

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kajian Empirik

Berkaitan dengan rencana penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang strategi partai politik dalam pemilu legislatif. Berdasarkan beberapa penelitian ini, penulis memfokuskan pada pendekatan atau sudut pandang keilmuan tertentu. Untuk tujuan penelitian ini, beberapa penelitian akan dijelaskan secara singkat.

Penelitian pertama oleh Pratiwi (2014) berjudul “Strategi Kampanye Partai Golkar dan PDI Perjuangan Pasca Penetapan Peraturan KPU Nomor 15 tahun 2013 pada pemilu legislatif di Kota Tanjung Pinang”. Hasil penelitian menunjukkan strategi kampanye Partai Golkar Pasca Penetapan Peraturan KPU Nomor 15 tahun 2013 tidak jauh berbeda dengan PDIP. Hanya sedikit berbeda pada penyampaian pesan kampanyenya yang mana Partai Golkar lebih mengfokuskan pada penyampaian pesan kampanye secara *door to door* dan dialog terbuka sedangkan PDI Perjuangan lebih fokus pada penyampaian pesan kampanye melalui pawai dan diskusi. Persamaan penelitian ini dengan

Penelitian kedua tentang strategi politik juga dilakukan oleh Frengki (2016) yang berjudul “Strategi kemenangan partai Golkar dalam pemilihan umum legislatif di kabupaten Sikka Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat interpretatif yang berusaha melihat bagaimana strategi komunikasi

politik Partai Golkar di Kabupaten Sikka dalam pemilu legislatif tahun 2014. Hasil penelitian ini dikatakan bahwa kemenangan calon legislatif dalam pemilu legislatif yang diperlihatkan dari 5 calon legislatif Partai Golkar Kabupaten Sikka muncul dari kekuatan sosial, seni, budaya dan keagamaan yang sebelumnya mereka miliki, selain itu popularitas, citra dan akseptabilitas dari setiap calon telah terbentuk terlebih dahulu. Strategi dan desain pesan komunikasi politik yang dilakukan cenderung mempertegas representasi dan presentasi diri yang telah dipersepsikan masyarakat kepadanya serta kekuatan finansial diperlukan untuk pembiayaan dan ongkos politik yang harus dikeluarkan.

Letak persamaan kedua penelitian di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama menggambarkan bagaimana strategi yang dilakukan oleh calon legislatif dan partai politik dalam pemilihan umum legislatif yang diselenggarakan dan jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah penelitian diatas hanya mendeskripsikan strategi politik yang dilakukan oleh calon anggota legislatif dan partai politik dengan melihat 1 strategi saja yaitu strategi komunikasi politik. Sedangkan pada penelitian ini lebih difokuskan pada strategi sosialisasi politik, komunikasi politik, dan rekrutmen politik Partai Golkar dalam pemilu legislatif di Kota Kupang tahun 2014 dengan melihat strategi komunikasi politik, sosialisasi politik dan rekrutmen politik.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi Politik

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, *Strategos* yang dapat diterjemahkan sebagai komandan militer pada zaman demokrasi Athena. Menurut Cangara Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensia atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.¹

Menurut Firmanzah Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang kusus dan saling berhubungan dalam hal waktu dan ukuran. Jadi strategi di sini merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan-kekuatan (baik ideologi, politik, sosial, budaya ataupun hukum) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.²

Dalam dunia politik, strategi merupakan komponen penting dalam rangka mewujudkan tujuan-tujuan politik yang telah ditentukan oleh sekelompok orang. Strategi memainkan peranan penting untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Karena itu strategi partai politik adalah cara partai politik memanfaatkan segala potensi yang ada pada partai guna mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Partai politik sebagai sebuah organisasi politik memiliki fungsi politik yang harus dijalankan dalam negara demokrasi.

¹ Hafied Cangara. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,hal.61

² Firmanzah. (2008). *Marketing Politik :Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia,hal.259

Almond dalam Efriza mengatakan ada tujuh fungsi partai politik yaitu: 1) Sosialisasi politik, 2) Partisipasi politik, 3) Rekrutmen politik, 4) Komunikasi politik, 5) Artikulasi kepentingan, 6) Agregasi kepentingan, dan 7) Pembuatan kebijaksanaan.³ Dalam hubungannya dengan pemilihan umum legislatif ada 3 strategi yang biasa digunakan oleh partai politik yang juga merupakan tumpuan utama keberhasilan suatu partai politik dalam pemilihan umum legislatif sebagai berikut:

2.2.1.1 Komunikasi Politik

Komunikasi politik menjadi modal penting bagi partai politik dalam mencari basis dukungan massa. Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah.

Almond dalam Varma mengatakan bahwa komunikasi politik diumpamakan sebagai peredaran darah dan digambarkan sebagai media yang digunakan oleh fungsi-fungsi lainnya dalam sistem politik. Komunikasi politik oleh partai politik menjadi jembatan penghubung antara masyarakat dan pemerintah.⁴

Dalam masyarakat modern yang luas dan kompleks terdapat beragam pendapat yang harus disatukan biasanya disebut penggabungan kepentingan (*interest aggregation*). Setelah itu pendapat dan aspirasi tersebut diolah dan dirumuskan dalam bentuk yang lebih teratur yang disebut dengan perumusan kepentingan (*interest articulation*). Inilah letak agregasi dan artikulasi sebagai salah satu fungsi komunikasi politik partai politik. Langkah selanjutnya partai

³ Efriza. (2012). *Political Explore*. Bandung :Alfabeta, hal.235

⁴ SP. Varma. (2007). *Teori Politik Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,hal.302-303

politik merumuskannya menjadi usul kebijakan kemudian dimasukan dalam program atau platform partai (*goal formulation*) untuk diperjuangkan atau disampaikan melalui parlemen kepada pemerintah untuk dijadikan kebijakan umum (*public policy*). Karena itu partai politik memainkan peranan sebagai penghubung antara yang memerintah dan yang diperintah atau masyarakat.

Strategi komunikasi politik adalah keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan saat ini, untuk mencapai tujuan politik masa depan. Karena itu, arah strategi jelas dan disepakati bersama akan menyebabkan perencanaan taktis yang lebih mudah dan cepat. Misalnya dalam sebuah kampanye politik, pesan yang disampaikan oleh komunikator harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat yang bersangkutan. Penggunaan bahasa pun harus mudah dimengerti oleh masyarakat.

Arifin menjelaskan bahwa kampanye politik adalah bentuk aplikasi komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik untuk membentuk dan membina citra dan opini publik yang positif agar bisa terpilih dalam suatu pemilihan umum (Pileg, Pemiluakda dan Pilpres).⁵

Selanjutnya Arifin menyebutkan empat sasaran kampanye politik sebagai berikut: 1) Memelihara dan menyegarkan kembali loyalitas para pengikut setia suatu partai politik atau kandidat agar tetap memilih sesuai dengan kesetiaan itu. 2) Membina dan membangkitkan loyalitas para anggota organisasi sosial yang merupakan organisasi afiliasi partai politik atau organisasi pendukung agar tetap

⁵ Anwar Arifin. (2011). Komunikasi Politik (Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik). Yogyakarta: Graha Ilmu, hal.154

memilih sesuai dengan komitmen politik organisasi sosial tersebut. 3) Melakukan penggalangan secara intensif kepada rakyat (pemilih) yang tidak terikat oleh suatu partai politik atau kandidat tertentu. 4) Menyakinkan rakyat (pemilih) dari pendukung partai politik lain, bahwa kandidat atau partai politik yang dikampanyekan pantas untuk dipilih karena membuat keadaan akan menjadi lebih baik dengan memberi keyakinan tentang keunggulan visi, misi dan program politik yang diusungnya.⁶

Berdasarkan definisi di atas, kampanye pemilu dalam kaitan ini dilihat sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, parade, orasi politik, pemasangan atribut partai (umbul-umbul, bendera, poster, spanduk, baliho, stiker) dan pengiklanan partai atau kandidat pemilu. Periode waktu ditentukan oleh panitia pemilu (KPUD setempat) yaitu 14 hari dan berakhir 3 hari sebelum hari pencoblosan sebagai masa tenang. Dalam kampanye pemilu masalah program akan menjadi perhatian serius kandidat karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Dalam hal ini tentu saja para politisi akan membaca situasi dan kondisi masyarakat pemilih agar programnya diterima masyarakat.

Kampanye pemilu juga pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan politik kepada para khalayak oleh para komunikator politik yang dikenal dengan juru kampanye (jurkam) yang harus didaftarkan pada Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebelum melaksanakan aksinya diatas panggung politik dihadapan massa pendukungnya. Menurut Arifin ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh

⁶ Ibid.hal.154-155

seorang juru kampanye yaitu: 1) *Kredibilitas* (tingkat kepercayaan khalayak terhadap dirinya), 2) *Attractive* (daya tarik), dan 3) *Power* (kekuatan).⁷

2.2.1.2 Sosialisasi Politik

Selain Komunikasi politik, Sosialisasi politik juga merupakan salah satu strategi yang biasa digunakan oleh partai politik dalam upaya memenangkan pemilihan legislatif. Sosialisasi politik adalah suatu proses bagaimana memperkenalkan sistem politik pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksi-reaksinya terhadap gejala-gejala politik. Dalam ilmu politik sosialisasi politik diartikan sebagai suatu proses yang dilalui oleh seseorang untuk memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik yang umumnya berlaku dalam masyarakat dimana ia berada.

Menurut Almond dan Powell dalam Efriza mengartikan sosialisasi politik adalah proses dengan mana sikap-sikap dan nilai-nilai politik ditanamkan kepada anak-anak sampai mereka dewasa dan orang-orang dewasa direkrut ke dalam peranan-peranan tertentu.⁸

Karena itu sosialisasi politik merupakan proses induksi ke dalam budaya politik dan membawa pada berkembangnya serangkaian perilaku diantara para anggota sistem politik. Ini berarti bahwa pemerintah ataupun organisasi politik dalam masyarakat bisa menurunkan nilai-nilai politik kepada individu ataupun kepada masyarakat sehingga masyarakat mempunyai suatu orientasi dan pengetahuan politik yang sama untuk dapat memelihara sistem politik itu. Hal ini memberikan gambaran bahwa proses sosialisasi politik berlangsung secara satu

⁷ Ibid.hal.155-156

⁸ Ibid.hal.12-15

arah yaitu hanya bergerak dari atas ke bawah atau dari sistem politik kepada anggota-anggota sistem politik.

Bentuk sosialisasi politik yang diambil dari pendapat Almond, Easton, Rush, dan Althoff dalam Efriza menjelaskan bahwa sosialisasi politik dapat berlangsung dengan berbagai bentuk sebagai berikut: 1) Pendidikan politik (*civic education*), merupakan bentuk sosialisasi politik yang sehat dan menciptakan kesadaran politik yang otonom bagi seorang individu. 2) Pembusukan politik, bentuk sosialisasi politik ini biasanya terjadi pada negara yang bersandarkan hidup pada mobilisasi politik, otoriterisme dan bahkan pada masyarakat totaliter. Pembusukan politik berlangsung secara rahasia tidak adanya pemahaman sejati tentang etika politik karena bertujuan melakukan pembodohan politik. 3) Resosialisasi politik, adalah upaya untuk menguburkan dan menghilangkan nilai-nilai politik yang hidup di masa lalu demi kepentingan penguasa politik pada masa sekarang. Resosialisasi politik biasanya berbentuk positif dan negatif tergantung pada muatan kepentingannya.⁹

Selanjutnya isi dari sosialisasi politik yang disarikannya dari pendapat Hyman, Aberle, Easton, Rush dan Althoff dalam Efriza sebagai berikut:

a. Informasi Politik (*Political Information*)

Informasi politik adalah isi sosialisasi politik yang memberikan penerangan tentang terjadinya suatu peristiwa politik, yang tentu saja pernah terjadi dan dilaksanakan dalam kapasitas yang netral, artinya agen sosialisasi tidak memiliki

⁹ Ibid. hal.53-54

kepentingan politik apapun, kecuali hanya ingin membantu menjelaskan suatu peristiwa politik yang diketahui ataupun yang dialaminya.

b. Pemberian Keyakinan dan Kepercayaan Politik (*Political Beliefs*)

Keyakinan politik sangat terkait dengan mengerasnya pemahaman individu terhadap kepentingan politiknya. Agen sosialisasi akan begitu kerasnya memaksakan kehendak, cita-cita, firasat, atau ideologi politiknya. Biasanya berlangsung dalam suasana indoktrinasi dan hanya satu arah. Misalnya setiap partai politik memiliki platform perjuangan yang harus dipatuhi oleh seluruh aktivis partai. Untuk memperkenalkan platform biasanya berlaku istilah indoktrinasi.

c. Pengetahuan Politik (*Political Knowledge*)

Pengetahuan politik sangat erat kaitan dengan pemahaman akademis atas fenomena-fenomena politik artinya fenomena politik diberikan secara terstruktur dalam bentuk kurikulum pendidikan.

d. Provokasi atau Propaganda Politik (*Political Abuses*)

Provokasi, agitasi dan propaganda adalah tindakan penyalahgunaan etika politik (*political abuses*). Isi sosialisasi politik seperti ini memiliki kecenderungan memutarbalikan fakta politik yang sesungguhnya dan tentu saja demi kepentingan politik para provokator atau agitator.¹⁰

Proses sosialisasi politik menurut Almond dalam Efriza terdiri dari dua hal yaitu: 1) Sosialisasi itu berjalan terus menerus selama hidup seseorang, dan 2) Sosialisasi politik dapat berujud transmisi dan pengajaran yang langsung maupun

¹⁰ Ibid.hal.53-54

tidak langsung. Sosialisasi langsung melibatkan komunikasi informasi, nilai-nilai dan perasaan-perasaan mengenai politik secara eksplisit sedangkan sosialisasi politik tidak langsung berlangsung pada masa kanak-kanak sejalan dengan berkembangnya sikap penurut atau sikap pembangkang terhadap orang tua, guru dan teman yaitu sikap yang cenderung akan mempengaruhi sikapnya dimasa dewasa terhadap pemimpin-pemimpin politik dan sesama warga negara. Kerena itu menjadi penting sosialisasi dilakukan oleh partai politik sebagai lembaga politik penyuar aspirasi masyarakat agar dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai persoalan-persoalan politik.¹¹

2.2.1.3 Rekrutmen Politik

Selain komunikasi politik dan sosialisasi politik, rekrutmen politik juga merupakan strategi utama yang harus digunakan sebuah partai dalam upaya memenangkan sebuah kompetisi demokrasi. Rekrutmen Politik merupakan suatu proses untuk mencari dan menyeleksi anggota untuk sebagai regenerasi dari sebuah organisasi, baik partai politik, lembaga pemerintahan maupun organisasi lainnya. Namun, rekrutmen lebih dikenal dalam bahasa politik seperti yang terdapat dalam Budiardjo (2012, p.234) yang menyebutkan bahwa partai politik memiliki fungsi untuk mencari dan mengajak orang yang berbakat untuk aktif berpolitik sebagai anggota partai politik tersebut (*political recruitment*). Hal ini merupakan suatu usaha untuk memperluas partisipasi politik. Selain itu,

¹¹ Ibid.hal.55-56

rekrutmen politik yang di arahkan pada generasi muda potensial menjadi sarana untuk mempersiapkan regenerasi kepemimpinan di dalam struktur partai politik.

Rekrutmen politik adalah proses dimana individu atau kelompok-kelompok individu dilibatkan dalam peran-peran politik aktif. Czudnowski dalam Pamungkas Rekrutmen politik merupakan fungsi yang sangat penting bagi partai politik. Fungsi rekrutmen ini menjadi fungsi eksklusif partai politik dan tidak mungkin ditinggalkan oleh partai politik. Ia menjadi monopoli dan fungsi abadi partai politik. Schattschneider menyatakan jika partai politik gagal melakukan fungsi ini maka ia berhenti menjadi partai politik.¹²

Istilah rekrutmen lebih dikenal dalam bahasa perpolitikan, dan kemudian diadopsi oleh partai politik seiring dengan kebutuhan partai akan dukungan kekuasaan dari rakyat, dengan cara mengajak dan turut serta dalam keanggotaan partai tersebut. Rekrutmen sendiri memiliki acuan pada waktu dalam prosesnya, maka pada saat itu pula rekrutmen dilakukan pada saat partai memerlukan.

Rekrutmen politik partai dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan sebagai ajang dalam mencari dan menyeleksi keanggotaan baru untuk diikutsertakan dalam partai politik sebagai pembelajaran politik, disamping untuk melakukan regenerasi dalam partai politik tersebut maka dilakukan melalui mekanisme yang diterapkan oleh partai. Pengaruh rekrutmen politik sangat menentukan dalam regenerasi kehidupan partai. Hal itu dikarenakan partai memerlukan penyegaran keanggotaan untuk dapat bertahan dalam mempertahankan kekuasaan politiknya dimata masyarakat.

¹² Sigit Pamungkas. (2011). Partai Politik. Yogyakarta : Institute For Democracy, hal.91

2.2.2 Partai Politik

2.2.2.1 Pengertian Partai Politik

Pada umumnya banyak ahli telah membuat batasan tentang partai politik. Menurut Friedrich dalam Budiardjo mengatakan partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini, memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil serta materiil.¹³

Sementara Neumann dalam Budiardjo berpendapat bahwa partai politik merupakan organisasi dari aktivitas politik yang berusaha untuk menguasai pemerintahan dengan merebut dukungan rakyat atas dasar persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan berbeda.¹⁴

Selanjutnya Budiardjo mengartikan partai politik sebagai suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik biasanya dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan mereka. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut maka penulis berusaha menggambarkan kembali bahwa partai politik sesungguhnya adalah suatu organisasi kelompok masyarakat yang memiliki ideologi atau pandangan yang sama dan bertujuan mencari dukungan masyarakat lewat

¹³ Miriam Budiardjo. (2008) cetakan kedua. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, hal.404

¹⁴ Ibid.hal.404

berbagai strategi politik sehingga dapat mencapai tujuan yakni menduduki jabatan politik.¹⁵

Selain itu regulasi Undang-Undang Nomor 2 tahun 2011 mengatakan bahwa partai politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan kelompok anggota, masyarakat, bangsa dan negara serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar tahun 1945.

2.2.2.2 Tujuan Partai Politik

Tujuan dari partai politik di Indonesia tercantum dalam Pasal 10 Undang-Undang Nomor 2 tahun 2011 sebagaimana perubahan atas Undang-Undang Nomor 2 tahun 2008. Undang-Undang tersebut secara jelas menyatakan bahwa partai politik mempunyai dua tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan umum:
 - a) Mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
 - b) Menjaga dan memelihara keutuhan Nagara Kesatuan Republik Indonesia
 - c) Mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan
 - d) Mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia

¹⁵ Ibid.hal.403

2. Tujuan khusus:

- a) Meningkatkan partisipasi politik anggota dan masyarakat dalam rangka penyelenggaraan kegiatan politik dan pemerintahan
- b) Memperjuangkan cita-cita partai politik dalam kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara, dan
- c) Membangun etika dan budaya politik dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Selanjutnya untuk mewujudkan bangsa Indonesia yang merdeka, berdaulat, adil, dan makmur penulis berpendapat bahwa sejatinya partai politik memaksimalkan fungsi yang ada secara signifikan melalui komunikasi politik, sosialisasi politik dan rekrutmen politik dalam menunjang kemajuan politik sehingga setiap partai politik harus menjadi penegak jalannya demokrasi. Karena itu, dalam rotasi kekuasaan politik yang diimplementasikan dalam pemilihan umum tentunya partai politik harus dapat menciptakan citra diri yang positif melalui berbagai kegiatan pro masyarakat dan juga strategi-strategi politik yang dijalankan tidak menimbulkan konflik politik.

2.2.3 Pemilihan Umum Legislatif

Undang-Undang Nomor 8 tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, membuka ruang kepada seluruh warga negara untuk dapat berpartisipasi secara aktif dalam setiap urusan politik serta mempunyai andil yang besar dalam setiap proses pengambilan keputusan politik. Menurut Madjid dalam Luthfi (2004, p.8) mengatakan bahwa sistem proporsional terbuka sekarang ada

dua prinsip yang harus ditegakkan yaitu setiap calon legislatif memiliki hak asasi demokrasi untuk memperoleh kesempatan terbuka yang sama untuk dipilih menjadi anggota legislatif secara, jujur dan adil. Selain itu, setiap pemilih memiliki hak asasi demokrasi untuk memperoleh kesempatan secara terbuka dalam rangka memilih calon legislatif yang dikehendaki.

Pemilihan umum legislatif menjadi ajang yang menarik bagi partai politik dan politisi untuk dapat bersaing mempengaruhi masyarakat agar menjadi partai pemenang pemilu dan wakil bagi masyarakat di parlemen. Sejatinya hal tersebut harus dibarengi dengan kualitas, elektabilitas dan akseptabilitas dari setiap calon legislatif yang berkompetisi dalam pemilihan umum legislatif sehingga menjadi modal yang kuat memenangkan pemilihan umum legislatif yang diselenggarakan. Selain itu pula peran dari partai politik pengusung menjadi kekuatan yang dibutuhkan dalam memenangkan pemilu. Hal ini tentunya berkaitan dengan strategi baik itu komunikasi politik, sosialisasi politik maupun rekrutmen politik sebagai implementasi dari fungsi partai politik dalam negara demokrasi.