksanaan strategi politik dalam hal segmentasi. Seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab pernah menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan tertentu. Hal ini disebabkan bahwa pada saat melaksanakan kampanye pada tanggal 17 Maret 2009 lalu, PPP mendapatkan lokasi kampanye di stasiun kereta api desa Padang Birik-birik untuk kecamatan Pariaman Utara, lapangan Merdeka untuk kecamatan Pariaman Tengah dan lapangan parkir Kurai Taji untuk kecamatan Pariaman Selatan dari lokasi yang ditetapkan KPUD kota Pariaman<sup>11</sup>. Dimana tiga lokasi tersebut merupakan lokasi pusat kegiatan dan keramaian masyarakat kota Pariaman. Sehingga sengaja atau tidak disengaja, responden menyaksikan pelaksanaan kampanye PPP dalam

<sup>11</sup> Sumber data dari jadwal kampanye partai peserta pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman oleh KPUD kota Pariaman.

pemilu Legislatif kota Pariaman. Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan dari hasil wawancara yaitu:

*"Di samping jadwal yang ditetapkan oleh KPU, PPP memiliki program kampanye kota dan kampanye per-kecamatan. Dalam program kota tersebut dihadiri oleh pengurus DPC PPP, pengurus ranting dan beberapa orang calon legislatif kota Pariaman. Sedangkan dalam kampanye per-kecamatan dihadiri oleh seluruh komponen yang ada dalam kecamatan tersebut. Sebagai contoh, dalam kampanye yang diselenggarakan pada kecamatan Pariaman utara calon legislatif dalam pemilu 2009 yang hadir diantaranya Amri Tanjung, Mulyadi, Ali Paryento, Darlis dan calon lainnya. Sebelum kampanye dimulai, telah dibentuk tim kampanye yang diambil dari seluruh komponen di seluruh kecamatan dan kota yang dibentuk dari calon legislatif sendiri, tokoh agama, tokoh masyarakat, sesepuh dan masyarakat yang pro kepada PPP. Dalam kampanye ini disampaikan visi misi PPP pada masing-masing kecamatan yang ada di kota Pariaman yaitu kecamatan Pariaman utara, Pariaman tengah dan kecamatan Pariaman Selatan dan menyebutkan bahwa PPP adalah partai yang berlandaskan Islam dengan lambang ka'bah serta perangkat dan perjuangan PPP adalah berlandaskan Islam. Contohnya ada program bagaimana pemerintah mengutamakan nuansa Islam untuk kota Pariaman melalui peraturan bagi pegawai dan siswi-siswi untuk menggunakan jilbab, karena hampir 99% masyarakat kota Pariaman adalah beragama Islam. Melihat respon dari masyarakat, disimpulkan bahwa masyarakat kota Pariaman belum sepenuhnya berpolitik. Dengan uang 50.000 rupiah ideologi masyarakat bisa berubah. Masyarakat tidak lagi memandang bagaimana partai itu, program dan azas partai itu. Yang lebih dominan mempengaruhi pandangan masyarakat adalah kedekatan keluarga dan uang sehingga pemilu tersebut dikatakan pemilu money politic"<sup>12</sup>.*

Dari hasil wawancara tersebut, jelas bahwa PPP memang melakukan kampanye pada kecamatan tertentu dengan segala hal yang dilakukan dalam kampanye tersebut. Namun, banyaknya responden yang tidak menyaksikan adanya kampanye di kecamatan tersebut dipengaruhi oleh bagaimana situasi dan kondisi responden itu sendiri.

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Peri Darmawan sebagai Sekretaris DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Berbeda dengan kampanye yang dilakukan pada desa tertentu. Dalam strategi politiknya PPP menetapkan beberapa desa yang menjadi target suara PPP, seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 5.15**  
**Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Desa**

Pelaksanaan kampanye PPP pada desa	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	51	51,0
Tidak pernah	48	48,0
Tidak menjawab	1	1,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: II Segmentasi, pertanyaan no.2)*

Berdasarkan temuan data di atas, PPP melakukan pemilihan segmen dalam ruang lingkup yang lebih kecil, dengan menentukan lokasi kampanye berdasarkan daerah yang masyarakatnya memiliki hubungan dengan calon legislatif PPP. Hal ini tentunya akan mempersempit ruang gerak dan peluang PPP dalam berkampanye yang seharusnya mampu menembus seluruh kalangan masyarakat baik yang memiliki hubungan dengan calon maupun tidak. Hal ini dapat dilakukan dengan pemilihan tema yang cocok dan sesuai dengan keadaan dan sifat masyarakat setempat. Dari hasil survey yang diperoleh terlihat bahwa mayoritas responden menjawab pernah menyaksikan kampanye PPP pada desa tertentu yaitu 51 orang. Hal ini dikarenakan bahwa dari data primer yang didapatkan dari DPC PPP kota Pariaman, desa yang menjadi target suara PPP adalah desa yang pada pemilu sebelumnya meraih suara terbanyak serta desa yang masyarakatnya memiliki hubungan dengan calon legislatif PPP baik keluarga, sanak saudara, teman, rekan kerja, tetangga ataupun kenalan. Sehingga kampanye pada desa

tertentu hanya disaksikan oleh masyarakat terdekat para calon legislatif PPP. Dan sesuai dengan yang diungkapkan oleh informan dari hasil wawancara yaitu:

*"Untuk memenangkan suara, kampanye dilakukan secara diagonal dan di desa-desa PPP mempunyai tim. Kampanye dilakukan dengan mengunjungi masyarakat dari rumah ke rumah yang dilakukan dengan ramah tamah dan mengajak dengan kedekatan dalam rangka menyampaikan tujuan, program dan visi misi PPP. Selain itu kampanye di desa juga dilakukan dalam mengadakan acara seperti maulid nabi, wirid remaja, acara pemuda dan acara lainnya. Desa yang menjadi prioritas adalah desa Cubadak Aia, Mangguang, dan Nareh. Yang hadir calon legislatif pemilu 2009, simpatisan PPP. Dekat dengan PPP karena fanatik dengan PPP. Caleg PPP dituntut untuk mengenal daerah pilihannya dan harus memiliki akses untuk membantu pelaksanaan kampanye. Dan kampanye tersebut dilakukan oleh masing-masing caleg secara bergulir"<sup>13</sup>.*

Melalui hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa pelaksanaan kampanye di desa-desa tertentu dilakukan dengan mengunjungi rumah-rumah masyarakat dengan memiliki desa target seperti pada kecamatan Pariaman Utara yaitu desa Cubadak Aia, Mangguan, dan Nareh. Dengan melakukan kampanye melalui kunjungan ke rumah-rumah masyarakat seharusnya memang akan lebih efektif dari pada kampanye yang dilakukan di tempat umum. Karena pengenalan dan kedekatan antara orang-orang yang berkepentingan akan lebih besar dengan masyarakat setempat.

Sementara pelaksanaan kampanye pada kelompok tertentu, justru lebih banyak tidak disaksikan oleh responden, seperti tabel di bawah ini:

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Amri Tanjung sebagai Ketua II DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Tabel 5.17

Adanya Pelaksanaan Kampanye PPP pada Lingkungan Masyarakat

Pelaksanaan kampanye PPP pada lingkungan masyarakat	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	45	45,0
Tidak pernah	48	48,0
Tidak menjawab	7	7,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer Tahun 2009

(kuesioner: II Segmentasi, pertanyaan no.4)

Seperti segmen pada tabel sebelumnya, kelemahan PPP dalam kampanye juga terlihat dalam penentuan dan pemilihan segmen lingkungan masyarakat yang justru mempersempit gerak dan peluang kampanye. Kampanye diupayakan untuk mampu memasuki semua wilayah masyarakat pemilih agar mendapatkan hasil yang maksimal. Tapi yang terjadi pada PPP justru sebaliknya. Sehingga dari tabel di atas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab tidak pernah menyaksikan kampanye PPP pada lingkungan masyarakat tertentu yaitu sebanyak 48 %. Hal ini dikarenakan bahwa lingkungan masyarakat yang menjadi target suara PPP adalah lingkungan orang-orang terdekat calon legislatif PPP. Sehingga di luar lingkungan yang bersangkutan banyak yang tidak menyaksikan kampanye PPP pada pemilu Legislatif kota Pariaman. Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan dari hasil wawancara yaitu:

*"PPP lebih memprioritaskan kampanye pada lingkungan surau karena merupakan salah satu cara untuk mencerminkan PPP adalah partai Islam. Dan masing-masing calon diupayakan untuk bisa menyampaikan ceramah. Tapi PPP tetap melakukan kampanye pada lingkungan tertentu seperti lingkungan nelayan, pedagang dan lainnya dengan mendatangkan ahli atau*

*nara sumber. Karena pada umumnya masyarakat menganggap bahwa para caleg adalah orang yang mengetahui segala hal*<sup>14</sup>.

Dari hasil wawancara juga dapat diketahui bahwa PPP yang merupakan salah satu partai Islam harus bisa melakukan hal-hal yang mencerminkan azas dan lambang partai yang berlandaskan Islam. Dan salah satu bentuknya adalah dengan lebih memprioritaskan pelaksanaan kampanye pada lingkungan keagamaan di samping lingkungan masyarakat lain yang juga tidak kalah penting.

### **B. Positioning sebagai strategi politik dalam pemilu**

Positioning merupakan cara sebuah partai menentukan posisi yang berbeda dari partai lain. Hal ini dimaksudkan agar sebuah partai mendapat tempat bagi para pemilihnya.

Untuk mengetahui bagaimana strategi PPP dalam hal positioning pada kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 5.18**  
**Adanya Pengenalan Calon Legislatif PPP**

<b>Pengenalan Calon Legislatif PPP</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persen (%)</b>
Pernah	66	66,0
Tidak pernah	33	33,0
Tidak menjawab	1	1,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.5)*

Seperti halnya pada segmentasi politik, kelemahan strategi politik PPP dalam hal positioning juga terlihat tidak maksimal. Sehingga perbedaan yang ada pada PPP seharusnya bisa dimanfaatkan menjadi peluang dan nilai jual yang lebih, jika PPP mampu menampilkan perbedaan tersebut menjadi sesuatu yang

<sup>14</sup> Wawancara dengan Peri Darmawan sebagai Sekretaris DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

menarik dan mampu mengambil simpati masyarakat pemilih. Namun hal itu ternyata belum bisa dilakukan oleh PPP. Dari tabel di atas terlihat bahwa responden yang pernah menyaksikan adanya pengenalan calon legislatif dalam kampanye pemilu legislatif 2009 mencapai 66%. Dari kampanye besar-besaran yang dilakukan oleh PPP pada jadwal kampanye merupakan salah satu kesempatan untuk bisa mempublikasikan personil-personilnya agar diketahui oleh masyarakat luas. Sehingga dari kampanye tersebut, masyarakat bisa menyaksikan apa yang menjadi keistimewaan bagi PPP. Dimana hal ini juga berhubungan dengan tabel di bawah ini:

**Tabel 5.19**  
**Adanya Pernyataan Caleg PPP Adalah Caleg Yang Tepat**

Pernyataan Caleg Yang Tepat	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	48	48,0
Tidak pernah	45	45,0
Tidak menjawab	7	7,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.6)*

Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa responden yang pernah menyaksikan bahwa caleg PPP adalah caleg yang tepat dalam pelaksanaan kampanye mencapai 48%. Hal ini berarti, dari jumlah responden yang menyaksikan bahwa adanya pengenalan calon legislatif, hanya 48 orang yang menyaksikan PPP menyebutkan ketepatan terhadap calon legislatif yang nantinya akan memperjuangkan kepentingan masyarakat. Begitu juga dengan perbandingan PPP dengan partai lainnya, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.20**  
**Adanya Perbandingan PPP dengan Partai Lain**

<b>Perbandingan PPP dengan Partai Lain</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persen (%)</b>
Pernah	29	29,0
Tidak pernah	60	60,0
Tidak menjawab	11	11,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.7)*

Sebagai komponen yang penting adalah menampilkan perbedaan partai satu dengan partai lainnya. Begitu juga seharusnya yang terlihat dari kampanye yang dilakukan PPP. Tapi berdasarkan tabel di atas, hanya 29% yang pernah menyaksikan bahwa PPP melakukan perbandingan partainya dengan partai lain. Hal ini tentunya akan mempengaruhi masyarakat terhadap apa yang membedakan PPP dengan partai lain. Dalam hal ini kampanye juga meliputi adanya pemberitahuan tentang partai yang bersangkutan kepada masyarakat, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.21**  
**Tahu dengan Issue Politik PPP**

<b>Tahu dengan Issue Politik PPP</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persen (%)</b>
Tahu	23	23,0
Kurang tahu	48	48,0
Tidak tahu	29	29,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.8)*

Selain hal di atas, dalam kampanye partai juga harus menyebarkan informasi dan pemberitahuan kepada masyarakat tentang apa yang menjadi perbincangan dan permasalahan dalam masyarakat luas. Namun, berdasarkan tabel di atas, hanya 23% dari responden yang tahu dengan issue politik yang disampaikan oleh PPP. Dalam hal ini terlihat adanya kelemahan kampanye politik

yang dilakukan oleh PPP. Begitu juga dalam hal menampilkan profil partai, seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 5.22**  
**Tahu dengan Profil PPP**

<b>Tahu dengan Profil PPP</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persen (%)</b>
Tahu	42	42,0
Kurang tahu	41	41,0
Tidak tahu	17	17,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.9)*

Sebagai partai tua yang telah lama eksis dalam perpolitikan, ternyata dari tabel di atas hanya 42% responden yang tahu dengan profil PPP. Dalam hal ini, membuktikan bahwa tidak maksimalnya PPP menampilkan dan mempromosikan partai di tengah-tengah masyarakat. Hal ini juga terlihat dari kompetensi PPP dalam pemilu, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.23**  
**Adanya Perbedaan Kompetensi PPP Dibanding Partai Lain**

<b>Perbedaan Kompetensi PPP Dibanding Partai Lain</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persen (%)</b>
Ya	29	29,0
Tidak	26	26,0
Tidak tahu	45	45,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.11)*

Disaat partai lain berusaha melibatkan uang dalam kompetensi kampanye untuk bisa mengungguli partai lain, PPP seharusnya juga memiliki nilai kompetensi dengan cara lain. Namun dari tabel di atas hanya 29% dari responden yang melihat adanya perbedaan kompetensi PPP dengan partai lain. Bahkan

dalam hal membedakan program dari partai lainpun PPP tidak menonjolkan suatu hal yang berbeda, seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 5.24**  
**Adanya Perbedaan Program PPP Dibanding Partai Lain**

Perbedaan program PPP dibanding partai lain	Frekuensi (F)	Persen (%)
Ya	26	26,0
Tidak	23	23,0
Tidak tahu	51	51,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.12)*

Sehingga dari tabel di atas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab tidak tahu dengan perbedaan program PPP dengan partai lainnya tentang pengarahannya yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat yaitu sebanyak 51 %. Hal ini dikarenakan bahwa banyaknya masyarakat yang tidak menyaksikan kampanye PPP, tidak maksimalnya kinerja tim sukses/tim pendukung dalam mensosialisasikan program PPP di tengah-tengah masyarakat dan banyaknya masyarakat yang minim dengan pengetahuan tentang "seluk beluk" PPP.

Dengan kurang terlihatnya perbedaan yang ada pada PPP seperti adanya prinsip perjuangan yang berdasarkan kejujuran, keadilan, persamaan, Amar Ma'ruf Nahi Mungkar dan sebagainya, maka akan mengurangi rasa kepercayaan masyarakat terhadap PPP yang merupakan salah satu partai Islam, seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 5.25**

**Kepercayaan masyarakat terhadap caleg PPP**

<b>Kepercayaan masyarakat terhadap caleg PPP</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Persen (%)</b>
Percaya	23	23,0
Kurang percaya	58	58,0
Tidak percaya	19	19,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.12)*

Positioning kampanye PPP dilaksanakan untuk memberikan kesan khusus bagi masyarakat pemilih, agar dapat membentuk pola pikir dan kepercayaan masyarakat melalui harapan dan program yang meyakinkan. Namun berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 58 % atau mayoritas responden menjawab kurang percaya dengan calon legislatif PPP. Hal ini dikarenakan bahwa banyaknya calon legislatif yang hanya menyerukan mereka adalah caleg yang tepat dan peduli rakyat dengan program dan janji politik. Setelah mereka menjabat di pemerintahan, para caleg tersebut tidak mempedulikan lagi janji politik tersebut. Selain itu disebabkan kecilnya usaha calon legislatif PPP dalam mendekati diri kepada masyarakat, sehingga banyak masyarakat yang tidak tahu dengan figur dan kepribadian caleg. Dan seperti yang diungkapkan oleh informan dari hasil wawancara yaitu:

*" Pengalaman 2004, suara PPP menjadi merosot. PPP sebagai partai Islam tidak lagi memiliki nilai jual di tengah-tengah masyarakat, karena masyarakat menganggap bahwa orang-orang PPP yang seharusnya mengamalkan ajaran Islam justru banyak melakukan perbuatan yang bertentangan dengan ajaran Islam seperti ikut judi togel dan lainnya. Maka caleg PPP dan pengurus harus bisa mencerminkan lambang dan azas Islam yang dipegang oleh PPP. Semua orang yang terlibat dengan PPP harus mampu meningkatkan kualitas dan melakukan pembenahan diri sesuai dengan azas partai serta benar-benar*

*mengerti dengan ketuhanan agar dapat merubah pandangan masyarakat sebelumnya. Dan PPP akan melakukan pembaharuan berdasarkan instruksi dari pusat dan melakukan pembentukan kepengurusan baru untuk mengembalikan citra PPP”<sup>15</sup>.*

Seperti hasil wawancara yang dilakukan, dari pengalaman yang ada di tengah-tengah masyarakat bahwa orang-orang PPP yang seharusnya mencerminkan diri sesuai dengan azas dan prinsip Islam, ternyata cukup banyak yang justru melakukan hal yang menyimpang dari azas dan prinsip partai yang di milikinya. Maka dalam upaya mengembalikan citra PPP sebagai partai Islam, PPP untuk saat ini dan seterusnya telah berada dalam proses perbaikan dan pembaharuan agar apa yang dilihat masyarakat dari partainya juga dicerminkan oleh komponen-komponen yang ada di dalamnya. Dengan itu upaya untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap PPP akan lebih bisa dirasakan.

Kekurangpercayaan masyarakat tidak hanya dari kurang terlihatnya perbedaan khusus PPP dengan partai lainnya. Namun dipengaruhi juga dengan kurang terlihatnya keistimewaan PPP oleh masyarakat seperti tabel berikut:

**Tabel 5.26**

**Keistimewaan yang dimiliki PPP dari partai lainnya**

Keistimewaan yang dimiliki PPP	Frekuensi (F)	Persen (%)
Ya	32	32,0
Tidak	33	33,0
Tidak menjawab	35	35,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009*

*(kuesioner: III Positioning, pertanyaan no.24)*

Dalam positioning, suatu partai harus jeli dalam menampilkan sesuatu

<sup>15</sup> Wawancara dengan Amri Tanjung sebagai Ketua II DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

yang menarik simpati masyarakat melalui tampilan yang memberikan nuansa istimewa bagi masyarakat. Namun dari tabel di atas PPP belum bisa melakukan hal tersebut, sehingga dari 100 orang responden, 35 % atau mayoritas responden tidak menjawab ada atau tidaknya keistimewaan yang dimiliki PPP dibanding partai lainnya. Hal ini dikarenakan bahwa tidak bersedianya responden memberikan jawaban ya atau tidak tentang keistimewaan PPP dalam pemilu Legislatif kota Pariaman.

### C. Targeting sebagai strategi politik dalam pemilu

Targeting, yang merupakan pemilihan kepada segmen tertentu yang logis dicapai dalam action keputusan untuk membidik pada suatu kelompok konstituen tertentu yang mudah untuk diraih dan menjadi pendukung utamanya.

Untuk mengetahui bagaimana strategi PPP dalam hal targeting pada kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 5.27**

**Adanya sosialisasi yang dilakukan oleh tim pendukung/tim sukses PPP**

Adanya sosialisasi oleh tim pendukung/tim sukses PPP	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	55	55,0
Tidak pernah	37	37,0
Tidak menjawab	8	8,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: IV Targeting, pertanyaan no.27)*

Targeting bertujuan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Dengan kinerja tim sukses/tim pendukung yang maksimal dengan menjalin hubungan dengan masyarakat secara baik merupakan salah satu jalan menuju

kampanye yang sukses. Tapi yang sering terjadi justru banyak dari tim sukses/tim pendukung yang ternyata tidak melakukan tugas dengan semestinya, sehingga juga berpengaruh pada kandidat yang didukungnya. Dari tabel di atas 55 % atau mayoritas responden pernah menyaksikan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh tim sukses/tim pendukung PPP dalam masa kampanye. Hal ini dikarenakan bahwa banyaknya jumlah tim sukses/tim pendukung yang dimiliki PPP yang dibagi ke beberapa segmen tertentu. Bagaimana bentuk kinerja tim sukses tersebut akan menentukan bagaimana akhir dari kampanye yang dilakukan. Jika memang sosialisasi yang dilakukan tim sukses/tim pendukung sesuai dengan tuntutan untuk mencapai hasil yang maksimal, maka akan semakin besar juga peluang untuk mendapatkan pendukung dari masyarakat. Seperti halnya ungkapan informan dari hasil wawancara yaitu:

*"Meskipun telah dilakukan sosialisasi, namun hal itu tidak akan bernilai jika tidak dilakukan sosialisasi ulang melalui kunjungan ke rumah-rumah masyarakat. Pemilu 2009 dianggap pemilu yang money politic. Yang berarti yang berduit, dialah yang menang. Meskipun begitu, bukan berarti PPP tidak memiliki modal uang. Namun hal itulah yang menjadikan perbedaan PPP dengan yang lainnya. Meskipun demikian, PPP tetap optimis dan yakin masyarakat akan mencapai klimaks dan sadar bahwa hal yang seperti itu tidak akan bertahan lama"<sup>16</sup>.*

Seperti yang dapat diketahui melalui hasil wawancara dengan informan, bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh tim sukses maupun personel-personel PPP memang ada di lapangan. Tapi melihat fenomena yang ada, masyarakat lebih melirik peserta dari apa yang bisa diperoleh oleh masyarakat. Bagi yang berkuasa dengan uang dan mampu melakukan tawar menawar atau jual beli suara dengan

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Jasman sebagai Tim Sukses dari Amri Tanjung sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

masyarakat, maka merekalah yang akan mendapatkan kesempatan yang lebih besar untuk menang. Karena hal tersebut meskipun sosialisasi dilakukan, tapi melihat fenomena yang berkauasa tetaplah uang.

Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat tidak hanya dengan melakukan sosialisasi dengan masyarakat tapi juga melakukan pertemuan/diskusi, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.28**

**Adanya pertemuan yang dilakukan oleh tim pendukung/tim sukses PPP**

Adanyapertemuan/diskusi oleh tim pendukung/tim sukses PPP	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	41	41,0
Tidak pernah	50	50,0
Tidak menjawab	9	9,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009  
(kuesioner: IV Targeting, pertanyaan no.28)*

Tujuan dari adanya pertemuan /diskusi yang dilakukan oleh tim sukses/tim pendukung dengan masyarakat adalah untuk lebih mensosialisasikan kandidat, program, isu politik dan hal-hal yang menjadi indikator menangnya suatu partai dalam pemilu. Untuk itu tim sukses/tim pendukung seharusnya melakukan tatap muka /bertemu dengan masyarakat. Namun dari tabel di atas 50 % atau mayoritas responden menjawab tidak pernah menyaksikan adanya pertemuan/diskusi yang dilakukan oleh tim sukses/tim pendukung PPP di tengah-tengah masyarakat. Karena umumnya yang menjadi tim sukses/tim pendukung PPP berasal dari orang terdekat calon legislatif PPP. Sehingga sifat sosialisasi hanya sebatas mengajak memilih tanpa menekankan bagaimana PPP yang sebenarnya.

Begitu juga dengan diskusi tentang permasalahan yang terjadi pada masyarakat. Hal tersebut merupakan bukti dari keseriusan PPP dalam menghadapi suatu permasalahan dan menemukan solusi dari permasalahan tersebut, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.29**  
**Pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi dengan individu/kelompok masyarakat tentang "Permasalahan masyarakat kota Pariaman"**

Diskusi tim pendukung/tim sukses PPP dengan individu/kelompok masyarakat tentang "Permasalahan masyarakat kota Pariaman"	Frekuensi (F)	Persen (%)
Pernah	33	33,0
Tidak pernah	53	53,0
Tidak menjawab	14	14,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: IV Targeting, pertanyaan no.29)*

Namun dalam hal pembahasan tentang permasalahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat sekaligus untuk bisa meyakinkan masyarakat PPP terlihat tidak sukses dalam melakukan tugas tersebut, dengan dibuktikan 53 % atau mayoritas responden menjawab tidak pernah menyaksikan tim sukses/tim pendukung PPP melakukan diskusi tentang permasalahan masyarakat kota Pariaman. Hal ini dikarenakan bahwa tim sukses/tim pendukung tidak maksimal dalam melakukan tugas yang seharusnya mensosialisasikan hal-hal yang berhubungan dengan PPP dan mampu meyakinkan masyarakat. Namun seperti yang diungkapkan oleh informan dari hasil wawancara yaitu:

*"Diskusi tentang permasalahan kota Pariaman telah dilakukan. Misalnya untuk kecamatan Pariaman Tengah dengan melakukan program tentang proses penanaman padi sebatang dengan bekerja sama dengan orang-orang pertanian, program hemat listrik, goro bersama, goro mesjid dan melakukan*

*gerakan-gerakan dengan masyarakat. Tapi tetap uang adalah yang paling berpengaruh*<sup>17</sup>.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, dalam sosialisasi kampanye, selain memperkenalkan calon dan mengajak masyarakat sebagai pendukung, PPP juga melakukan diskusi tentang permasalahan yang ada pada masyarakat kota Pariaman. Dan sebagai bukti bentuk respon PPP terhadap permasalahan yang ada, PPP berupaya memberikan solusi seperti melakukan berbagai program dan gerakan bersama masyarakat. Namun kenapa perolehan suara tetap menurun, hal ini juga sangat dipengaruhi oleh perilaku memilih masyarakat dalam pemilu. Selain hal sebelumnya, kedekatan antara tim sukses dengan masyarakat juga akan mempengaruhi pilihan masyarakat, seperti pada tabel berikut:

**Tabel 5.30**  
**Adanya Kedekatan dengan Tim Pendukung/tim Sukses PPP**

Kedekatan dengan Tim Pendukung/tim Sukses PPP	Frekuensi (F)	Persen (%)
Dekat	13	13,0
Kurang dekat	44	44,0
Tidak dekat	43	43,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: IV Targeting, pertanyaan no.30)

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab dekat dengan tim sukses PPP adalah 13%. Hal ini juga berarti dalam menjalankan tugas, tim sukses kurang menjalin kedekatan dengan masyarakat. Sementara kedekatan antara tim sukses dan masyarakat sangat penting sebagai wujud silaturahmi yang dapat meningkatkan simpati masyarakat.

<sup>17</sup> Wawancara dengan Amri Tanjung sebagai Ketua II DPC PPP kota Pariaman dan sebagai calon legislatif dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

#### D. Perolehan Suara

Perolehan suara merupakan hasil dari usaha yang dilakukan partai dalam pemilu. Dari data yang didapatkan dari KPUD kota Pariaman, perolehan suara yang diperoleh PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman adalah 2389 suara dengan rincian 1135 suara yang diperoleh dari kecamatan Pariaman Utara, 917 suara kecamatan Pariaman Tengah dan 337 suara dari kecamatan Pariaman Selatan. Untuk melihat memilih atau tidaknya masyarakat terhadap PPP dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 5.31**

**Dipilih Atau Tidaknya PPP Oleh Masyarakat Dalam Pemilu Legislatif 2009**

Dipilih Atau Tidaknya PPP	Frekuensi (F)	Persen (%)
Ya	46	46,0
Tidak	54	54,0
Total	100	100,0

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: V Perolehan Suara, pertanyaan no.31)*

Secara teoritis, penerapan strategi politik partai merupakan salah satu faktor yang mendukung kemenangan. Namun berdasarkan tabel di atas, dari strategi yang diterapkan oleh dalam kampanye pemilu Legislatif 2009, hanya 46% dari responden yang memilih PPP. Dimana 54% responden tidak menjawab apakah mereka memilih atau tidak. Namun dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi PPP kurang mempengaruhi pilihan masyarakat.

#### E. Hubungan segmentasi sebagai strategi politik dengan perolehan suara

1. Hubungan pernahnya masyarakat menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan tertentu dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 5.31**

**Hubungan kampanye di kecamatan dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Menyaksikan kampanye kecamatan	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	34 (73,9)	27 (50)	61 (61)
Tidak pernah	10 (21,7)	27 (50)	37 (37)
Tidak menjawab	2 (4,3)	0 (0)	2 (2)
Total	46 (100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.1 dan 31)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan memilih masyarakat, yang pernah menyaksikan pelaksanaan kampanye pada kecamatan tertentu dengan yang memilih PPP yaitu dari 61 orang responden yang menyaksikan pelaksanaan kampanye pada kecamatan tertentu hanya 34 orang responden atau 73,9,2% yang memilih PPP. Sementara 27 orang responden atau 50% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 10,038 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (10,038) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa terdapat hubungan antara menyaksikan pelaksanaan kampanye di kecamatan dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,302 yang berarti antara pelaksanaan kampanye PPP di kecamatan dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang. Hal ini dapat dipengaruhi dengan dilaksanakannya kampanye pada tempat yang tepat seperti halnya PPP. Pemilihan lokasi yang bagus pada saat kampanye adalah salah satu cara untuk bisa melakukan kampanye yang maksimal. Apalagi dengan lokasi yang menjadi pusat keramaian dan kegiatan semakin besar peluang untuk membuat masyarakat

menyaksikan hal-hal yang dikampanyekan. Dari tabel tersebut mayoritas responden menjawab pernah menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan tertentu. Hal ini disebabkan bahwa PPP mendapatkan lokasi yang merupakan lokasi pusat kegiatan dan keramaian masyarakat kota Pariaman. Sehingga sengaja atau tidak disengaja, responden menyaksikan pelaksanaan kampanye PPP dalam pemilu Legislatif kota Pariaman.

2. Hubungan pernahnya masyarakat menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada desa tertentu dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 5.32**

**Hubungan kampanye desa dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Menyaksikan kampanye desa	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	27 (58,7)	24 (44,4)	51 (51)
Tidak pernah	18 (39)	30 (55,5)	48 (48)
Tidak menjawab	1 (2,1)	0 (0)	1 (1)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.2 dan 31)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 51 orang responden yang menyaksikan pelaksanaan kampanye di desa tertentu hanya 27 orang responden atau 58,7% yang memilih PPP. Sementara 24 orang responden atau 44% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 3,559 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (3,559) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa tidak terdapat hubungan antara menyaksikan pelaksanaan kampanye di desa dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan

keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,185 yang berarti antara pelaksanaan kampanye di desa PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

3. Hubungan pernahnya masyarakat menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kelompok tertentu dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 5.33**

**Hubungan kampanye pada kelompok dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Menyaksikan kampanye kelompok	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	23 (50)	16(30)	39 (39)
Tidak pernah	22 (47,8)	36 (67)	58 (58)
Tidak menjawab	1 (2)	2 (3,7)	3 (3)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.3 dan 31)

Seperti halnya tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 39 orang responden yang menyaksikan pelaksanaan kampanye di kelompok tertentu, hanya 23 orang responden atau 50% yang memilih PPP. Sementara 16 orang responden atau 30% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 4,357 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (4,357) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti tidak terdapat hubungan antara menyaksikan pelaksanaan kampanye di kelompok dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,204 yang berarti antara pelaksanaan kampanye di kelompok PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

4. Hubungan pernahnya masyarakat menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada lingkungan masyarakat tertentu dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 5.34**

**Hubungan kampanye pada lingkungan masyarakat dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Menyaksikan kampanye lingkungan	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	21 (45,6)	24(44,4)	45 (45)
Tidak pernah	22 (47,8)	26 (48)	48 (48)
Tidak menjawab	3(6,5)	4 (7,4)	7 (7)
<b>Total</b>	<b>46 (100)</b>	<b>54(100)</b>	<b>100 (100)</b>

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.4 dan 31)

Begitu juga dari hasil tabel di atas, bahwa dari 45 responden yang menyaksikan pelaksanaan kampanye di lingkungan masyarakat tertentu, hanya 21 orang responden atau 45,6% yang memilih PPP. Sementara 24 orang responden atau 44% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 0,036 dengan *Degree of Freedom* (df) 4 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (0,036) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa tidak terdapat hubungan antara menyaksikan pelaksanaan kampanye di lingkungan masyarakat tertentu dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,019 yang berarti antara pelaksanaan kampanye di lingkungan masyarakat tertentu PPP dengan memilih PPP tidak memiliki hubungan.

#### **E.Hubungan positioning sebagai strategi politik dengan perolehan suara**

1. Hubungan pernahnya masyarakat menyaksikan adanya pengenalan calon legislatif PPP terhadap masyarakat dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu

legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.35**  
**Hubungan pengenalan calon legislatif dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Menyaksikan pengenalan caleg	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	24 (52)	24 (44)	48 (48)
Tidak pernah	16 (35)	29 (54)	45 (45)
Tidak menjawab	6 (13)	1 (2)	7 (7)
<b>Total</b>	<b>46(100)</b>	<b>54(100)</b>	<b>100 (100)</b>

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.5 dan 31)*

Seperti keterangan sebelumnya bahwa banyak hal yang bisa dilakukan pada saat pelaksanaan kampanye, termasuk melakukan pengenalan calon legislatif kepada masyarakat. Dan berdasarkan tabel di atas bahwa dari 48 orang responden yang menyaksikan pengenalan calon legislatif, hanya 24 orang responden atau 44% yang memilih PPP. Sementara 24 orang responden atau 50% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 6,730 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (6,730) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa terdapat hubungan antara menyaksikan pengenalan calon legislatif dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,251 yang berarti antara pengenalan calon legislatif dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

2. Hubungan pernah menyaksikan PPP menyebutkan bahwa caleg PPP adalah caleg yang peduli rakyat dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislatif

2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.36**

**Hubungan menyebutkan caleg yang peduli rakyat dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Menyaksikan caleg yang tepat	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	24 (52)	21 (39)	45 (45)
Tidak pernah	16 (35)	29 (54)	45 (45)
Tidak menjawab	6 (13)	4 (7,4)	10 (10)
Total	46(100)	54 (100)	100(100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.6 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 45 orang responden yang menyaksikan menyebutkan caleg yang tepat, hanya 24 orang responden atau 52% yang memilih PPP. Sementara 21 orang responden atau 39% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 3,739 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (3,739) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa tidak terdapat hubungan antara menyaksikan menyebutkan caleg yang peduli rakyat dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,190 yang berarti antara menyebutkan caleg yang peduli rakyat dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

3. Hubungan pernah menyaksikan PPP memiliki keunggulan dari partai lainnya dalam pemilu legislative 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.37**

**Hubungan memiliki keunggulan dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Memiliki Keunggulan	Memilih PPP		Total
	Ya (%)	Tidak (%)	
Pernah	17 (37)	8 (15)	25 (25)
Tidak pernah	10 (22)	23(43)	33 (33)
Tidak menjawab	19 (41)	23 (43)	42 (42)
Total	46 (100)	54 100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.7 dan 45)

Menurut tabel di atas bahwa dari 25 orang responden yang menjawab PPP memiliki keunggulan, hanya 17 orang responden atau 37% yang memilih PPP. Sementara 8 orang responden atau 15% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 8,154 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (8,154) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab PPP memiliki keunggulan dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,275 yang berarti antara menjawab PPP memiliki keunggulan dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

4. Hubungan tahu dengan issue politik PPP (Partai Persatuan Pembangunan) tentang "kejujuran dan peningkatan imtaq dan bangkit bersama kota Pariaman yang islami" dalam pelaksanaan kampanye dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.38**  
**Hubungan tahu issue politik PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman.**

Tahu Issue Politik PPP	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tahu	11 (24)	12 (22)	23 (23)
Kurang tahu	22(48)	26 (48)	48 (48)
Tidak tahu	13 (29)	16 (30)	29 (29)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.8 dan 31)*

Sementara dari tabel di atas, bahwa dari 23 orang responden yang menjawab tahu issue politik PPP hanya 11 orang responden atau 24% yang memilih PPP. Sementara 12 orang responden atau 22% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 0,47 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (0,47) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara tahu issue politik PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,22 yang berarti antara tahu issue politik PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

5. Hubungan adanya perbedaan isu politik PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.39**  
**Hubungan perbedaan isu politik PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Perbedaan Issue Politik	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Ya	19 (41)	17 (32)	36 (36)
Tidak	8 (17)	8 (15)	16 (16)
Tidak tahu	19(41)	29 (54)	48 (48)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.9 dan 31)*

Dari tabel di atas diketahui bahwa dari 36 orang responden yang menjawab melihat perbedaan isu politik PPP hanya 19 orang responden atau 41% yang memilih PPP. Sementara 17 orang responden atau 32% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 1,546 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (1,564) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara melihat perbedaan isu politik PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,124 yang berarti antara melihat perbedaan isu politik PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

6. Hubungan tahu dengan Profil PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dalam pelaksanaan kampanye dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.40**

**Hubungan tahu dengan Profil PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Tahu Profil PPP	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tahu	22 (48)	20 (37)	42 (42)
Kurang tahu	18(39)	23 (42)	41 (41)
Tidak tahu	6 (13)	11 (20)	17 (17)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.10 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 42 orang responden yang menjawab tahu dengan Profil PPP, hanya 22 orang responden atau 48% yang memilih PPP. Sementara 20 orang responden atau 37% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 1,545 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (1,545) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat

hubungan antara tahu dengan Profil PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,123 yang berarti antara tahu dengan Profil PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

7. Hubungan tahu dengan kompetensi PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislatif 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.41**  
**Hubungan tahu dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Tahu kompetensi PPP	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tahu	12 (36)	4 (8)	16 (16)
Kurang tahu	25 (54)	25 (46)	50 (50)
Tidak tahu	9 (20)	25 (46)	34 (34)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.11 dan 31)

Menurut tabel di atas bahwa dari 16 orang responden yang menjawab tahu dengan kompetensi PPP, hanya 12 orang responden atau 36% yang memilih PPP. Sementara 4 orang responden atau 8% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 10,960 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (10,960) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara tahu dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,314 yang berarti antara tahu dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

a. Hubungan adanya perbedaan kompetensi PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.42**

**Hubungan perbedaan kompetensi PPP dengan memilih PPP di kota**

**Pariaman**

Perbedaan kompetensi	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Ya	22 (48)	7 (13)	29 (29)
Tidak	6 (13)	20 (37)	26 (26)
Tidak tahu	18 (39)	27 (50)	45 (45)
- Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.12 dan 31)

Dalam setiap persaingan akan terdapat kompetensi antar peserta untuk bisa mengungguli peserta yang satu dengan peserta yang lain. Dan berdasarkan tabel di atas bahwa dari 29 orang responden yang menjawab terdapat perbedaan kompetensi PPP, hanya 22 orang responden atau 48% yang memilih PPP. Sementara 7 orang responden atau 13% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 16,563 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (16,563) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara terdapat perbedaan kompetensi PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,377 yang berarti antara terdapat perbedaan kompetensi PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

9. Hubungan ketertarikan dengan kompetensi PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya

PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.43**  
**Hubungan ketertarikan dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Ketertarikan kompetensi	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tertarik	16 (35)	6 (11)	22 (22)
Kurang tertarik	21 (46)	25 (46)	46 (46)
Tidak tertarik	9 (20)	23 (43)	32 (32)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.13 dan 31)*

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 22 orang responden yang menjawab merasa tertarik dengan kompetensi PPP, hanya 16 orang responden atau 35% yang memilih PPP. Sementara 6 orang responden atau 11% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 10,445 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (10,445) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara merasa tertarik dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,308 yang berarti antara merasa tertarik dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

10. Hubungan percaya dengan kompetensi PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.44**

**Hubungan percaya dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP di kota  
Pariaman**

Percaya kompetensi	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Percaya	18 (39)	11 (20)	29 (29)
Kurang percaya	24 (52)	22 (48)	46(46)
Tidak percaya	4 (9)	21 (39)	25(25)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.14 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 29 orang responden yang menjawab merasa percaya dengan kompetensi PPP, hanya 18 orang responden atau 39% yang memilih PPP. Sementara 11 orang responden atau 20% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 12,778 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (12,778) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara merasa percaya dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,337 yang berarti antara merasa percaya dengan kompetensi PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

11. Hubungan tahu dengan individu/orang-orang PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.45**

**Hubungan tahu dengan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Tahu dengan individu	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tahu	11 (24)	10 (19)	21 (21)
Kurang tahu	24 (52)	23(43)	47(47)
Tidak tahu	11(24)	21 (39)	33 (33)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.15 dan 31)

Menurut tabel di atas bahwa dari 21 orang responden yang menjawab merasa tahu dengan individu/orang-orang PPP, hanya 11 orang responden atau 24% yang memilih PPP. Sementara 10 orang responden atau 19% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 2,570 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung ( $2,570 <$  dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara merasa tahu dengan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,158 yang berarti antara merasa tahu dengan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

12. Hubungan melihat adanya perbedaan individu/orang-orang PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.46**

**Hubungan perbedaan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Perbedaan individu	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Ya	20 (43)	14(26)	34 (34)
Tidak	8(17)	14 (26)	22 (22)
Tidak tahu	18 (39)	26 (48)	44 (44)
Total	46 (100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.16 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 34 orang responden yang menjawab terdapat perbedaan individu/orang-orang PPP, hanya 20 orang responden atau 43% yang memilih PPP. Sementara 14 orang responden atau 26% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 3,532 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (3,532) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara menjawab terdapat perbedaan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,185 yang berarti antara menjawab terdapat perbedaan individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

13. Hubungan percaya dengan individu/orang-orang PPP dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.47**

**Hubungan percaya individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP di kota  
Pariaman**

Percaya individu	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Percaya	11 (25)	6 (11)	17 (17)
Kurang percaya	31 (67)	33(61)	64(64)
Tidak percaya	4 (8,6)	15 (28)	19 (19)
Total	46 (100)	54 (100)	100(100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.17 dan 31)

Menurut tabel di atas bahwa dari 17 orang responden yang menjawab percaya individu/orang-orang PPP, hanya 11 orang responden atau 25% yang memilih PPP. Sementara 6 orang responden atau 11% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 7,308 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (7,308) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab percaya individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,261 yang berarti antara menjawab percaya individu/orang-orang PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

14. Hubungan tahu dengan program PPP (Partai Persatuan Pembangunan) tentang "pengarahan pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.48**

**Hubungan tahu dengan program PPP dengan memilih PPP di kota  
Pariaman**

Tahu dengan program	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tahu	9 (20)	7 (13)	16 (16)
Kurang tahu	30 (65)	22(40,1)	52 (52)
Tidak tahu	7(15)	25(46)	32 (32)
Total	46(100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.18 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 16 orang responden yang menjawab tahu dengan program PPP, hanya 9 orang responden atau 20% yang memilih PPP. Sementara 7 orang responden atau 13% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 11,036 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (11,036) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab tahu dengan program PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,315 yang berarti antara menjawab menjawab tahu dengan program PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

15. Hubungan adanya perbedaan program PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.49**

**Hubungan perbedaan Program PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Perbedaan Program	Memilih PPP		Total
	Ya(%)	Tidak(%)	
Ya	16(35)	10(19)	26(26)
Tidak	12(26)	11(20)	23(23)
Tidak tahu	18(39)	33(61)	51(51)
Total	46(100)	54(100)	100(100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.19 dan 31)

Salah satu poin yang akan dinilai masyarakat dari partai peserta pemilu adalah program yang dimiliki oleh masing-masing partai. Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 26 orang responden yang menjawab adanya perbedaan program PPP, hanya 16 orang responden atau 35% yang memilih PPP. Sementara 10 orang responden atau 19% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 5,233 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (5,233) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara menjawab adanya perbedaan program PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,223 yang berarti antara menjawab adanya perbedaan program PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

16. Hubungan tertarik dengan program PPP tentang " pengarahannya pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.50**

**Hubungan tertarik dengan program PPP dengan memilih PPP di kota  
Pariaman**

Ketertarikan program	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tertarik	23(50)	26 (48)	49 (49)
Kurang tertarik	20(43)	16 (30)	36 (36)
Tidak tertarik	3 (7)	12 (22)	15 (15)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.20 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 49 orang responden yang menjawab tertarik program PPP hanya 23 orang responden atau 50% yang memilih PPP. Sementara 26 orang responden atau 48% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 5,423 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (5,423) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara menjawab tertarik program PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,227 yang berarti antara menjawab tertarik program PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

17. Hubungan percaya dengan program PPP tentang " pengarahannya pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.1**

**Hubungan percaya dengan program PPP dengan memilih PPP di kota  
Pariaman**

Percaya program	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Percaya	16(35)	12(22)	28 (28)
Kurang percaya	24 (52)	30(56)	54(54)
Tidak percaya	6(13)	12 (22)	18 (18)
Total	46 (100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.21 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 28 orang responden yang menjawab percaya program PPP, hanya 16 orang responden atau 35% yang memilih PPP. Sementara 12 orang responden atau 22% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 2,615 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (2,615) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara menjawab percaya program PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,160 yang berarti antara menjawab percaya program PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

18. Hubungan merasa tertarik dengan lambang "Ka'bah" PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislatif 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.52****Hubungan tertarik dengan lambang PPP dengan memilih PPP di kota  
Pariaman**

Ketertarikan lambang	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tertarik	32 (70)	34 (63)	66 (66)
Kurang tertarik	13 (28)	11 (20)	24 (24)
Tidak tertarik	1 (2)	9(17)	10(10)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.22 dan 31)

Menurut tabel di atas bahwa dari 66 orang responden yang menjawab merasa tertarik dengan lambang "Ka'bah" PPP, hanya 32 orang responden atau 70% yang memilih PPP. Sementara 34 orang responden atau 63% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 6,026 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (6,026) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab merasa tertarik dengan lambang "Ka'bah" PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,238 yang berarti antara menjawab merasa tertarik dengan lambang "Ka'bah" PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

19. Hubungan tahu dengan caleg PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.53****Hubungan tahu dengan caleg PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Tahu dengan caleg	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tahu	21 (46)	17(31)	38 (38)
Kurang tahu	17 (37)	21(39)	38 (38)
Tidak tahu	8(17)	16 (30)	24 (24)
Total	46(100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.23 dan 31)

Menurut tabel di atas bahwa dari 38 orang responden yang menjawab tahu dengan caleg PPP, hanya 21 orang responden atau 46% yang memilih PPP. Sementara 17 orang responden atau 31% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 2,887 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (2,887) < dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang tidak terdapat hubungan antara menjawab merasa tahu dengan caleg PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,168 yang berarti antara menjawab merasa tahu dengan caleg PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

20. Hubungan tertarik dengan caleg PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.54**

**Hubungan tertarik dengan caleg PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Ketertarikan caleg	Memilih PPP		Total (%)
	Ya (%)	Tidak (%)	
Tertarik	20 (43)	9 (17)	29 (29)
Kurang tertarik	19 (41)	31 (57)	50 (50)
Tidak tertarik	7 (15)	14 (26)	21 (21)
Total	46 (100)	54 (100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.24 dan 31)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 29 orang responden yang menjawab tertarik dengan caleg PPP, hanya 20 orang responden atau 43% yang memilih PPP. Sementara 9 orang responden atau 17% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 8,802 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung

(8,802) > dari X tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab tertarik dengan caleg PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,284 yang berarti antara menjawab tertarik dengan caleg PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

21. Hubungan merasa percaya dengan caleg PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislatif 2009 dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.55**  
**Hubungan merasa percaya dengan caleg PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Percaya dengan caleg	Memilih PPP		Total
	Ya(%)	Tidak(%)	
Percaya	17(37)	6(11)	23(23)
Kurang percaya	25(54)	33(61)	58(58)
Tidak percaya	4(9)	15(28)	19(19)
Total	46(100)	54(100)	100 (100)

*Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.25 dan 31)*

Sebagai salah satu yang mendorong seseorang untuk memilih calon peserta dalam suatu pemilihan adalah kepercayaannya kepada seorang peserta. Dan seperti yang terdapat pada tabel di atas, dari 23 orang responden yang menjawab percaya dengan caleg PPP, hanya 17 orang responden atau 37% yang memilih PPP. Sementara 6 orang responden atau 11% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 12,171 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (12,171) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab percaya dengan caleg PPP dengan memilih PPP. Sementara

untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,329 yang berarti antara menjawab percaya dengan caleg PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

22. Hubungan adanya keistimewaan yang dimiliki oleh PPP dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.56**

**Hubungan adanya keistimewaan PPP dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Adanya keistimewaan	Memilih PPP		Total
	Ya(%)	Tidak(%)	
Ya	20(43)	12(22)	32(32)
Tidak	8(17)	25(46)	33(33)
Tidak menjawab	18(39)	17(31)	35(35)
Total	46(100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.26 dan 31)

Hal yang juga menjadi nilai jual dari suatu partai adalah adanya perbedaan yang dilihat dari keistimewaan yang dimiliki dibanding partai lain. Dan seperti yang terdapat pada tabel di atas, dari 32 orang responden yang menjawab adanya keistimewaan yang dimiliki oleh PPP, hanya 20 orang responden atau 43% yang memilih PPP. Sementara 12 orang responden atau 22% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 10,212 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (10,212) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab adanya keistimewaan yang dimiliki oleh PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,304 yang

berarti antara menjawab adanya keistimewaan yang dimiliki oleh PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

**F. Hubungan targeting sebagai strategi politik dengan perolehan suara**

1. Hubungan pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.67**

**Hubungan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Melakukan sosialisasi	Memilih PPP		Total
	Ya(%)	Tidak	
Pernah	30(65)	25(46)	55(55)
Tidak pernah	11(24)	26(48)	37(37)
Tidak menjawab	5(11)	3(5,5)	8(8)
Total	46(100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.27 dan 31)

Sosialisasi merupakan bagian terpenting pada masa kampanye pemilu. Seperti yang terdapat pada tabel di atas, dari 55 orang responden yang menjawab menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi, hanya 30 orang responden atau 65% yang memilih PPP. Sementara 25 orang responden atau 46% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 6,437 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (6,437) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara menjawab menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,246 yang berarti antara menyaksikan tim

pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.

2. Hubungan pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan pertemuan dengan masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.68**

**Hubungan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan pertemuan dengan masyarakat dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Melakukan pertemuan	Memilih PPP		Total(%)
	Ya(%)	Tidak(%)	
Pernah	28(61)	28(52)	56(56)
Tidak pernah	13(28)	25(46)	38(38)
Tidak menjawab	5(11)	1(2)	6(6)
Total	46(100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.28 dan 45)

Selain mengajak masyarakat untuk memilih partai tertentu, pertemuan/diskusi antara tim sukses/tim pendukung juga akan mempengaruhi simpati dan kepercayaan masyarakat. Berdasarkan data pada tabel di atas, dari 56 orang responden yang menjawab pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan pertemuan dengan masyarakat, hanya 28 orang responden atau 52% yang memilih PPP. Sementara 28 orang responden atau 31% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 5,854 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (5,854) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan pertemuan dengan masyarakat dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,235 yang berarti antara pernah menyaksikan tim

pendukung/tim sukses PPP melakukan pertemuan dengan masyarakat dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti

3. Hubungan pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi tentang "permasalahan masyarakat kota Pariaman" dengan masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.69**

**Hubungan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi dengan masyarakat dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Diskusi	Memilih PPP		Total(%)
	Ya(%)	Tidak(%)	
Pernah	23(50)	10(19)	33(33)
Tidak pernah	16(35)	37(69)	53(53)
Tidak menjawab	7(15)	7(13)	14(14)
Total	46(100)	54(100)	100 (100)

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.29 dan 31)

Sosialisasi politik merupakan cara untuk mampu membentuk keyakinan dan kepercayaan masyarakat. Apalagi disertakan dengan solusi yang benar dan mampu meyakinkan masyarakat yang ada. Seperti tabel di atas, dari 33 orang responden yang menjawab pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi tentang "permasalahan masyarakat kota Pariaman" dengan masyarakat, hanya 23 orang responden atau 50% yang memilih PPP. Sementara 10 orang responden atau 19% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 12,884 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (12,884) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan antara pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi tentang

"permasalahan masyarakat kota Pariaman" dengan masyarakat dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,338 yang berarti antara pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi tentang "permasalahan masyarakat kota Pariaman" dengan masyarakat dengan memilih PPP memiliki hubungan yang sedang.

4. Hubungan kedekatan dengan tim pendukung/tim sukses PPP dalam kampanye pada pemilu legislative 2009 di kota Pariaman dengan dipilih atau tidaknya PPP oleh masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman, seperti tabel berikut:

**Tabel 5.70**

**Hubungan kedekatan dengan tim pendukung/tim sukses dengan memilih PPP di kota Pariaman**

Kedekatan tim pendukung/tim sukses	Memilih PPP		Total(%)
	Ya(%)	Tidak(%)	
Dekat	10(22)	3(6)	13(13)
Kurang dekat	19(41)	25(46)	44(44)
Tidak dekat	17(37)	26(48)	43(43)
<b>Total</b>	<b>46(100)</b>	<b>54(100)</b>	<b>100(100)</b>

Sumber: Data Primer Tahun 2009 (kuesioner: pertanyaan no.30 dan 31)

Begitu juga halnya mengenai kedekatan antara pihak yang bersangkutan. Menurut tabel di atas, dari 13 orang responden yang menjawab dekat dengan tim pendukung/tim sukses PPP, hanya 10 orang responden atau 22% yang memilih PPP. Sementara 3 orang responden atau 6% tidak memilih PPP. Sehingga dari hubungan ini diperoleh hasil uji *chi-square* 5,869 dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel adalah 5,591. Maka dengan demikian perbandingan  $X$  hitung (5,869) > dari  $X$  tabel (5,591) yang berarti bahwa memang terdapat hubungan

antara pernah dekat dengan tim pendukung/tim sukses PPP dengan memilih PPP. Sementara untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya dilihat dari hasil *Contingency Coefficient* yaitu 0,235 yang berarti antara dekat dengan tim pendukung/tim sukses PPP dengan memilih PPP memiliki hubungan yang tidak berarti.



## BAB VI

### ANALISIS DATA PENELITIAN

Sejak demokrasi semakin membuka peluang bagi partai baru muncul ke permukaan politik dan bersaing dalam pemilu untuk memperoleh suatu tujuan yaitu kekuasaan, maka partai politik tersebut dituntut memiliki suatu kemampuan yang mampumengungguli partai lain. Salah satu faktor yang mampu mempengaruhi suatu partai mampu mengungguli partai lain adalah dengan dimilikinya strategi yang bagus dan tepat sasaran. Begitu juga dengan PPP yang merupakan salah satu partai tua yang selalu menjadi peserta dalam pemilu, termasuk pemilu legislative yang diikuti oleh kota Pariaman. Dimana pada pemilu legislatif 2004, kota Pariaman merupakan salah satu kota yang menjadikan PPP mampu meraih suara terbanyak yaitu 4.899 suara. Namun pada pemilu legislative 2009 yang disertai dengan adanya strategi politik yang tergolong kepada segmentasi, targeting dan positioning perolehan suara PPP mengalami penurunan yang signifikan. Sehingga fenomena ini, menjadi salah satu focus perhatian dari beberapa kalangan. Maka dari fenomena yang ada, peneliti merasa tertarik untuk melihat hubungan strategi politik yang tergolong kepada segmentasi, targeting dan positioning terhadap turunnya hasil perolehan suara PPP dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman.

Sesuai dengan temuan dan analisis data dari penelitian di lapangan pada bab sebelumnya diketahui bahwa:

#### A. Hubungan segmentasi sebagai strategi politik dengan perolehan suara

Dalam variabel segmentasi yang terdiri dari beberapa indikator (pernah/tidaknya masyarakat menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan, desa, kelompok dan lingkungan masyarakat tertentu oleh 100 orang responden) melalui *uji chi-square*, diketahui bahwa empat indikator tersebut memiliki nilai masing-masing (10,038: 3,559: 4,357: 036) dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel dengan df.2 adalah 5,591 pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian antara adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan, desa, kelompok dan lingkungan masyarakat tertentu hanya 25% yang memiliki hubungan dengan pilihan masyarakat yaitu dipilih atau tidaknya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, sedangkan 75% tidak memiliki hubungan. Hal ini berarti hipotesis 0 di terima karena nilai  $X^2$  hitung lebih kecil dari nilai  $X^2$  tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara segmentasi sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Dan sesuai dengan hasil *contingency coefficient*, diketahui empat indikator tersebut memiliki nilai masing-masing (0,302: 0,185: 0,204: 0,019). Dengan demikian antara segmentasi sebagai strategi politik hanya 25% yang memiliki hubungan yang sedang dengan turunnya perolehan suara PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, sedangkan 75% memiliki hubungan yang tidak berarti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pilihan antara responden yang menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan, desa, kelompok dan lingkungan masyarakat tertentu

dengan responden yang tidak menyaksikan kampanye tersebut. Hal ini juga berarti tidak dipilihnya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, dipengaruhi oleh faktor lain selain kurang diperhatikannya pelaksanaan segmentasi oleh PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

#### **B. Hubungan positioning sebagai strategi politik dengan perolehan suara**

Dalam variabel positioning yang terdiri dari beberapa indikator (pernah/tidaknya masyarakat menyaksikan adanya pengenalan calon, menyebutkan caleg yang tepat, memiliki keunggulan, tahu issue politik, perbedaan issue politik, tahu profil, tahu kompetensi, perbedaan kompetensi, tertarik kompetensi, percaya kompetensi, tahu individu, perbedaan individu, percaya individu, tahu program, perbedaan program, tertarik program, percaya program, tertarik lambing, tahu caleg, tertarik caleg, percaya caleg, istimewa oleh 100 orang responden) melalui *uji chi-square*, diketahui bahwa 22 indikator tersebut memiliki nilai masing-masing (6,730: 3,739: 8,154: 047: 1,564: 1,545: 10,960: 16,563: 10,445: 12,778: 2,570: 3,532: 7,308: 11,036: 5,233: 5,423: 2,615: 6,026: 2,887: 8,802: 12,171: 10,212) dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel dengan df.2 adalah 5,591 pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian dari 22 indikator, hanya 12 indikator atau 55% yang memiliki hubungan dengan pilihan masyarakat yaitu dipilih atau tidaknya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, sedangkan 10 indikator atau 45% tidak memiliki hubungan. Hal ini berarti hipotesis a di terima karena persentase nilai  $X^2$  hitung lebih besar dari nilai  $X^2$  tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara positioning sebagai strategi

politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Dan sesuai dengan hasil *contingency coefficient*, diketahui 22 indikator tersebut memiliki nilai masing-masing (0,251: 0,190: 0,275: 0,022: 0,124: 0,123: 0,314: 0,377: 0,308: 0,337: 0,158: 0,185: 0,261: 0,315: 0,223: 0,227: 0,160: 0,238: 0,168: 0,284: 0,329: 0,304). Dengan demikian dari 22 indikator, hanya 7 indikator atau 39% yang memiliki hubungan sedang dengan pilihan masyarakat yaitu dipilih atau tidaknya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, sedangkan 15 indikator atau 61% memiliki hubungan yang tidak berarti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pilihan antara responden yang menyaksikan adanya pengenalan calon, menyebutkan caleg yang tepat, memiliki keunggulan, tahu issue politik, perbedaan issue politik, tahu profil, tahu kompetensi, perbedaan kompetensi, tertarik kompetensi, percaya kompetensi, tahu individu, perbedaan individu, percaya individu, tahu program, perbedaan program, tertarik program, percaya program, tertarik lambing, tahu caleg, tertarik caleg, percaya caleg, istimewa dengan responden yang tidak menyaksikan kampanye tersebut. Hal ini juga berarti tidak dipilihnya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, dipengaruhi oleh faktor lain selain kurang diperhatikannya pelaksanaan positioning oleh PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

### C. Hubungan targeting sebagai strategi politik dengan perolehan suara

Dalam variabel targeting yang terdiri dari beberapa indikator (pernah/tidaknya masyarakat menyaksikan adanya sosialisasi, pertemuan, diskusi dan kedekatan oleh 100 orang responden) melalui *uji chi-square*, diketahui bahwa empat indikator tersebut memiliki nilai masing-masing (6,437: 5,854: 12,884: 5,869) dengan *Degree of Freedom* (df) 2 dan  $X^2$  tabel dengan df.2 adalah 5,591 pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian antara adanya sosialisasi, pertemuan, diskusi dan kedekatan memiliki hubungan dengan pilihan masyarakat yaitu dipilih atau tidaknya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman. Hal ini berarti hipotesis a di terima karena nilai  $X^2$  hitung lebih besar dari nilai  $X^2$  tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara targeting sebagai strategi politik PPP dengan turunya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

Dan sesuai dengan hasil *contingency coefficient*, diketahui empat indikator tersebut memiliki nilai masing-masing (0,246: 0,235: 0,338: 0,235). Dengan demikian hanya 25% dari indikator targeting sebagai strategi politik yang memiliki hubungan sedang dengan turunya perolehan suara PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman. Sementara 75% memiliki hubungan yang tidak berarti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pilihan antara responden yang menyaksikan adanya sosialisasi, pertemuan, diskusi dan kedekatan dengan responden yang tidak menyaksikan kampanye tersebut. Hal ini juga berarti tidak dipilihnya PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman, dipengaruhi oleh faktor lain selain kurang diperhatikannya

pelaksanaan targeting oleh PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.



## BAB VII

### PENUTUP

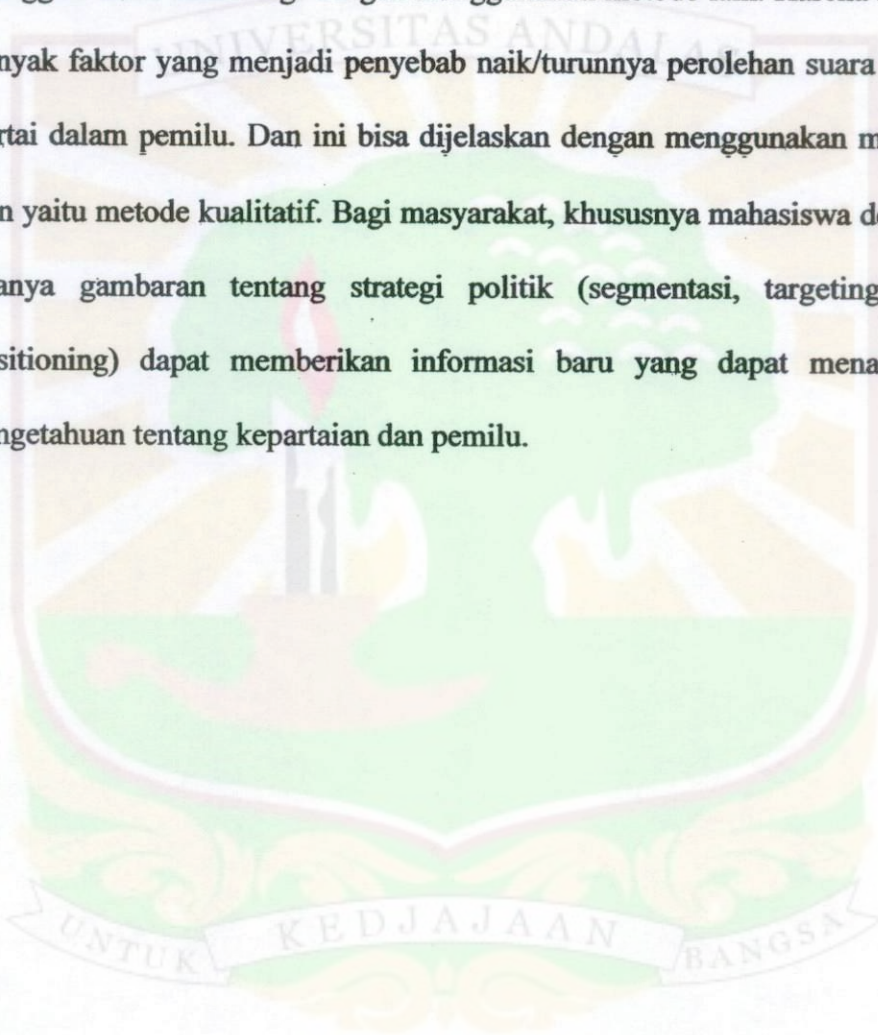
#### VII.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui keeratan hubungan segmentasi, targeting dan positioning sebagai strategi politik dengan turunnya hasil perolehan suara PPP dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman. Dan hasil dari pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data dengan uji *chi-square*, didapatkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Dengan demikian tidak terdapat hubungan antara segmentasi sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
2. Berdasarkan analisis data dengan uji *chi-square*, didapatkan bahwa hipotesis kedua diterima. Dengan demikian terdapat hubungan antara positioning sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.
3. Berdasarkan analisis data dengan uji *chi-square*, didapatkan hipotesis ketiga diterima. Dengan demikian terdapat hubungan targeting sebagai strategi politik PPP dengan turunnya perolehan suara PPP dalam pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman.

## VII.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah diperoleh dengan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka saran yang menurut peneliti bisa menjadi masukan bagi penelitian lain yang tertarik dengan penelitian ini adalah agar peneliti menggali lebih dalam lagi dengan menggunakan metode lain. Karena masih banyak faktor yang menjadi penyebab naik/turunnya perolehan suara suatu partai dalam pemilu. Dan ini bisa dijelaskan dengan menggunakan metode lain yaitu metode kualitatif. Bagi masyarakat, khususnya mahasiswa dengan adanya gambaran tentang strategi politik (segmentasi, targeting dan positioning) dapat memberikan informasi baru yang dapat menambah pengetahuan tentang kepartaian dan pemilu.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Amal, Ichlasul. *Teori-teori Muktabah Parpol*. Yogyakarta: Tiara Wacana. 1988.
- Bappeda Kota Pariaman. *Profil kota Pariaman*. Bappeda. Pariaman. 2009.
- Budiardjo, Miriam. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 1998.
- DPC PPP Kota Pariaman. *Musyawarah Cabang II Partai Persatuan Pembangunan*. DPC PPP. Pariaman. 2006.
- DPC PPP Kota Pariaman. *Program Perjuangan Partai Persatuan Pembangunan Masa Bakti 2003- 2008*. DPC PPP. Jakarta Pusat. 2003.
- DPC PPP Kota Pariaman. *Rapat Pleno Terbuka Komisi Pemilihan Umum kota Pariaman tentang Penetapan Hasil Pemilihan Umum, Perolehan Kursi Partai Politik Peserta Pemilihan Umum dan Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Pariaman Pemilihan Umum Tahun 2009*. DPC PPP. Pariaman. 2009.
- Imawan, Riswandha. *Kumpulan Tulisan Hubungan Antara Lembaga dan Pemerintahan Sistem Politik dan Pemerintahan Indonesia. Program Pasca Sarjana Politik Lokal dan Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. 2004.
- Katz, Richard S. and William Crotty. *Hand book of Party Politics Edited*. New Delhi: Sage Publications London, Thousand Oaks.
- Kerjasama Antara United Nations IFE (International Foundation For Election System). *System Pemilu*. Ace Project. 1998.
- Koirudin. *Profil Pemilu 2004*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004.
- KPU Kota Pariaman. *Komisi Pemilihan Umum kota Pariaman. Visi dan Misi Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Pariaman Periode 2008-2013*. KPU. Pariaman. 2008.
- Michels, Robert. *Partai Politik: Kecendrungan Oligarkis Dalam Birokrasi*. Jakarta: Rajawali. 1984.
- Mas' oed, Mohtar dan Colin MacAndrews. *Pebandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah MadaUniversity Press. 1995.

- Piliang, Indra J. *Mengenal Teori-teori Politik*. Bandung: Nuansa. 2006.
- Plano, Jack. *Kamus Analisa Politik*. Jakarta: CV. Rajawali. 1985.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 1999.
- Sanit, Arbi. *Perwakilan Politik di Indonesia*. Jakarta: Rajawali. 1985.
- Schroder, Peter. *Strategi Politik*. Jakarta : Friedrich Naumann Stiftung. 2004.
- Steinberg, Arnold. *Kampanye Politik Dalam Praktek*. Jakarta: PT. Intermedia. 1981.
- Syamsudin, Haris. *Pemilu Langsung di Tengah Oligarki Partai*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2005.
- Thoha, Miftah. *Birokrasi Politik di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2004.
- Tim Penyusun dan Pembuatan Buku. *Memori DPRD kota Pariaman periode 2003-2004*. Tim Penyusun dan Pembuatan Buku. Pariaman. 2003.
- Widagdo. *Manajemen Pemasaran Partai Politik Era Reformasi*. Jakarta: PT. Golden Terayon. 1999.

#### **Buku Metode**

- Afrizal. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Padang: Laboratorium Sosiologi Fisip Unand. 2005.
- Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. *Modul Pelatihan Statistical Package For Social Science SPSS*. Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Padang. 2008.
- Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi*. Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Padang.
- KPU kota Pariaman. *Rekapitulasi Suara Partai Ikut Pemilu dalam Pemilu Legislatif 2004 dan 2009*. KPU kota Pariaman. Pariaman. 2009.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2007
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2005.

- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2006.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 1998.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006.
- Usmaini, Husaini. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara. 1995.

#### **Sumber Skripsi**

- Al Amin, Rahmat. "Penyebab Kekalahan Pasangan Incumbent Masriadi Martunus dan Nafriadi Hamdi Pada Pilkada Kabupaten Tanah Datar Tahun 2005". Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Padang. 2005.
- Darman, Mustiqa Maiwan. "Identifikasi Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Pilihan Masyarakat Terhadap Figur Calon Walikota Kota Padang Periode: 2008-2013". Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Padang. 2007.

#### **Sumber Jurnal**

- Budiman, Ahmad. "Strategi Komunikasi Partai Politik pada Kampanye Pemilu Legislatif 2009 di Kota Medan, Provinsi Sumatera Barat". Medan. 2009.
- Suwandi, Irwan. "Strategi Tim Sukses Pasangan Irwan Prayitno-Ikasuma Hamid Dalam Pemenangan Pilkada di Kecamatan Sangir Jujuan Kabupaten Solok Selatan". Solok Selatan. 2006.
- Yusuf, Zulaiha dan Afadlal "Kemenangan Hamas: Pengaruh dalam Strategi dan Arah Politiknya terhadap Proses Perdamaian Palestina-Israel".. 2006.

## RIWAYAT HIDUP

Nama : LANI AFRIANI  
No. Bp : 06 193 032  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Belum Kawin  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Bagindo Tulabih No.40 Simpang Kuraitaji, Kecamatan Pariaman  
Selatan, kota Pariaman.  
Telpon/HP : 081363487668

### A. PENDIDIKAN FORMAL

1. SDN 04 Pauh Kurai Taji Kec. Pariaman Selatan, Pariaman Lulus Berijazah Tahun 2000
2. SLTPN 3 Pariaman Kec. Pariaman Selatan, Pariaman Lulus Berijazah Tahun 2003
3. SMAN 1 Pariaman Kec. Pariaman Tengah, Pariaman Lulus Berijazah Tahun 2006
4. Universitas Andalas Padang, Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang Sumatera Barat (S-1) Lulus Berijazah Tahun 2010

### B. PENDIDIKAN NON FORMAL

1. Pembina Pelatihan Kader Mubaligh Cilik dan Kader Mubaligh Dewasa (Kamci/Kamda), Pariaman Tahun 2001
2. Pelatihan/ Kursus Bahasa Inggris, Pariaman Tahun 2003

3. Pelatihan/ Kursus Komputer, Pariaman Tahun 2005

4. Pelatihan Karya Ilmiah, Pariaman Tahun 2003

5. Organisasi Genta Andalas, Padang Tahun 2006

6. Organisasi PHP Andalas, Padang Tahun 2007

Demikian Riwayat Hidup ini saya sampaikan dengan sebenarnya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Hormat saya,

LANI AFRIANI



VARIABEL SEGMENTASI

Case Processing Summary

Cases	Valid	N	%
	30	30	30,0
Excluded <sup>a)</sup>	70	70	70,0
Total	100	100	100,0

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
	,743	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan	1,57	,504	30
Pelaksanaan kampanye PPP pada kelompok	1,87	,434	30
Pelaksanaan kampanye PPP pada lingkungan masyarakat	1,70	,535	30
Pelaksanaan kampanye PPP pada desa	1,67	,479	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	5,23	1,220	,622	,532	,633
Q2	4,93	1,582	,362	,317	,770
Q3	5,10	1,197	,583	,426	,657
Q4	5,13	1,292	,591	,592	,654

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6,80	2,166	1,472	4

## VARIABEL POSITIONING

	N	%
Cases Valid	30	30,0
Excluded( a)	70	70,0
Total	100	100,0

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,682	,664	22

	Mean	Std. Deviation	N
Pengenalan calon legislatif PPP	1,767	,6261	30
PPP membandingkan partainya dengan partai lain	1,733	,4498	30
PPP menyebutkan bahwa celeg PPP adalah "celeg peduli rakyat"	1,667	,6065	30
Tahu dengan issue politik PPP	2,267	,6915	30
T erantik dengan issue politik PPP	2,033	,8503	30
Peduli dengan issue politik PPP	1,933	,7397	30
Perbedaan profil PPP	2,167	,8743	30
Tahu dengan profil PPP	2,067	,7397	30
Tahu dengan kompetensi PPP	2,233	,6261	30
Perbedaan kompetensi PPP	2,300	,7944	30
Tahu dengan individu/orang-orang PPP	2,300	,7022	30
Perbedaan individu/orang-orang PPP	2,367	,7184	30
Percaya dengan individu/orang-orang PPP	2,100	,4807	30
Tahu dengan program PPP	2,467	,6288	30
Perbedaan program PPP	2,367	,7649	30

Percaya dengan program PPP	1,833	,5921	30
Tertarik dengan lambang "Ka'bat" PPP	1,667	,7112	30
Tahu dengan caleg PPP	2,200	,6644	30
Percaya dengan caleg PPP	2,100	,5477	30
PPP memiliki keistimewaan	2,200	,6644	30
PPP memiliki keunggulan	2,233	,6261	30
Percaya dengan lambang "Ka'bat" PPP	1,733	,7849	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q5	43,967	29,482	-,043	.	,697
Q6	44,000	27,724	,349	.	,667
Q7	44,067	28,754	,071	.	,687
Q8	43,467	27,154	,271	.	,670
Q9	43,700	29,666	-,087	.	,711
Q10	43,800	29,338	-,038	.	,700
Q11	43,567	22,668	,739	.	,638
Q12	43,667	25,885	,418	.	,654
Q13	43,500	26,190	,468	.	,652
Q14	43,433	25,082	,486	.	,645
Q15	43,433	26,737	,324	.	,664
Q16	43,367	25,620	,474	.	,648
Q17	43,633	29,206	,028	.	,688
Q18	43,267	26,961	,341	.	,664
Q19	43,367	25,757	,417	.	,653

Q20	43,900	30,093	-,133	.	,702
Q21	44,067	24,754	,611	.	,634
Q22	43,533	26,533	,381	.	,659
Q23	43,633	28,861	,071	.	,686
Q24	43,533	29,913	-,106	.	,703
Q25	43,500	28,672	,077	.	,687
Q26	44,000	26,897	,254	.	,671

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
45,733	29,582	5,4389	22

**VARIABEL TARGETING  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,673	,585	4

**Item Statistics**

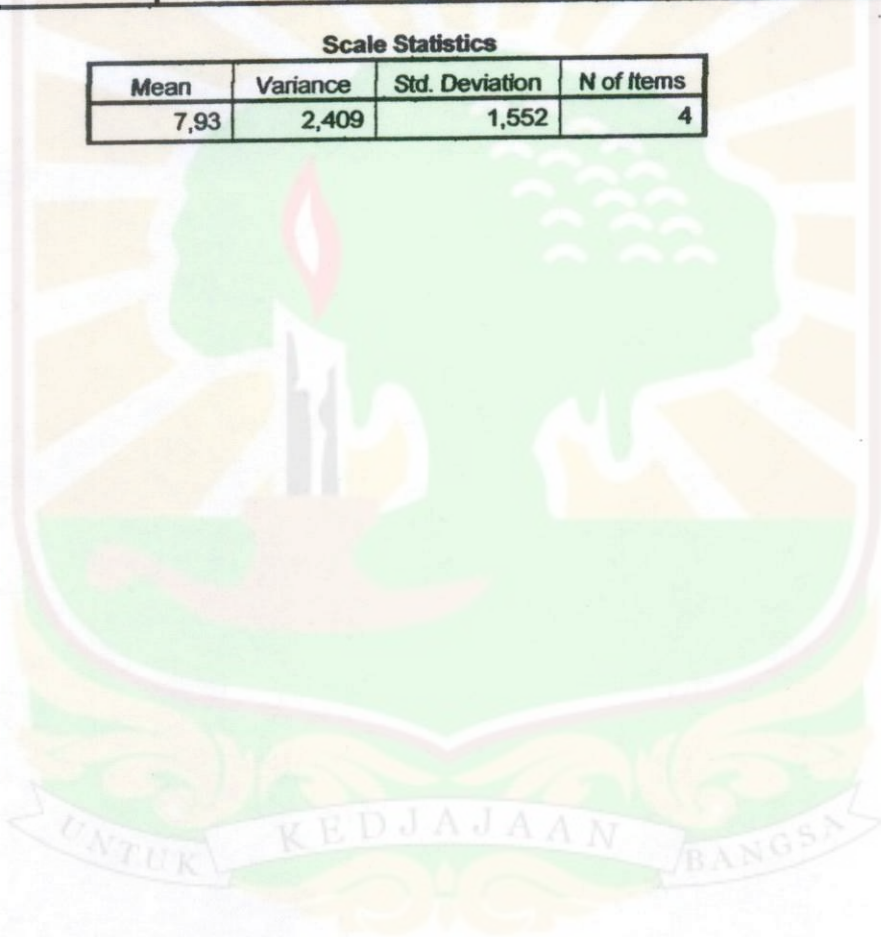
	Mean	Std. Deviation	N
Tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi	1,73	,640	30
Bertemu dengan tim pendukung/tim sukses PPP	1,60	,563	30
PPP melakukan diskusi tentang "permasalahan masyarakat kota Pariaman"	2,00	,587	30
Dekat dengan tim pendukung/tim sukses PPP	2,60	,498	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q27	6,20	1,269	,507	,582	,625
Q28	6,33	1,264	,653	,552	,711
Q29	5,93	1,513	,382	,214	,633
Q30	5,33	2,092	,048	,239	,732

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,93	2,409	1,552	4



Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,038(a)	2	,007
Likelihood Ratio	11,049	2	,004
Linear-by-Linear Association	3,339	1	,068
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,302			,007
Interval by Interval Pearson's R	,184	,104	1,850	,067(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,221	,098	2,241	,027(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,559(a)	2	,169
Likelihood Ratio	3,954	2	,138
Linear-by-Linear Association	1,329	1	,249
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,185			,169
Interval by Interval Pearson's R	,116	,101	1,155	,251(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,129	,100	1,292	,199(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,357(a)	2	,113
Likelihood Ratio	4,375	2	,112
Linear-by-Linear Association	4,061	1	,044
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,204			,113
Interval by Interval Pearson's R	,203	,098	2,048	,043(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,207	,098	2,093	,039(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,036(a)	2	,982
Likelihood Ratio	,037	2	,982
Linear-by-Linear Association	,029	1	,865
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,019			,982
Interval by Interval Pearson's R	,017	,100	,169	,866(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,016	,100	,154	,878(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,730(a)	2	,035
Likelihood Ratio	7,131	2	,028
Linear-by-Linear Association	,077	1	,781
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,251			,035
Interval by Interval Pearson's R	-,028	,101	-,277	,783(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,013	,103	,131	,896(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,739(a)	2	,154
Likelihood Ratio	3,772	2	,152
Linear-by-Linear Association	,337	1	,562
N of Valid Cases	100		

## Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,190			,154
Interval by Interval	Pearson's R	,058	,102	,578	,584(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,085	,102	,840	,403(c)
N of Valid Cases		100			

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,154(a)	2	,017
Likelihood Ratio	8,317	2	,016
Linear-by-Linear Association	2,106	1	,147
N of Valid Cases	100		

## Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,275			,017
Interval by Interval	Pearson's R	,146	,099	1,459	,148(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,127	,102	1,272	,206(c)
N of Valid Cases		100			

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,047(a)	2	,977
Likelihood Ratio	,047	2	,977
Linear-by-Linear Association	,045	1	,833
N of Valid Cases	100		

## Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,022			,977
Interval by Interval	Pearson's R	,021	,100	,210	,834(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,021	,100	,209	,835(c)
N of Valid Cases		100			

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,584(a)	2	,457
Likelihood Ratio	1,569	2	,456
Linear-by-Linear Association	1,471	1	,225
N of Valid Cases	100		

## Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,124			,457
Interval by Interval	Pearson's R	,122	,099	1,216	,227(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,123	,099	1,226	,223(c)
N of Valid Cases		100			

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,545(a)	2	,462
Likelihood Ratio	1,558	2	,459
Linear-by-Linear Association	1,530	1	,216
N of Valid Cases	100		

## Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,123			,462
Interval by Interval	Pearson's R	,124	,098	1,240	,218(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,123	,099	1,232	,221(c)
N of Valid Cases		100			

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,960(a)	2	,004
Likelihood Ratio	11,381	2	,003
Linear-by-Linear Association	10,845	1	,001
N of Valid Cases	100		

## Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,314			,004
Interval by Interval	Pearson's R	,331	,090	3,472	,001(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,329	,090	3,452	,001(c)
N of Valid Cases		100			

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,563(a)	2	,000
Likelihood Ratio	17,273	2	,000
Linear-by-Linear Association	7,199	1	,007
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,377			,000
Interval by Interval	Pearson's R	,270	,096	2,772	,007(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,249	,099	2,549	,012(c)
N of Valid Cases		100			

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,570(a)	2	,277
Likelihood Ratio	2,606	2	,272
Linear-by-Linear Association	1,970	1	,160
N of Valid Cases		100	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,445(a)	2	,005
Likelihood Ratio	10,761	2	,005
Linear-by-Linear Association	10,119	1	,001
N of Valid Cases		100	

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,158			,277
Interval by Interval	Pearson's R	,141	,098	1,411	,162(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,145	,098	1,448	,151(c)
N of Valid Cases		100			

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,308			,005
Interval by Interval	Pearson's R	,320	,092	3,340	,001(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,317	,092	3,311	,001(c)
N of Valid Cases		100			

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,532(a)	2	,171
Likelihood Ratio	3,544	2	,170
Linear-by-Linear Association	2,255	1	,133
N of Valid Cases		100	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,778(a)	2	,002
Likelihood Ratio	13,827	2	,001
Linear-by-Linear Association	10,946	1	,001
N of Valid Cases		100	

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,185			,171
Interval by Interval	Pearson's R	,151	,099	1,511	,134(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,146	,100	1,466	,146(c)
N of Valid Cases		100			

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,337			,002
Interval by Interval	Pearson's R	,333	,089	3,490	,001(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,330	,090	3,461	,001(c)
N of Valid Cases		100			

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,308(a)	2	,026
Likelihood Ratio	7,697	2	,021
Linear-by-Linear Association	6,952	1	,008
N of Valid Cases		100	

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,261			,026
Interval by Interval	Pearson's R	,265	,091	2,721	,008(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,266	,091	2,726	,008(c)
N of Valid Cases		100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,036(a)	2	,004
Likelihood Ratio	11,586	2	,003
Linear-by-Linear Association	7,684	1	,006
N of Valid Cases	100		

**Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,315			,004
Interval by Interval Pearson's R	,279	,093	2,872	,005(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,291	,093	3,014	,003(c)
N of Valid Cases	100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,233(a)	2	,073
Likelihood Ratio	5,278	2	,071
Linear-by-Linear Association	5,084	1	,024
N of Valid Cases	100		

**Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,223			,073
Interval by Interval Pearson's R	,227	,097	2,303	,023(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,229	,097	2,324	,022(c)
N of Valid Cases	100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,423(a)	2	,066
Likelihood Ratio	5,771	2	,056
Linear-by-Linear Association	1,445	1	,229
N of Valid Cases	100		

**Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,227			,066
Interval by Interval Pearson's R	,121	,095	1,205	,231(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,091	,096	,901	,370(c)
N of Valid Cases	100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,615(a)	2	,271
Likelihood Ratio	2,640	2	,267
Linear-by-Linear Association	2,583	1	,108
N of Valid Cases	100		

**Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,160			,271
Interval by Interval Pearson's R	,162	,097	1,620	,108(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,162	,098	1,622	,108(c)
N of Valid Cases	100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,026(a)	2	,049
Likelihood Ratio	6,948	2	,031
Linear-by-Linear Association	2,451	1	,117
N of Valid Cases	100		

**Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,238			,049
Interval by Interval Pearson's R	,157	,090	1,577	,118(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,112	,097	1,119	,266(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,887(a)	2	,236
Likelihood Ratio	2,921	2	,232
Linear-by-Linear Association	2,857	1	,091
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,168			,236
Interval by Interval Pearson's R	,170	,097	1,708	,091(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,169	,098	1,700	,092(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,802(a)	2	,012
Likelihood Ratio	8,925	2	,012
Linear-by-Linear Association	7,014	1	,008
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,284			,012
Interval by Interval Pearson's R	,286	,095	2,734	,007(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,271	,095	2,788	,006(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,171(a)	2	,002
Likelihood Ratio	12,731	2	,002
Linear-by-Linear Association	11,864	1	,001
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,329			,002
Interval by Interval Pearson's R	,346	,087	3,653	,000(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,347	,088	3,662	,000(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,212(a)	2	,006
Likelihood Ratio	10,602	2	,005
Linear-by-Linear Association	,680	1	,409
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,304			,006
Interval by Interval Pearson's R	,083	,101	,824	,412(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,079	,104	,784	,435(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,437(a)	2	,040
Likelihood Ratio	6,580	2	,037
Linear-by-Linear Association	1,113	1	,291
N of Valid Cases	100		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,246			,040
Interval by Interval Pearson's R	,106	,102	1,056	,294(c)
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,147	,101	1,467	,146(c)
N of Valid Cases	100			

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,854(a)	2	,054
Likelihood Ratio	6,125	2	,047
Linear-by-Linear Association	,000	1	1,000
N of Valid Cases	100		

**Symmetric Measures**

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,235			,054
Interval by Interval	Pearson's R	,000	,102	,000	1,000(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,044	,102	,440	,861(c)
N of Valid Cases		100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,884(a)	2	,002
Likelihood Ratio	13,175	2	,001
Linear-by-Linear Association	4,841	1	,028
N of Valid Cases		100	

**Symmetric Measures**

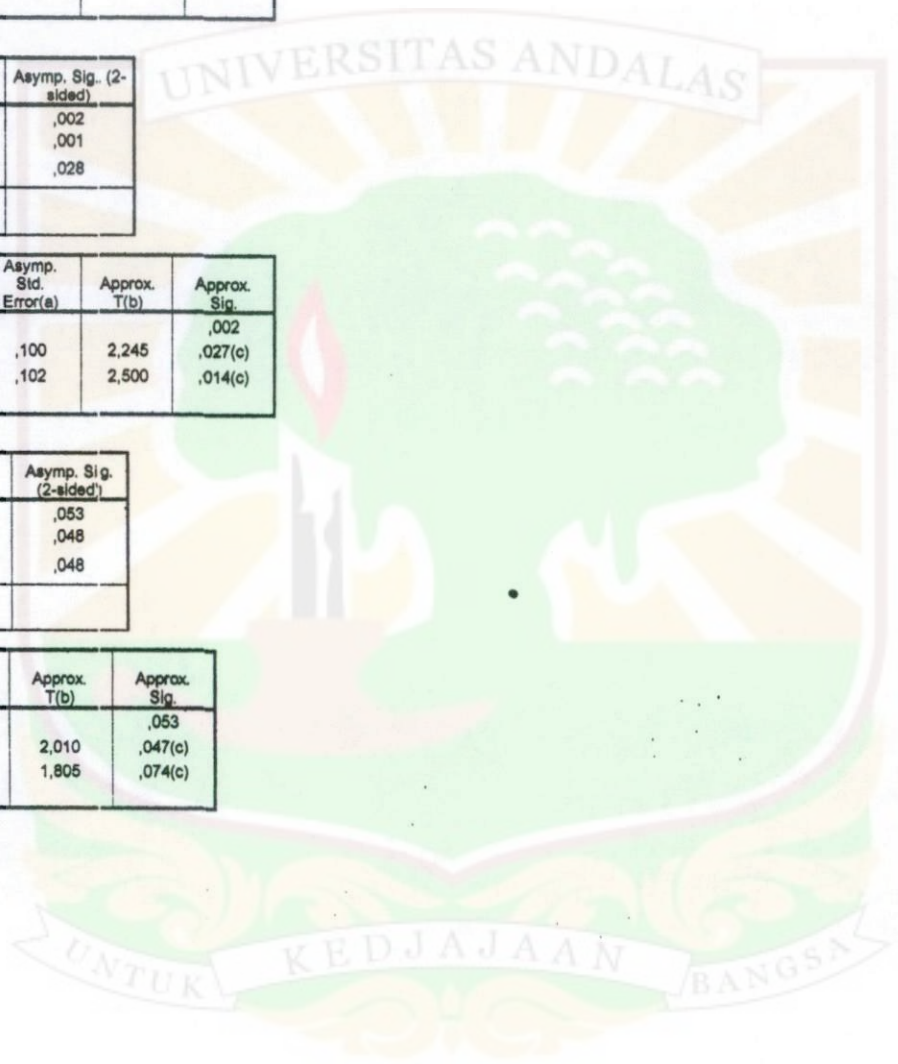
		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,338			,002
Interval by Interval	Pearson's R	,221	,100	2,245	,027(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,245	,102	2,500	,014(c)
N of Valid Cases		100			

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,869(a)	2	,053
Likelihood Ratio	6,054	2	,048
Linear-by-Linear Association	3,921	1	,048
N of Valid Cases		100	

**Symmetric Measures**

		Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,235			,053
Interval by Interval	Pearson's R	,199	,096	2,010	,047(c)
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,179	,098	1,805	,074(c)
N of Valid Cases		100			



## PENGANTAR

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik (FISIP) Universitas Andalas Padang Jurusan Ilmu Politik. Saat Ini sedang melakukan penelitian dengan Judul "Hubungan Strategi Politik PPP dengan Hasil Perolehan Suara dalam Pemilu Legislatif 2009 di Kota Pariaman"

### I. IDENTITAS RESPONDEN

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nama	
2.	Umur	
3.	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
4.	Agama	1. Islam      3. Katolik      5. Budha 2. Protestan      4. Hindu      6. Khonghucu
5.	Pendidikan Terakhir	1. Tidak Sekolah 2. SD 3. SLTP 4. SLTA 5. Akademi/Sarjana/Pasca Sarjana
6.	Status Perkawinan	1. Belum Kawin 2. Kawin
7.	Pekerjaan	0. Tidak Bekerja 1. Tani /Nelayan 2. PNS/TNI/POLRI/Pensiunan 3. Pedagang 4. Karyawan Swasta 5. Pelajar/Mahasiswa 6. Lainnya.....

### II. Segmentasi

1. Apakah anda pernah menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kecamatan tertentu dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
2. Apakah anda pernah menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada desa tertentu dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
3. Apakah anda pernah menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada kelompok tertentu dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
4. Apakah anda pernah menyaksikan adanya pelaksanaan kampanye PPP pada lingkungan masyarakat tertentu dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab

### III. Positioning

5. Apakah anda pernah menyaksikan adanya pengenalan calon legislatif PPP terhadap masyarakat dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
6. Apakah anda pernah menyaksikan PPP menyebutkan bahwa celeg PPP adalah "caleg yang tepat" dalam pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
7. Apakah menurut anda PPP memiliki keunggulan dari partai lainnya dalam pemilu legislative 2009 di kota Pariaman?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  - c. Tidak menjawab
8. Apakah anda tahu dengan issue politik PPP (Partai Persatuan Pembangunan) tentang "kejujuran dan peningkatan imtaq dan bangkit bersama kota Pariaman yang islami" dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
  - a. Tahu
  - b. Kurang tahu
  - c. Tidak tahu
9. Apakah anda melihat adanya perbedaan issu politik PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  - c. Tidak tahu
10. Apakah anda tahu dengan profil PPP (Partai Persatuan Pembangunan) sebagai "Partai Islam" dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislatif 2009?
  - a. Tahu
  - b. Kurang tahu
  - c. Tidak tahu
11. Apakah anda tahu dengan kompetensi PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
  - a. Tahu
  - b. Kurang tahu
  - c. Tidak tahu
12. Apakah anda melihat adanya perbedaan kompetensi PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  - c. Tidak tahu
13. Apakah anda merasa tertarik dengan kompetensi PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
  - a. Tertarik
  - b. Kurang tertarik
  - c. Tidak tertarik

14. Apakah anda merasa percaya dengan kompetensi PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Percaya
  - Kurang percaya
  - Tidak percaya
15. Apakah anda tahu dengan individu/orang-orang PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Tahu
  - Kurang tahu
  - Tidak tahu
16. Apakah anda melihat adanya perbedaan individu/orang-orang PPP dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
- Ya
  - Tidak
  - Tidak tahu
17. Apakah anda merasa percaya dengan individu/orang-orang PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Percaya
  - Kurang percaya
  - Tidak percaya
18. Apakah anda tahu dengan program PPP (Partai Persatuan Pembangunan) tentang " pengarahannya pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Tahu
  - Kurang tahu
  - Tidak tahu
19. Apakah anda melihat adanya perbedaan program PPP tentang " pengarahannya pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dibanding partai lain dalam kampanye pemilu legislatif 2009 di kota Pariaman?
- Ya
  - Tidak
  - Tidak tahu
20. Apakah anda merasa tertarik dengan program PPP (Partai Persatuan Pembangunan) tentang " pengarahannya pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Tertarik
  - Kurang tertarik
  - Tidak tertarik
21. Apakah anda merasa percaya dengan program PPP (Partai Persatuan Pembangunan) tentang " pengarahannya pemerintahan yang islami, usulan perda yang islami dan kesejahteraan masyarakat" dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Percaya
  - Kurang percaya
  - Tidak percaya
22. Apakah anda merasa tertarik dengan lambang "Ka'bah" PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
- Tertarik

- b. Kurang tertarik
- c. Tidak tertarik
- 23. Apakah anda tahu dengan caleg PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
  - a. Tahu
  - b. Kurang tahu
  - c. Tidak tahu
- 24. Apakah anda merasa tertarik dengan caleg PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
  - a. Tertarik
  - b. Kurang tertarik
  - c. Tidak tertarik
- 25. Apakah anda merasa percaya dengan caleg PPP (Partai Persatuan Pembangunan dalam pelaksanaan kampanye pada pemilu legislative 2009?
  - a. Percaya
  - b. Kurang percaya
  - c. Tidak percaya
- 26. Apakah menurut anda PPP memiliki keistimewaan dari partai lainnya dalam pemilu legislative 2009 di kota Pariaman?
  - d. Ya
  - e. Tidak
  - f. Tidak menjawab

#### IV. Segmentasi

- 27. Apakah anda pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan sosialisasi dengan masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislative 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
- 28. Apakah anda pernah bertemu dengan tim pendukung/tim sukses PPP dengan masyarakat dalam kampanye pada pemilu legislative 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
- 29. Apakah anda pernah menyaksikan tim pendukung/tim sukses PPP melakukan diskusi dengan individu/kelompok masyarakat tentang "permasalahan masyarakat kota Pariaman" dalam kampanye pada pemilu legislative 2009 di kota Pariaman?
  - a. Pernah
  - b. Tidak pernah
  - c. Tidak menjawab
- 30. Apakah anda dekat dengan tim pendukung/tim sukses PPP dalam kampanye pada pemilu legislative 2009 di kota Pariaman?
  - a. Dekat
  - b. Kurang dekat
  - c. Tidak dekat

#### V. Perolehan Suara

- 31. Apakah dengan perbedaan yang ada pada PPP, anda memilih PPP dalam pemilu legislatif 2009?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  - c. Tidak menjawab

**TERIMA KASIH**

# KLASIFIKASI BIODATA BAKAL CALON

## ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA PARIAMAN DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 20

PARTAI : PPP  
 KOTA : PARIAMAN  
 DAERAH PEMILIHAN : PARIAMAN I

NO	NAMA CALON	USIA	JENIS KELAMIN (L/P)	AGAMA	STATUS	ALAMAT TEMPAT TINGGAL	PEKERJAAN	PENDIDIKAN	ORGANISASI	KETERANGAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	MULYADI	33	L	ISLAM	BK	Kp. Gadang Padusunan	WIRASWAST	SMA	Ketua OSIS SMA 1	
2	AMRI	50	L	ISLAM	K	Ampalu, Pariaman Utara	WIRASWAST	STM	Ketua Karang Taruna	
3	ALI PARMINTO	47	L	ISLAM	K	Cub. Air Selatan	WIRASWAST A	SMA		
4	YOSRIZAL, SHI	25	L	ISLAM	BK	Padang Birik-birik	WIRASWAST A	S1	IMAPAR	
5	TASLINAWATI	21	P	ISLAM	BK	Cubadak Air Utara	WIRASWAST	SMK		
6	ASRIL	45	L	ISLAM	K	Tungkal selatan	WIRASWAST	STM	Karang Taruna	
7	NASRIL	33	L	ISLAM	BK	Sikapak Barat	WIRASWAST	MAN	Ketua OSIS	

Verifikator

Pariaman, Agustus 2008  
Ketua Kelompok

PARTAI : PPP  
 KOTA : PARIAMAN  
 DAERAH PEMILIHAN : PARIAMAN II

NO	NAMA CALON	USIA	JENIS KELAMIN (L/P)	AGAMA	STATUS	ALAMAT TEMPAT TINGGAL	PEKERJAAN	PENDIDIKAN	ORGANISASI	KETERANGAN
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	FERI MAIRIS WANDI, SHI	29	L	ISLAM	KAWIN	Koto Marapak	WIRASWAST	S1	Ketua ISAR	
2	Drs. ZULBAKRI	42	L	ISLAM	KAWIN	Jl. Azizchan No 49	WIRASWAST	S1		
3	RANI ISWARI	25	P	ISLAM	BK	Jl. SM Jamil No. 30	MAHASISWA	SMU	Bend. Granat	
4	H. ENCU SYAMSUDIN	37	L	ISLAM	KAWIN	Jl. Azizchan No 153	WIRASWAST	MAN		
5	EKA RAYMON NURLITA, P.SE	34	L	ISLAM	KAWIN	Jl. Pahlawan No. 530	WIRASWAST	S1		
6	FERIZAL EFENDI	25	L	ISLAM	BK	Kp. Sato Dusun Pauh	WIRASWAST	SMK		
7	NURBAITI, A.Ma	29	P	ISLAM	BK	Jl. Baru Perum Pesona	WIRASWAST	DII		
8	FITRI ANITA	22	P	ISLAM	BK	Jl. M. Yamin No. 17	WIRASWAST	SMU		





PENGHITUNGAN PEROLEHAN SUARA SAH DAN PERINGKAT SUARA SAH CALON  
 ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KABUPATEN/KOTA  
 PEMILIHAN UMUM TAHUN 2009

KOTA PARITAMAN

Daerah Pemilihan : PARITAMAN III



MODEL KR 3  
 DPRD KAB/KOTA

NOMOR LEMBU DCT	1	2	3	4
	1	ZULKARNAIN	41	II
	2	SYAHRI RAHMAN, SE	103	III
	3	YUSMILWA RITA	50	I
	4	ANDIZAL	117	VI
	5	ELVI YULI MARIN	7	IV
	6	HELVIDAWATI	7	V
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	11	</		



DAFTAR TERPILIH  
ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA PARIAMAN  
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2009



KOTA PARIAMAN

Daerah Pemilihan : PARIAMAN I

NO.	PARTAI PLTIK	NO. URUT DGT	NAMA CALON TERPILIH	SUARA SAH	PERINGKAT SUARA SAH
1	2	3	4	5	6
1	PARTAI HANURA	1	EDISON TRD, SH	675	1
2	PARTAI AMANAT NASIONAL	1	PRIYALDI, S.Sos	760	1
3	PARTAI GOLKAR	1	DEVARIA	565	1
4	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	1	MULYADI	427	1
5	PDI PERJUANGAN	1	YUSRIZAL, SE	774	1
6	PARTAI BINTANG REFORMASI	1	AMRIZAL TANJUNG	664	1

PARIAMAN, 17 MEI 2009

KOMISI PEMILIHAN UMUM

KOTA PARIAMAN

1. ALWIS ILYAS, SH (Ketua merangkap Anggota)
2. INDRA JAYA A.Md (Anggota)
3. ARNALDI PUTRA, ST.M.SI (Anggota)
4. ALFIANDI ZAHARMI (Anggota)
5. BOEDI SATRIA, SE (Anggota)



DAFTAR TERPILIH  
ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA PARIAMAN  
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2009



KOTA PARIAMAN

Daerah Pemilihan : PARIAMAN II

NO.	PARTAI POLITIK	NO. URUT DCT	NAMA CALON TERPILIH	SUARA SAH	PERINGKAT SUARA SAH
1	PARTAI HANURA	1	SUARDI CANIAGO	334	I
2	PARTAI BARNAS	2	YUSRA JAYA	492	I
3	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	3	ARISMUNANDAR	310	I
4	PARTAI AMANAT NASIONAL	1	IBNU HAJAR, SH	1011	I
5	PARTAI PERJUANGAN INDONESIA BARU	1	ZALMAN ZAUNIT, S.Sos	596	I
6	PARTAI GOLKAR	1	Drs. MARDISON MAHYUDDIN, MM	728	I
7	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	2	Drs. ZULBAKRI	310	I
8	PARTAI DEMOKRAT	1	HASBILLAH, SE	920	I
9	PARTAI SARIKAT INDONESIA	1	YULIUS DANIL	1078	I

PARIAMAN, 17 MEI 2009

KOMISI PEMILIHAN UMUM

KOTA PARIAMAN

1. ALWIS ILYAS, SH

2. INDRA JAYA A.Md

3. ARNALDI PUTRA, ST.M.SI

4. ALFIANDI ZAHARMI

5. BOEDI SATRIA, SE

(Ketua merangkap Anggota)

(Anggota)

(Anggota)

(Anggota)

(Anggota)

*[Handwritten signatures and marks]*



RESUME RINCIAN PEROLEHAN SUARA PARTAI POLITIK DAN  
CALON ANGGOTA DPRD PROVINSI DAN SUARA TIDAK SAH  
DI KPU KABUPATEN/KOTA

(dialai berdasarkan formulir Model DA-1 DPRD PROVINSI)

HALAMAN  
DEPAN

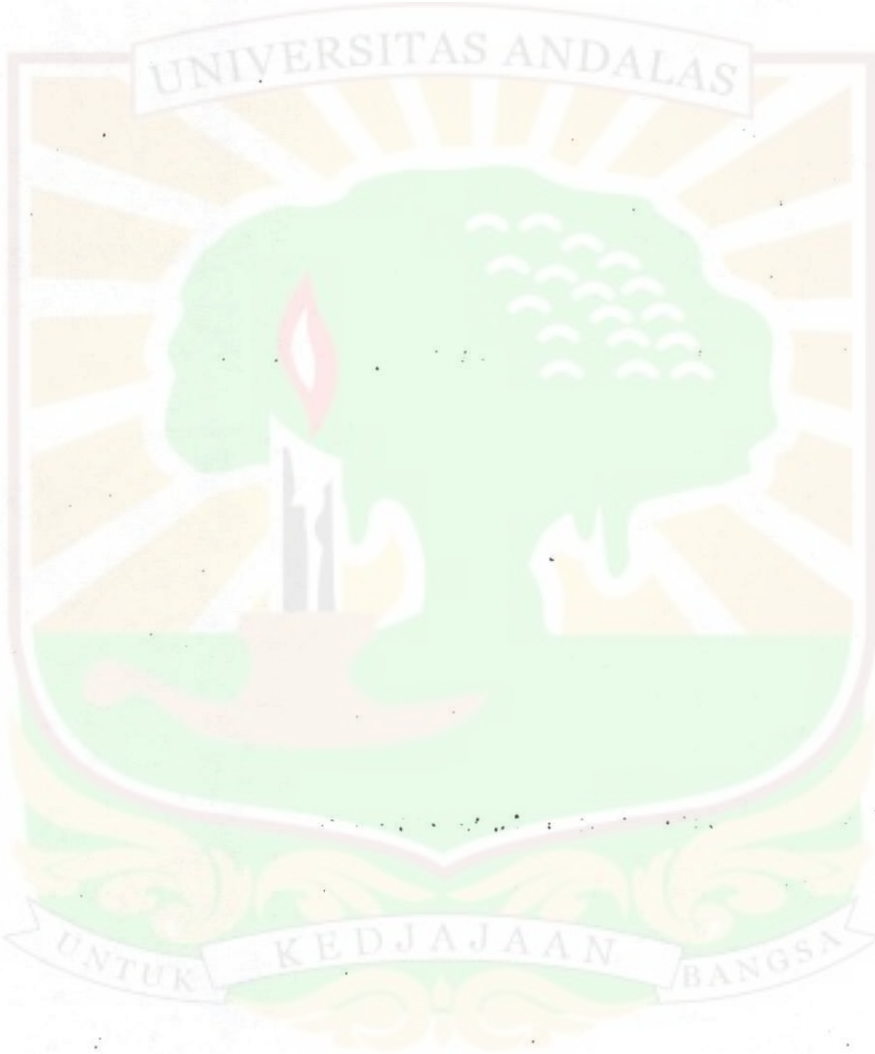
KABUPATEN/KOTA  
DAERAH PEMILIHAN DPRD PROVINSI

: KOTA PARIAMAN  
: SUMATERA BARAT 4 (EMPAT)


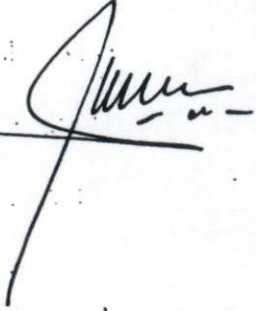

NO PPK	KECAMATAN	JML TPS	SUARA SAH	SUARA TIDAK SAH
1	PARIAMAN UTARA		11.671	1.551
2	PARIAMAN TENGAH		16.548	2.027
3	PARIAMAN SELATAN		8.737	1.321
	JUMLAH	-	36.956	4.899

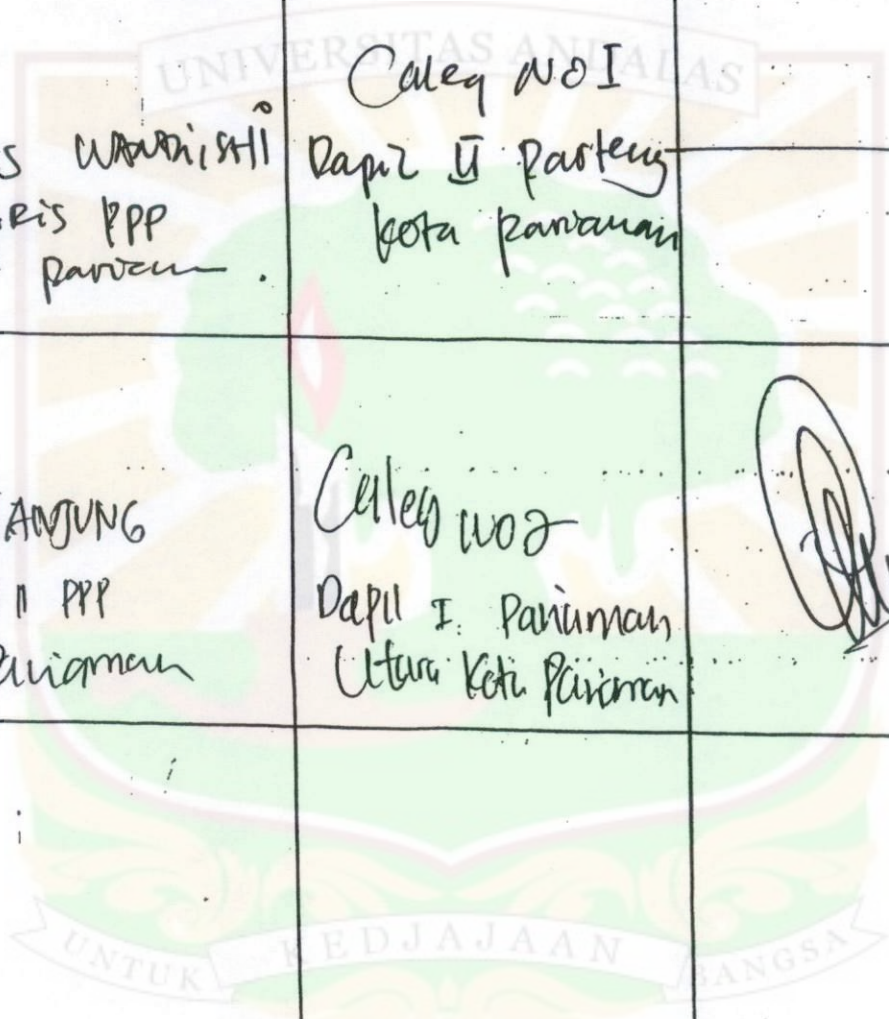
KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA PARIAMAN  
KETUA,

ALWIS ILYAS, SH





NAMA INFORMAN	JABATAN DI PPP	TANDA TANGAN
Jasman.	Jenm sukses	
FERI MAHES WAWI <sup>o</sup> SEKRETARIS PPP kota Panaman	Caleg NO I Dapil II Partey kota Panaman	
AMRI JANGUNG KETUA II PPP Kota Panaman	Caleg NO 2 Dapil I. Panuman Utara Kota Panaman	



**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS PADANG**

No. : /SP.X.FISIP. 2009

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa  
A.N.: LANI AFRIANI BP. 06193032

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK UNIVERSITAS ANDALAS**

**Menimbang** : 1. Bahwa sesuai dengan ketentuan Buku Pedoman FISIP Universitas Andalas, mahasiswa yang telah menyelesaikan program studinya diwajibkan menyusun/menulis karya ilmiah berupa skripsi.

Bahwa mahasiswa FISIP Universitas Andalas :

- a. Nama : LANI AFRIANI
- b. No.BP. : 06193032
- c. Jurusan : ILMU POLITIK

Dalam menyelesaikan program studinya akan menyusun/menulis skripsi.

- 2. Bahwa untuk kelancaran penyusunan/penulisan skripsi mahasiswa tersebut perlu adanya bimbingan dan pembinaan yang intensif.
- 3. Berdasarkan sub a, b dan c, dipandang perlu menunjuk/mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi dimaksud dengan surat keputusan.

**Mengingat** : 1. Undang-undang No.20 Tahun 2003;  
2. Peraturan Pemerintah No.60 Tahun 1999;  
3. Keputusan Mendikbud RI No.196/0/1995;  
4. Keputusan Mendikbud RI No.155/U/1998;  
5. Keputusan Dirjen Dikti No.38/DIKTI/Kep-2000;  
6. Keputusan Rektor Univ Andalas No.1015/III/Unand-2004,  
7. Keputusan Rektor Univ Andalas No.1090/XIV/A/U/2006;  
8. Surat Pengesahan DIPA Unand No. 0191.0/023-C4/III/2008 Tgl: 31 Desember 2007.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :  
- Pertama : Menunjuk/mengangkat staf pengajar tersebut dibawah ini :

Nama Dosen	Jabatan	Honor
Drs. Wahyu Pramono, M.Si	Pembimbing I	Rp. 85.000,-
Tengku Rika Valentina, S.IP	Pembimbing II	Rp. 65.000,-

Penyusunan/penulisan skripsi mahasiswa FISIP Universitas Andalas:

- a. Nama : LANI AFRIANI
- b. No.BP. : 06193032
- c. Jurusan : ILMU POLITIK
- d. Judul Skripsi : FAKTOR - FAKTOR PENYEBAB TURUNNYA SUARA PPP DALAM PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2009 DI KOTA PARIAMAN

- Kedua : Diharapkan kepada Dosen Pembimbing dapat melakukan bimbingan dan pembinaan dalam menyusun/penulisan Skripsi, mahasiswa ini dengan sebaik-baiknya

- Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku semenjak tanggal ditetapkan. Dengan ketentuan, akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Ditetapkan di : Padang.  
Tanggal : 27 Oktober, 2009

**Tembusan :**

- 1. Yth.Rektor Universitas Andalas
- 2. Ketua Jurusan di lingkungan FISIP Univ. Andalas
- 3. Subag. Keuangan FISIP Unand di Padang



**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS PADANG**

No. : /SP.X.FISIP. 2010

Tentang

**Tim Penguji Ujian Skripsi Mahasiswa**  
A.N.: LANI AFRANI BP. 06193032

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK UNIVERSITAS ANDALAS**

- Menimbang** :
- a. Bahwa sesuai dengan ketentuan Buku Pedoman FISIP Universitas Andalas, mahasiswa yang telah menyelesaikan penyusunan/penulisan skripsi dan telah memenuhi persyaratan lainnya yang telah ditetapkan, diperkenankan untuk mengikuti ujian skripsi.
  - b. Bahwa mahasiswa FISIP Universitas Andalas :
    - N a m a : LANI AFRANI
    - No.BP. : 06193032
    - Jurusan : ILMU POLITIK
    - Judul : Hubungan Strategi Politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dengan Hasil Perolehan Suara PPP dalam Pemilu Legislatif 2009 di kota Pariaman

Telah memenuhi syarat untuk mengikuti Ujian Skripsi tersebut.

- c. Berdasarkan sub a dan b diatas perlu ditunjuk/diangkat Tim Penguji Ujian Skripsi mahasiswa dimaksud dengan surat keputusan.
- Mengingat** :
- 1. Undang-Undang No.20 Tahun 2003;
  - 2. Peraturan Pemerintah No.30 Tahun 1980;
  - 3. Peraturan Pemerintah No.30 Tahun 1990;
  - 4. Keputusan Mendikbud RI No.0124/0/1993;
  - 5. Keputusan Mendikbud RI No.0202/0/1993;
  - 6. Keputusan Rektor Univ Andalas No.1033/XIV/U/-1999;
  - 7. Keputusan Rektor Univ Andalas No.694/VIII/A/U/-2000;
  - 8. Buku Pedoman FISIP Universitas Andalas tahun 2001.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :

- Pertama : Menunjuk/mengangkat staf pengajar tersebut dibawah ini :

- 1. Ketua : Drs. Edi Indrizal, M.Si
- 2. Sekretaris : Asrinaldi, S.Sos, M.Si
- 3. Anggota : Drs. Syaiful, MS
- 4. Anggota : Andri Rusta, S.IP
- 5. Anggota : Drs. Wahyu Pramono, M.Si/Tengku Rika Valentina, S.IP, MA

Tim penguji ujian skripsi mahasiswa FISIP Universitas Andalas.

- N a m a : LANI AFRANI
- No.BP. : 06193032
- Jurusan : ILMU POLITIK

- Kedua : Ujian dilaksanakan pada :

- Hari / Tanggal : Rabu / 18 Agustus, 2010
- J a m : 09:00
- Tempat : Ruang Sidang Jurusan

- Ketiga : Tim Penguji agar melaporkan dan bertanggung jawabkan hasil pelaksanaan tugasnya kepada jurusan / pimpinan fakultas.

- Keempat : Surat keputusan ini berlaku mulai tanggal ditetapkan. Dengan ketentuan, apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan ditinjau dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

**Tembusan** :

- 1. Yth.Rektor Universitas Andalas
- 2. Ketua Jurusan di lingkungan FISIP Univ. Andalas
- 3. Subag. Keuangan FISIP Unand di Padang





DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS**

Alamat : Kampus Limau Manis PADANG  
Telp. (0751) 712661 Fax 71266

Nomor : /J.16.09/PP-2010  
Lamp : -  
Hal : **Survai Awal**

Kepada : .....

di .....

Dengan ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa kami menugaskan mahasiswa FISIP Universitas Andalas :

No.BP. : 06193032  
Nama : LANI AFRIANI  
Jurusan / Program Studi : ILMU POLITIK  
Alamat : Jl.Moh.Hatta Kec.Pauh

Dengan Judul : Strategi Politik PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dalam Pemilu Legislatif 2009 di Kota Pariaman.

Lokasi : Kantor PPP Kota Pariaman

Untuk melaksanakan penelitian / Survai Awal / Studi Pustaka / Praktek Lapangan dalam rangka persiapan penulisan skripsi

Oleh karena itu kami mohon bantuan Saudara agar yang bersangkutan dapat melaksanakan tugas sebagaimana mestinya. Disamping itu kami juga mengharapkan bantuan Saudara agar dapat memberikan izin/rekomendasi seperlunya mengenai tugas tersebut diatas.

Atas segala bantuan dan perhatian Saudara, sebelumnya kami aturkan terima kasih.

Padang, 06 Januari 2010



Tembusan:

1. Rektor Univ.Andalas
2. Ketua Jurusan
3. Dosen Pembimbing
4. Mahasiswa yang bersangkutan

NIP. 196205201988111001