

STRATEGI SEKOLAH PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA DALAM MEMENANGKAN PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2024 DI KOTA MEDAN

Ronaldo Supratman Silaban¹, Julia Ivanna²

^{1,2} Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia

email: ¹ronaldosilaban223344@gmail.com, ²juliaivanna@unimed.ac.id

Abstrak

Pada pemilihan umum legislatif tahun 2019 Partai Solidaritas Indonesia memperoleh dua kursi di DPRD Kota Medan. Dari perolehan jumlah kursi tersebut dapat dilihat bahwa strategi yang digunakan calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia tahun 2019 kurang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Sekolah Partai Solidaritas Indonesia dalam memenangkan pemilihan umum legislatif tahun 2024 di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian yaitu calon legislatif DPRD Partai Solidaritas Indonesia Kota Medan berjumlah 5 orang. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini bahwa strategi yang digunakan calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia dalam pemilihan legislatif DPRD Kota Medan menggunakan strategi *marketing* yang dikombinasikan menjadi 7P pertama *product*, merupakan platform partai, rekam jejak, dan karakteristik personal. Kedua *promotion*, yaitu alat promosi dan publikasi calon legislatif kepada masyarakat. Ketiga, *price* yaitu biaya kampanye, kenyamanan, citra positif calon legislatif bagi masyarakat. Keempat, *place* yaitu menentukan tempat kampanye. Kelima, *push marketing* yaitu kampanye melalui pertemuan keagamaan dan organisasi masyarakat. Keenam, *pull marketing*, yaitu melalui media cetak dan media elektronik. Ketujuh, *pass marketing*, yaitu melibatkan tokoh masyarakat.

Kata Kunci: Sekolah Kader Solidaritas Indonesia, Strategi marketing politik, Pemilihan umum legislatif.

Abstract

In the 2019 legislative general election, the Indonesian Solidarity Party only won two seats in the Medan City DPRD. From the number of seats obtained, it can be seen that the strategy used by the Indonesian Solidarity Party legislative candidates in 2019 was less effective. This research aims to find out the strategy of the Indonesian Solidarity Party School in winning the 2024 legislative general election in Medan City. This research uses descriptive qualitative methods by collecting data through interviews and documentation. The research subjects were 5 legislative candidates for the Indonesian Solidarity Party DPRD in Medan City. The type of data in this research uses primary data and secondary data. Data analysis techniques are data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research show that the strategy used by the Indonesian Solidarity Party legislative candidates in the Medan City DPRD legislative election uses a marketing strategy combined into the first 7Ps of the product, namely the party platform, track record and personal characteristics. Second, promotion, namely a means of promoting and publishing legislative candidates to the public. Third, price, namely campaign costs, public comfort and the positive image of legislative candidates for society. Fourth, place, namely determining the location of the campaign. Fifth, push marketing, namely campaigns through religious meetings, social services and community organizations. Sixth, pull marketing, namely campaigns through print media and electronic media. Seventh, pass marketing, namely a campaign involving community figures.

Keywords: Indonesian Solidarity Cadre School, Political marketing strategy, Legislative general election.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang menerapkan sistem demokrasi, di mana masyarakat memiliki peran langsung dalam pemilihan. Dalam konteks demokrasi, pemilihan umum (Pemilu) berfungsi sebagai cara untuk melaksanakan kedaulatan rakyat. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 pasal 1 ayat 1 yang menyatakan "Pemilihan Umum yang

selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945". Rusadi Kartasasmita menyatakan bahwa Pemilu merupakan panggung persaingan untuk menduduki jabatan-jabatan politik di pemerintahan, di mana proses tersebut didasarkan pada pilihan resmi warga negara yang memenuhi syarat. Peserta Pemilu bisa berasal dari individu maupun partai politik, namun yang terutama adalah partai politik. Partai politiklah yang mengusulkan kandidat-kandidatnya dalam Pemilu, yang kemudian akan dipilih oleh rakyat. (Basuki, 2020).

Pemilihan umum diharapkan menghasilkan pemimpin dan wakil rakyat yang memenuhi harapan masyarakat, yang mampu membawa kemajuan, kemakmuran, dan kesejahteraan bagi negara ini (Hidayat, 2020). Dalam pelaksanaan pemilihan umum, partai politik berperan sebagai sarana demokrasi yang menghubungkan masyarakat dengan pemerintah. Partai politik adalah sebuah entitas terstruktur yang anggotanya memiliki kesamaan orientasi, nilai, dan tujuan. Kelompok ini bertujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan meraih posisi politik, biasanya melalui proses konstitusional, untuk melaksanakan program-programnya. (Budiardjo, 2019). Melalui pemilihan umum, partai politik yang berperan sebagai infrastruktur politik selalu berupaya bersaing satu sama lain untuk mendapatkan dukungan atau suara dari masyarakat. Pemilihan umum ini, menampilkan partisipasi sejumlah partai politik dari parlemen pada setiap pemilihan umum.

Dalam pemilihan umum, partai politik harus memiliki strategi untuk memenangkan calon-calon mereka. Strategi kemenangan ini merupakan upaya partai untuk meraih simpati dan dukungan masyarakat, dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh suara dalam pemilu. (Larasati, 2018). Strategi ini sangat penting bagi partai politik untuk meningkatkan jumlah suara dalam pemilihan. Oleh karena itu, partai harus berupaya agar lebih banyak orang memilih calon legislatif dari partai tersebut.

Strategi politik adalah cara yang digunakan untuk mencapai tujuan politik. Tanpa strategi, tujuan utama politik yaitu memperoleh kekuasaan, tidak akan pernah tercapai (Dwi Listia Rika Tini, 2023). Setiap strategi partai politik berfokus pada cara-cara untuk membedakan diri dari partai politik lain. Strategi setiap partai politik untuk memenangkan pemilu sangat dipengaruhi oleh ideologi dan metode masing-masing partai dalam menarik simpati pemilih.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebagai salah satu partai politik baru, juga ikut serta dalam pemilu. PSI didirikan oleh Grace Natalie pada tahun 2014. Partai Solidaritas Indonesia

menggelar sekolah partai yang disebut dengan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia yang merupakan pendidikan politik sejak tahun 2021. Tujuan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia salah satunya adalah membahas strategi pemenangan pemilihan umum. Menurut Koopmans, dasar ideologis politik partai adalah mencapai pendidikan politik guna persiapan dalam meraih kemenangan di parlemen dan pemilu, sehingga institusi politik yang berpusat pada negara dapat terus konsisten dalam keberlangsungannya. (Shahril dan Chusnul, 2022). Pada persiapan pemilihan umum legislatif 2024, Partai Solidaritas Indonesia kembali menggelar Sekolah Kader Solidaritas Indonesia tepatnya sejak 15 februari 2023 yang dilakukan secara *online*. Sekolah Kader Solidaritas Indonesia tahun 2023 ini merupakan angkatan keempat yang telah dilakukan sebagai salah satu pendidikan politik bagi para kader, Pendidikan Kader Partai Solidaritas Indonesia merupakan bagian dari strategi PSI untuk memenangkan pemilu legislatif 2024 dengan melatih pengurus dan calon anggota legislatif partai tersebut.

Dari daftar anggota legislatif DPRD Kota Medan pada pemilu legislatif 2019, terdapat dua kursi yang ditempati oleh Partai Solidaritas Indonesia. Kursi pertama, dari daerah pemilihan 1, oleh Renville Pandapotan Napitupulu, S.T., yang mewakili wilayah Medan Barat, Medan Baru, Medan Helvetia, dan Medan Petisah. Kursi kedua, dari daerah pemilihan 5, diisi oleh Erwin Siahaan, yang mewakili wilayah Medan Johor, Medan Maimun, Medan Polonia, Medan Selayang, Medan Sunggal, dan Medan Tuntungan.

Tabel 1 Perolehan Kursi Partai Politik DPRD Kota Medan periode Tahun 2019-2024

No	Nama Partai	Dapil 1	Dapil 2	Dapil 3	Dapil 4	Dapil 5	Total Kursi	Persentase
1	PDI-P	2	1	2	2	3	10	20%
2	GERINDRA	1	3	2	2	2	10	20%
3	PKS	2	1	1	1	2	7	14%
4	PAN	1	2	1	1	1	6	12%
5	GOLKAR	-	1	1	1	1	4	8%
6	NASDEM	1	1	-	1	1	4	8%
7	DEMOKRAT	-	1	1	1	1	4	8%
8	PSI	1	-	-	-	1	2	4%
9	PPP	-	1	-	-	-	1	2%
10	HANURA	-	1	-	1	-	2	4%

Sumber: <https://dprd.pemkomedan.go.id/>

Dari data tersebut, terlihat bahwa Partai Solidaritas Indonesia hanya memperoleh 2 dari total 50 kursi di DPRD Kota Medan untuk periode 2019-2024, yang setara dengan persentase 4%. Pada pemilihan umum legislatif tahun 2019, Sekolah Kader Solidaritas Indonesia belum dilaksanakan. Strategi yang digunakan calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia tahun 2019 yaitu adalah menjumpai masyarakat secara langsung. Sebelum mendaftar calon legislatif, kader Partai Solidaritas Indonesia harus melakukan pendekatan ke masyarakat terlebih dahulu dengan melakukan kegiatan menjumpai dan membantu urusan masyarakat. Dari data anggota DPRD Kota Medan tersebut dapat dilihat strategi yang digunakan calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia tahun 2019 kurang efektif. Persentase kecil dari jumlah kursi tersebut menjadi tantangan bagi partai politik, seperti keterbatasan dalam proses pembuatan keputusan politik dan pembuatan undang-undang. Selain itu tidak memiliki cukup suara untuk mempengaruhi kebijakan atau mempertahankan posisi politik mereka.

METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu menggambarkan keadaan gejala tersebut sesuai dengan kondisi saat penelitian dilakukan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Hikmawati, 2020). Metode kualitatif digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alami, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Abdussamad, 2021). Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah calon legislatif DPRD Partai Solidaritas Indonesia dengan jumlah 5 orang. Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer merujuk pada data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau tanpa perantara (Murdiyanto, 2020). Data sekunder merupakan informasi penelitian melalui media perantara atau dicatat oleh pihak lain (Murdiyanto, 2020). Dalam penelitian ini, data sekunder terdiri dari buku, jurnal ilmiah, artikel, surat kabar, tulisan-tulisan internet, dan dokumen resmi lainnya yang dapat mendukung penulis dalam melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan umum legislatif tahun 2024 merupakan persaingan antara berbagai partai politik dan berbagai calon legislatif yang berusaha mendapatkan suara masyarakat untuk duduk di pemerintahan. Calon legislatif DPRD Kota Medan dari Partai Solidaritas Indonesia

mengadopsi marketing politik sebagai pendekatan strategis untuk meraih kemenangan dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024. *Marketing* atau marketing dilakukan untuk memperkenalkan calon-calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia kepada masyarakat yang memberikan hak suaranya pada kegiatan pemilihan umum. *Marketing* politik yang membantu menyampaikan produk kepada masyarakat sesuai dengan keadaan masyarakat maka diidentifikasi ke dalam 4P yaitu *product, promotion, price, place* (Firmanzah, 2012) dan 3P yaitu *push marketing, pull marketing, pass marketing* (Sutrisno et al., 2018).

1. Produk (*Product*)

Partai Solidaritas Indonesia dalam membuat kebijakan dan prinsip partainya harus sesuai dengan DNA Partai Solidaritas Indonesia yaitu anti korupsi dan anti intoleransi. Partai Solidaritas Indonesia dalam mencalonkan kadernya harus melihat masa lalu kadernya seperti tidak bisa mantan narapidana atau mantan koruptor. Karakteristik calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia selain bertanggung jawab, dapat melayani masyarakat, memiliki *personal branding* yang baik dan dapat mengusung DNA, visi, misi Partai Solidaritas Indonesia.

Diselenggarakannya Sekolah Kader Solidaritas Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kader sesuai dengan UU Nomor 2 tahun 2011 mengenai penyelenggaraan pendidikan politik yaitu partai politik memiliki program dalam meningkatkan kapasitas kader. Berdasarkan hal tersebut penyelenggaraan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia bertujuan untuk membentuk calon legislatif yang dapat mengusung visi, misi dan DNA Partai Solidaritas Indonesia sehingga menjadi kader yang berkompeten dan berintegritas. Ketentuan tersebut bertujuan untuk mempersiapkan kader-kader partai politik agar menjadi perwakilan rakyat yang berkualitas dan berkomitmen pada kesejahteraan rakyat, serta tidak egois atau memihak golongan tertentu (Tarsidi, 2018).

Dalam mencalonkan kadernya, Partai Solidaritas Indonesia memperhatikan masa lalu dari setiap kader yang maju sebagai calon legislatif seperti tidak bisa mantan narapidana atau mantan koruptor. Walaupun sesuai dengan PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) nomor 20 tahun 2018 pasal 3 ayat 4 menyatakan bahwa “ Dalam seleksi bakal calon secara demokratis dan terbuka sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2), tidak menyertakan mantan terpidana bandar narkoba, kejahatan seksual terhadap anak, dan korupsi”. Peraturan tersebut memperbolehkan mantan koruptor dan mantan narapidana mendaftar sebagai calon legislatif. Namun walaupun demikian untuk menghidupkan semangat anti korupsi, partai politik mengambil peran yang sangat besar untuk mengganti calon legislatif yang mantan narapidana menjadi calon legislatif yang bersih untuk mewujudkan pemerintahan yang bersih.

2. Promosi (*promotion*)

Pada kegiatan kampanye, menentukan alat promosi sangatlah penting dilakukan dalam menyampaikan pesan produk politik yaitu calon legislatif kepada masyarakat dan untuk membangun slogan, jargon dan citra yang ditampilkan. Sekolah Kader Solidaritas Indonesia tidak menentukan alat promosi dan memberikan kebebasan kepada semua calon legislatif dalam menggunakan alat promosi untuk menyampaikan pesan politik. Dengan dasar tersebut, calon legislatif dari Partai Solidaritas Indonesia memanfaatkan berbagai alat promosi yang disesuaikan dengan preferensi dan kapabilitas masing-masing calon legislatif.

Proses promosi tidak hanya terjadi selama masa kampanye, namun juga harus dilakukan secara berkelanjutan. Hal yang serupa yang dilakukan oleh calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia yang turut melakukan berbagai kegiatan seperti, membantu administrasi masyarakat seperti mengurus KTP dan kartu keluarga masyarakat, dan bantuan lainnya. Melakukan bantuan tersebut dengan membawa nama Partai Solidaritas Indonesia yang bertujuan untuk memperkenalkan Partai Solidaritas Indonesia ke masyarakat dan di *upload* di media sosial DPD Partai Solidaritas Indonesia Kota Medan.

3. Harga (*price*)

Dalam konteks marketing politik, konsep harga mencakup aspek ekonomi, psikologis, dan harga citra nasional. Harga ekonomi merujuk pada semua biaya yang terlibat dalam kampanye politik. Pada periode kampanye, Sekolah Kader Solidaritas Indonesia tidak menentukan jumlah biaya kampanye yang dikeluarkan oleh setiap calon legislatif. Biaya kampanye calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia murni bersumber dari calon legislatif sehingga kekuatan kampanye sangat tergantung pada jumlah biaya yang dikeluarkan.

Harga psikologis merupakan kenyamanan masyarakat terhadap kandidat atau terhadap calon legislatif baik dari segi agama, pendidikan, etnis dan latar belakang lainnya. Untuk menumbuhkan kenyamanan masyarakat terhadap calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia yaitu dengan cara melakukan pendekatan dan kunjungan ke masyarakat seperti di pengajian, STM, dan kegiatan kumpulan masyarakat lainnya, bersikap anti intoleransi, santun dalam penyampaian dan nyata dalam perbuatan. Selain itu memberikan bantuan ke Gereja dan ke Masjid, suka menolong masyarakat dan yang paling penting suka bergaul kepada siapa saja tanpa memandang latar belakang masyarakat. Karena secara logikanya hanya melakukan kunjungan saja ke kumpulan masyarakat tidak menjamin hilangnya jiwa fanatik masyarakat dalam menentukan produk pilihannya yang harus sesuai identitas pemilih dengan calon legislatif tersebut seperti agama, suku dan antargolongan lainnya.

Selanjutnya harga citra nasional merupakan persepsi masyarakat terhadap calon legislatif apakah memberikan citra positif atau *image* yang baik kepada bangsa dan negara. Menumbuhkan citra positif kepada masyarakat sangat perlu dilakukan untuk mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut yaitu calon legislatif itu sendiri. Calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia dalam menumbuhkan citra positif dengan cara membuat kegiatan yang berdampak positif dan berguna bagi masyarakat seperti membantu UMKM masyarakat, memberikan pelayanan seperti membantu pembuatan KTP, kartu keluarga masyarakat, bersikap sopan, santun, menolong masyarakat baik keadaan sukacita maupun dukacita. Strategi menumbuhkan citra positif kepada masyarakat dapat mempengaruhi masyarakat untuk menentukan produk pilihannya. Citra positif yang diberikan kepada masyarakat dapat meningkatkan keyakinan masyarakat bahwa produk pilihannya tersebut memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan memperjuangkan aspirasi masyarakat. Karena ketika calon legislatif tersebut tidak berhasil menumbuhkan citra positif, masyarakat akan beranggapan bahwa calon legislatif tersebut peduli hanya pada saat kampanye saja.

4. Tempat (*place*)

Dalam *marketing* politik, penentuan tempat sangatlah perlu dilakukan agar pesan politik tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Pengelompokan dan pemetaan tempat yang tidak sesuai akan berpengaruh terhadap keefektifan pesan politik yang diterima. penentuan tempat dan harus mengenali lokasi harus dilakukan supaya kegiatan pertemuan dengan masyarakat tidak sia-sia. Selain penentuan tempat yang sesuai, juru kampanye yang mudah berkomunikasi dengan masyarakat sangat dibutuhkan dalam menyampaikan program calon legislatif kepada masyarakat.

5. *Push marketing*

Kegiatan menyampaikan produk secara langsung kepada masyarakat merupakan salah satu strategi calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia yaitu dengan cara melakukan di kumpulan masyarakat seperti organisasi STM, di pengajian, dan di kumpulan marga. Strategi *Push marketing* merupakan strategi yang dapat membangun hubungan masyarakat dengan calon legislatif menjadi dekat, dari ketidaktahuan menjadi pengetahuan, dan melalui interaksi langsung, calon legislator dapat memaksa pemilih untuk memperhatikan pesan politik yang disampaikannya.

6. *Pull marketing*

Strategi *pull marketing* yaitu strategi dengan menggunakan media cetak dan media elektronik untuk melaksanakan kampanye. Media cetak dan media elektronik digunakan untuk menyampaikan program kerja calon legislatif kepada masyarakat. Calon legislatif Partai

Solidaritas Indonesia dalam melakukan kampanye menggunakan semua media baik media cetak seperti umbul-umbul, spanduk, kartu nama, maupun media elektronik melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsApp* untuk menyampaikan program kerja calon legislatif. Penggunaan media cetak dan media elektronik sangat lah efektif digunakan khususnya media elektronik karena dapat mengurangi biaya kampanye.

7. *Pass marketing*

Pada saat proses kampanye sebagian calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia menggunakan tokoh-tokoh di masyarakat seperti tokoh agama, tokoh adat, dan tokoh-tokoh atau orang yang sangat berpengaruh di dalam masyarakat. Tokoh masyarakat yang dipakai calon legislatif tersebut diharapkan dapat mempengaruhi dan mengarahkan masyarakat untuk menentukan produk pilihannya. Namun pada kenyataannya bahwa tokoh masyarakat tersebut tidak menjamin untuk meningkatnya elektabilitas atau suara calon legislatif. Hal itu dapat dilihat bahwa masyarakat saat ini tidak sepenuhnya mengikuti tokoh masyarakat yang mengarahkan karena dengan maraknya media sosial yang beredar, masyarakat sudah mengetahui rekam jejak calon legislatif dan dapat menentukan produk yang akan dipilihnya berdasarkan fakta fakta calon legislatif.

Dari pemaparan strategi tersebut diketahui bahwa calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia sudah membangun hubungan dengan masyarakat jauh sebelum dibukanya pendaftaran calon legislatif pada pemilihan umum tahun 2024. Membangun hubungan baik dengan masyarakat merupakan strategi jangka panjang yang harus tetap dijaga untuk selalu mendapatkan kepercayaan masyarakat. Hal tersebut sangat membantu penerapan strategi *marketing* yang dilakukan karena sudah mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Mendapatkan kepercayaan masyarakat sangatlah sulit karena sudah menjadi tradisi calon legislatif mendekati masyarakat hanya saat periode kampanye saja. Oleh sebab itu citra yang baik sangatlah penting didapatkan di masyarakat karena masyarakat tidak akan memilih calon legislatif yang memiliki citra atau *image* yang tidak baik

Dibalik strategi yang dilakukan calon legislatif kepada masyarakat diketahui bahwa pengetahuan mengenai strategi pemenangan pemilihan umum sudah diberikan kepada kader Partai Solidaritas Indonesia sejak angkatan pertama pada tahun 2021.

Tabel 2 Materi Sekolah Kader Solidaritas Indonesia

Angkatan	Materi	Peserta
Pertama, 18 Januari 2021	1. Seluk-beluk tentang PSI 2. Teknik komunikasi 3. Kepemimpinan 4. Strategi pemenangan pemilu.	1. Pengurus PSI 2. Kader PSI
Kedua, 8 Juli 2021	1. Tentang Politik 2. Memperkuat optimisme PSI untuk bertarung di Pemilu 2024	1. Pengurus PSI 2. Seluruh anggota DPRD PSI diberbagai daerah 3. Kader PSI
Ketiga, 27 Februari 2022	1. Pencegahan korupsi 2. Keorganisasian 3. Teknik komunikasi 4. Strategi pemenangan pemilu	1. Menteri Dalam Negeri bapak Tito Karnavian 2. Kepala Satgas Kampanye Antikorupsi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) bapak Wuryono Prakoso 3. Pengurus PSI 4. 4. Kader PSI
Keempat, 15 Februari 2023	1. Strategi pemenangan pemilihan umum 2024 2. Wawasan kebangsaan	1. Komisi Pemilihan Umum 2. Yenny Wahid 3. Pengurus PSI 4. Kader PSI 5. Anggota DPRD PSI 6. Calon legislatif PSI

Sumber: <https://psi.id/>

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Partai Solidaritas Indonesia memiliki keseriusan untuk memenangkan pemilihan umum legislatif tahun 2024. Pelaksanaan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia yang dilaksanakan secara *online* didukung dengan hadirnya Menteri Dalam Negeri, Kepala Satgas Kampanye Anti Korupsi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan tokoh politik Yenny Wahid. Berdasarkan materi tersebut calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia tidak hanya dibekali mengenai partai politik saja tetapi dibentuk sebagai calon legislatif yang kompeten dan berintegritas.

Strategi marketing politik yang memanfaatkan konsep 4P (*product, promotion, price, place*) dan 3P (*push marketing, pull marketing, pass marketing*) dikombinasikan menjadi 7P. Pendekatan ini bertujuan untuk meraih kemenangan dalam pemilihan umum legislatif Kota Medan tahun 2024. Keberhasilan strategi ini tercermin dari jumlah calon legislator Partai Solidaritas Indonesia yang berhasil memenangkan kursi DPRD Kota Medan pada pemilihan umum legislatif tersebut.

Tabel 3 Perolehan Kursi Pada Pemilihan Umum Legislatif DPRD Kota Medan Tahun 2024
Partai Solidaritas Indonesia

No	Nama	Dapil	Jumlah Suara Caleg	Jumlah Suara Partai	Total Keseluruhan Suara
1	Renville Pandapotan Napitupulu, ST	1	4.589	2.299	13.690
2	Reinhart Jeremy Aninditha	3	3.862	2.062	13.875
3	Drs. Godfried Effendi Lubis, MM	4	3.864	1.962	13.024
4	Henry Jhon Hutagalung, SE, SH, MH	5	1.813	2.805	13.411

Sumber: Arsip rekapitulasi hasil penghitungan suara calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat kabupaten/kota.

Menurut data yang diperoleh, pada pemilihan umum legislatif DPRD Kota Medan tahun 2024, calon legislator dari Partai Solidaritas Indonesia berhasil meraih 4 dari 50 kursi yang diperebutkan. Dibandingkan dengan pemilihan umum legislatif tahun 2019, terjadi peningkatan, di mana pada tahun 2019, Partai Solidaritas Indonesia hanya mendapatkan 2 kursi, atau sekitar 4%, sedangkan pada tahun 2024, jumlahnya naik menjadi 4 kursi, atau sekitar 8%.

SIMPULAN

Hasil penelitian tentang Strategi Sekolah Partai Solidaritas Indonesia Dalam Memenangkan Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024 Di Kota Medan, yang melibatkan wawancara dengan calon legislator dari Partai Solidaritas Indonesia, menyimpulkan bahwa:

1. Strategi calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia Kota Medan pada pemilihan umum legislatif tahun 2024 yaitu bahwa dalam mengukung calon legislatif Partai Solidaritas Indonesia tidak bisa mantan nara pidana dan intoleransi. Strategi kampanye yang dilakukan menggunakan alat promosi seperti baliho, spanduk, stiker dan melalui media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp. Strategi pendekatan ke masyarakat dilakukan juga melalui organisasi STM masyarakat, di pengajian, kumpulan marga, dan membantu UMKM masyarakat, membantu pengurusan KTP, dan pembuatan kartu keluarga. Pelaksanaan pendekatan kemasyarakat menggunakan juru kampanye untuk menyampaikan program calon legislatif kepada masyarakat dan tokoh masyarakat dalam membantu meningkatkan suara calon legislatif. Penerapan strategi *marketing* tersebut memperoleh empat calon

legislatif Partai Solidaritas Indonesia yang duduk di kursi DPRD Kota Medan pada pemilihan umum legislatif tahun 2024.

2. Pelaksanaan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia sangat didukung oleh tokoh-tokoh nasional yang memberikan pengetahuan dan wawasan kepada kader dan calon legislatif untuk membentuk calon legislatif yang berkompeten dan berintegritas. Namun jika dilihat dari pelaksanaan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia yang dilaksanakan secara *online*, kekuatan sinyal menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan Sekolah Kader Solidaritas Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. syakir Media Press.
- Basuki, U. (2020). Parpol, Pemilu dan Demokrasi: Dinamika Partai Politik dalam Sistem Pemilihan Umum di Indonesia Perspektif Demokrasi. *Kosmik Hukum*, 20(2), 81. <https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v20i2.8321>
- Budiardjo, M. (2019). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwi Listia Rika Tini, N. I. A. (2023). Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Dalam Satu Partai Dengan Sistem Pemilu Proporsional Terbuka (Studi Kasus Irwan Hayat dari Partai PKB di DAPIL III Kabupaten Sumenep). *Public Corner Fisip Universitas Wiraraja*, 18, 36–54.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik*. Yayasan pustaka Obor Indonesia Anggota IKAPI DKI Jakarta. https://doi.org/10.1007/978-3-642-97392-5_4
- Hidayat, A. (2020). Manfaat Pelaksanaan Pemilu Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Politicon : Jurnal Ilmu Politik*, 2(1), 72–85. <https://doi.org/10.15575/politicon.v2i1.7513>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Larasati, S. (2018). Strategi Partai Amanat Nasional dalam Memenangkan Pemilihan Umum Legislatif 2019 (Studi Di Dapil II Kecamatan Dua Koto Kabupaten Pasaman) Larasati,. *Journal of Civic Education*, 1(4), 317–324.
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal). In *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Ypgyakarta press*. http://www.academia.edu/download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitaif.docx
- Shahril, H., & Chusnul, M. (2022). Institusionalisasi Pendidikan Politik PDI Perjuangan dalam Sekolah Partai bagi Calon Kepala Daerah 2020. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Raja Haji*, 4(1), 825–851.
- Sutrisno, S., Yuningsih, N. Y., & Agustino, L. (2018). Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 6(2), 106. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i2.1617>
- Tarsidi, D. Z. (2018). Berfungsilah Pendidikan Politik di Mesin Partai Politik? *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), 50–56.