



Strategi Politik Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemenangan Pemilihan Legislatif Tahun 2024 di DAPIL I Kota Kupang

Rifaldo Oren Diaf Putra^{1*}, Yeftha Yerianto Sabaat², Philips Y.N Ndoda³

¹⁻³Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: rifalputra9418@gmail.com

Abstract. *The focus of this paper is to examine the political strategy of Muhammad Ikhsan Darwis in winning the 2024 Legislative Election in Electoral District I of Kupang City, using the 4P political marketing theory by Niffenger: Product, Promotion, Price, and Place. In terms of Product, Ikhsan's public image is shaped by his clean, caring, and inclusive personal character, as well as his active involvement in various socio-religious organizations such as HIPMI, NU, KKSS, and PPIA, which reinforce his appeal among young voters. His Promotion strategy was realized through campaign tools (APK) that were presented in a simple yet strategic manner, reflecting a courteous and down-to-earth personality. For Price, he implemented both economic and psychological pricing strategies by managing campaign funds efficiently and strengthening his reputation through his educational background and organizational experience. Lastly, in the Place dimension, Ikhsan adopted an inclusive and spiritual approach, leveraging strong grassroots support from communities like KKSS and the Bugis ethnic group. These four strategies were successfully executed, leading to Muhammad Ikhsan Darwis's election as a legislative candidate representing the Golkar Party in Electoral District I of Kupang City.*

Keywords: *Electoral District I Kupang City; Legislative Election 2024; Muhammad Ikhsan Darwis; Political Marketing 4P; Political Strategy*

Abstrak. Fokus tulisan ini mengkaji strategi politik Muhammad Ikhsan Darwis dalam pemenangan Pemilihan Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang dengan pendekatan teori marketing politik 4P dari Niffenger: *Product*, *Promotion*, *Price*, dan *Place*. Dalam aspek *Product*, citra Ikhsan dibangun melalui karakter pribadinya yang bersih, peduli, dan inklusif, serta keterlibatannya dalam berbagai organisasi sosial-keagamaan seperti HIPMI, NU, KKSS, dan PPIA, yang memperkuat kedekatannya dengan pemilih muda. Strategi *Promotion* diterapkan lewat alat peraga kampanye (APK) yang ditampilkan secara sederhana namun strategis, mencerminkan kepribadian yang santun dan merakyat. Untuk *Price*, ia menerapkan strategi harga ekonomi dan psikologis dengan pengelolaan dana kampanye yang efisien serta memperkuat reputasinya melalui latar pendidikan dan pengalaman organisasi. Terakhir, dalam *Place*, Ikhsan memanfaatkan pendekatan yang inklusif dan spiritual dengan basis dukungan kuat dari komunitas seperti KKSS dan masyarakat Bugis. Keempat strategi ini berhasil dijalankan secara efektif, menjadikan Muhammad Ikhsan Darwis sebagai calon legislatif terpilih dari Partai Golkar di Dapil I Kota Kupang.

Kata Kunci: Dapil I Kota Kupang; Marketing Politik 4P; Muhammad Ikhsan Darwis; Pemilihan Legislatif 2024; Strategi Politik

1. LATAR BELAKANG

Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Politik Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemenangan Pemilihan Legislatif Tahun 2024 di Dapil I Kota Kupang. Dalam pemilihan 2024, Muhammad Ikhsan Darwis berhasil mengalahkan calon petahana dari Partai Golkar, Zeyto Ronny Ratuarat serta empat calon petahana seperti Theodora Ewalde Taek dari PKB, Rikardus Outniel Yunatan dari Gerindra, Jeftha Sooai dari PSI serta Nining Salmawati Basalamah dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Secara spesifik penelitian ini ingin mengkaji strategi marketing politik mix (4P) Muhammad Ikhsan Darwis dari aspek *Product* (Produk), *Promotion*

(Promosi), *Price* (Harga) dan *Place* (Penempatan), sehingga penulis menggunakan pendekatan strategi marketing politik mix (4P) menurut Niffenger.

Politik Marketing Mix (4P) menurut Niffenger dalam Firmanzah (2007, pp. 205–2011) adalah konsep strategi pemasaran yang diterapkan dalam konteks politik. Konsep ini merupakan adaptasi dari Marketing Mix dalam dunia bisnis, yang terdiri dari empat elemen utama: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi). Namun, dalam konteks politik, keempat elemen ini diinterpretasikan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan kampanye politik atau komunikasi politik.

Product (Produk), yang ditawarkan institusi politik menurut Niffenger dalam Firmanzah (2007, p. 205) merupakan sesuatu yang kompleks dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau seseorang kandidat terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri. *Promotion* (Promosi) menurut Niffenegger & Schrott dalam Firmanzah (2007, p. 207) bisa dilakukan oleh institusi politik melalui debat di TV. Dalam acara macam ini, publik berkesempatan melihat pertarungan program kerja yang ditawarkan oleh masing-masing institusi politik. Selain itu, promosi bisa juga dilakukan melalui pengerahan massa dalam jumlah besar untuk menghadiri sebuah tabligh akbar atau temu kader.

Price (Harga) dalam marketing politik menurut Niffenegger dalam Firmanzah (2007, p. 208), mencakup ekonomi, psikologis sampai pada citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Dari biaya iklan, publikasi, biaya rapat akbar sampai biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain seorang kandidat. Harga *image* nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut bisa memberikan citra positif suatu bangsa-negara dan bisa menjadi kebanggaan nasional atau tidak. Penempatan (*Place*) menurut Niffenegger dalam Firmanzah (2007, p. 210) berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih.

Pemilihan legislatif adalah pemilihan umum anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) yang nantinya akan bertugas menjadi anggota lembaga legislatif. Pemilihan legislatif diadakan setiap 5 tahun sekali. Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah 2024 dilaksanakan pada tanggal 14

Februari 2024 di Kota Kupang. Adapun data jumlah daerah pemilihan Kota Kupang 2024 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Daerah Pemilihan Legislatif Kota Kupang Tahun 2024

No	Dapil	Kecamatan	Jumlah Kursi yang diperebutkan	DPT
1	I	Kelapa Lima	7	33.324
2	II	Oebobo	9	47.022
3	III	Maulafa	9	51.911
4	IV	Alak	7	41.081
5	V	Kota Lama dan Kota Raja	8	44.929
5 Dapil		6 Kecamatan	40 Kursi	218.267

Sumber: data diolah dari KPU Kota Kupang Tahun 2024

Hasil pemilihan legislatif 2024 di Kota Kupang menempatkan Gerindra keluar sebagai pemenang pemilu dengan perolehan 25.403 suara dan meraih 5 Kursi. Sama seperti Gerindra, Nasdem dengan perolehan 5 kursi dan 24.117 suara, diikuti oleh PKB meraih 5 kursi dan memperoleh 22.393 suara, diikuti partai PDIP dengan perolehan 5 kursi dan suara 22.371 suara dan Golkar dengan perolehan 5 kursi dan 20.776. PAN memperoleh 4 kursi dan 17.871 suara serta Demokrat dengan jumlah kursi 4 dan perolehan suara 14.587. Adapun partai yang memperoleh 3 kursi sebanyak 2 partai yaitu, Hanura dengan perolehan suara 14.493 serta PSI dengan perolehan suara 10.632. Perindo memperoleh 1 kursi dengan perolehan suara 9.148 sedangkan 8 partai politik lainnya tidak memperoleh kursi yaitu, Buruh, Gelora, PKS, PKN, Garuda, PBB, PPP dan partai Ummat. Adapun jumlah perolehan suara dan kursi hasil pemilihan legislatif di Kota Kupang tahun 2024, dapat di lihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Jumlah Perolehan Suara dan Kursi Hasil Pemilihan Legislatif Kota Kupang Tahun 2024

No	Partai Politik	Daerah Pemilihan Legislatif Kota Kupang Tahun 2024					Jumlah Suara Sah Partai Politik dan Calon	Jumlah Kursi
		I	II	III	IV	V		
1	PKB	3.537	4.489	5.346	2.752	6.269	22.393	5
2	Gerindra	5.353	7.775	4.685	3.105	4.485	25.403	5
3	PDIP	2.958	2.807	6.114	4.953	5.899	22.731	5
4	Golkar	2.922	4.370	3.532	6.419	3.533	20.776	5
5	Nasdem	3.404	3.392	7.581	3.894	5.846	24.117	5
6	Buruh	282	956	535	207	1.098	3.078	0
7	Gelora	270	261	689	1.535	523	3.278	0
8	PKS	1.256	363	345	1.041	350	3.355	0
9	PKN	336	1.802	1.350	1.729	1.133	6.350	0
10	Hanura	1.137	2.955	2.926	2.366	5.109	14.493	3
11	Garuda	360	505	728	537	334	2.464	0
12	PAN	3.349	3.817	4.905	4.778	1.022	17.871	4
13	PBB	0	243	13	14	844	1.114	0
14	Demokrat	1.879	4.354	3.815	2.055	2.484	14.587	4
15	PSI	1.847	2.833	2.647	1.073	2.232	10.632	3

16	Perindo	1.427	2.444	2.614	2.943	520	9.948	1
17	PPP	1.829	2.039	2.419	390	1.656	8.333	0
18	Ummat	4	12	9	5	72	102	0
Jumlah		32.150	45.417	50.253	39.796	43.409	211.025	40

Sumber: data diolah dari KPU Kota Kupang Tahun 2024

Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam strategi politik yang digunakan oleh Muhammad Ikhsan Darwis dengan strategi marketing politik mix (4P) menurut Niffenger, dimana keberhasilannya menembus dominasi politik lokal meskipun berasal dari kelompok minoritas, baik secara agama (Islam) maupun etnis (Bugis). Dalam pemilihan legislatif 2024, Muhammad Ikhsan Darwis berhasil mencatatkan namanya sebagai anggota DPRD pendatang baru di Dapil I Kota Kupang, sebuah pencapaian yang menarik perhatian banyak pihak. Keberhasilannya tidak hanya terletak pada kemampuannya mengalahkan calon petahana dari Partai Golkar, Zeyto Ronny Ratuarat, tetapi juga empat calon lainnya yang memiliki basis kuat di dapil tersebut, seperti Theodora Ewalde Taek (PKB), Rikardus Outniel Yunatan (Gerindra), Jeftha Sooai (PSI), dan Nining Salmawati Basalamah (PPP).

Kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis sebagai calon anggota legislatif pendatang baru tentunya tidak terlepas dari adanya strategi *Political marketing mix* (4P) yang mendukung seperti *Product* (Produk) tercermin melalui doktrin perjuangan partai, *past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau), dan *personal characteristic* (ciri pribadi). *Promotion* (Promosi) tercermin melalui Penyebaran dan pemasangan alat peraga kampanye, *Price* (Harga) tercermin melalui harga ekonomi dan harga psikologis serta *Place* (Penempatan) tercermin melalui Pemetaan demografi berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan, agama, etnis, dan keyakinan politik.

2. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong (2005, p. 6) metode kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek peneliti misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic, secara deskriptif dalam bentuk kata maupun bahasa, dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan beberapa metode alamiah. Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan secara jelas dan terperinci mengenai Strategi Politik Kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis Dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2024 Di Dapil I Kota Kupang.

Pendekatan kualitatif ini dipilih untuk menempatkan pandangan penulis terhadap sesuatu yang diteliti secara subjektif, dalam arti penulis sangat menghargai dan memperhatikan

pandangan subjektif setiap subjek yang ditelitinya. Oleh karena itu Peneliti melakukan interaksi atau komunikasi yang intensif dengan pihak yang diteliti termasuk yang didalamnya penulis memahami dan mengembangkan kategori-kategori, analisis terhadap proses sosial yang terjadi ditengah masyarakat (John Creswell, 2010).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis Strategi Politik Muhammad Ikhsan Darwis Dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2024 Di Dapil I Kota Kupang yang dilihat peneliti menggunakan strategi political marketing mix (4p) yaitu *product* (produk), *promotion* (promosi), *price* (harga) dan *place* (penempatan).

Product (Produk)

Untuk menggambarkan *product* (produk) berupa Doktrin Perjuangan Partai, catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau (*Past Record*) dan ciri/karakteristik kandidat.

Doktrin Perjuangan Partai

Muhammad Ikhsan Darwis meraih kemenangan dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang tidak hanya berkat strategi politik pada umumnya, tetapi juga karena penerapan efektif doktrin perjuangan Partai Golkar, "Karya dan Kekaryaan", dengan semangat "Karya Siaga Gatra Praja". Pendekatan ini tidak hanya membangun basis dukungan elektoral melalui kampanye yang efektif, tetapi juga menghasilkan dampak nyata dalam kehidupan masyarakat lokal. Integrasi antara program sosial, ekonomi, dan keagamaan seperti bazar murah, *HIPMI Goes To Campus*, kegiatan sosial-keagamaan seperti penyembelihan hewan kurban saat Idul Adha serta penyaluran zakat, serta pemberian bantuan dinamo sumur bor memperkuat citra Muhammad Ikhsan Darwis sebagai pemimpin yang peduli dan bertanggung jawab, serta memperbesar peluang kemenangannya secara signifikan.

Strategi ini tidak hanya fokus pada pencitraan, tetapi juga pada penerapan kebijakan yang langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, seperti bantuan dinamo sumur bor yang meningkatkan akses terhadap air bersih. Dengan demikian, Muhammad Ikhsan Darwis berhasil membangun reputasi sebagai pemimpin yang berdedikasi dalam menjawab kebutuhan nyata masyarakat, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun keagamaan. Dukungan yang solid dari berbagai lapisan masyarakat, dari kalangan bisnis muda hingga kelompok keagamaan, menjadi bukti kuat bahwa pendekatan holistik ini tidak hanya memenangkan suara dalam pemilu, tetapi juga meningkatkan legitimasi dan kredibilitas politiknya di mata publik.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang tidak hanya terjadi berkat

strategi politik pada umumnya, tetapi juga karena penerapan efektif doktrin perjuangan Partai Golkar, "Karya dan Kekaryaan", dengan semangat "Karya Siaga Gatra Praja". Pendekatan ini tidak hanya membangun basis dukungan elektoral melalui kampanye yang efektif, tetapi juga menghasilkan dampak nyata dalam kehidupan masyarakat lokal. Integrasi antara program sosial, ekonomi, dan keagamaan seperti bazar murah, *HIPMI Goes To Campus*, kegiatan sosial-keagamaan seperti penyembelihan hewan kurban saat Idul Adha serta penyaluran zakat, serta pemberian bantuan dinamo sumur bor memperkuat citra Muhammad Ikhsan Darwis sebagai pemimpin yang peduli dan bertanggung jawab.

Catatan Tentang Hal-Hal yang Dilakukan di Masa Lampau (Past Record)

Kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis sebagai calon legislatif di Dapil I Kota Kupang tidak dapat dilepaskan dari rekam jejak sosial dan organisasional yang telah ia bangun jauh sebelum memasuki arena politik formal. Keterlibatannya dalam berbagai organisasi strategis seperti HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia), KKSS (Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan), NU (Nahdlatul Ulama) membuktikan kapasitas kepemimpinan dan jejaring sosial yang luas. Melalui platform organisasi tersebut, Ikhsan Darwis aktif menjalankan program-program nyata yang langsung menyasar kebutuhan masyarakat, seperti penyelenggaraan bazar murah, distribusi bantuan air bersih, hingga partisipasi dalam kegiatan keagamaan.

Citra positif ini menjadikannya bukan hanya sebagai calon legislatif, tetapi juga sebagai simbol harapan baru bagi masyarakat Kota Kupang yang mendambakan pemimpin yang bekerja nyata dan berintegritas. Pendekatan politik berbasis pengabdian dan pelayanan inilah yang menjadi kunci utama keberhasilannya dalam meraih simpati dan dukungan luas dari pemilih lintas agama, etnis, dan golongan sosial.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis sebagai caleg di Dapil I Kota Kupang didorong oleh rekam jejak sosial dan organisasional yang kuat sebelum terjun ke politik. Kepemimpinannya di HIPMI, KKSS, NU, dan PPIA serta program nyata seperti bazar murah, bantuan air bersih, dan kegiatan keagamaan menunjukkan komitmen langsung pada kebutuhan masyarakat. Reputasi sebagai figur muda yang bersih, jujur, dan religius, ditambah latar belakang keluarga yang dermawan, memperkuat citra dan kepercayaan publik. Pendekatan berbasis pengabdian ini menjadi kunci utama dalam meraih dukungan pemilih yang kini semakin rasional dan selektif.

Ciri/Karakteristik Kandidat

Keberhasilan Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemilu Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang tidak hanya didorong oleh strategi politik yang tepat, tetapi juga oleh karakter

pribadinya yang rendah hati, inklusif, dan mampu membaur tanpa membedakan latar belakang sosial. Sifat-sifat ini memungkinkan Ikhsan membangun kedekatan emosional yang kuat dengan masyarakat, terutama melalui aksi nyata yang konsisten dan komunikasi yang terbuka serta penuh empati. Pendekatan ini menciptakan rasa keterhubungan yang tulus antara dirinya dan warga, yang melihatnya bukan sebagai politisi elitis, tetapi sebagai bagian dari mereka yang hadir, peduli, dan bekerja bersama.

Keaktifannya dalam berbagai organisasi lintas agama, etnis, dan profesi seperti PPIA (Pencegahan Penularan dari Ibu ke Anak), KKSS (Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan), Nahdlatul Ulama Kota Kupang, HIPMI NTT, dan DPD I Golkar NTT menunjukkan komitmennya terhadap keberagaman dan kolaborasi lintas sektor. Dalam konteks Kota Kupang yang multikultural, kehadiran seorang figur muda yang mampu menjembatani perbedaan dan menunjukkan kepedulian nyata terhadap masyarakat kecil menjadikan Ikhsan simbol pemimpin progresif yang relevan dengan aspirasi generasi muda. Citra ini memperkuat kepercayaan publik dan menjadi salah satu faktor utama yang mendorong kemenangannya, khususnya di kalangan pemilih yang menginginkan perubahan berbasis nilai dan integritas.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Keberhasilan Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemilu Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang didorong oleh karakter pribadinya yang rendah hati, inklusif, dan membaur tanpa sekat sosial. Ia membangun kedekatan emosional dengan warga melalui aksi nyata yang konsisten dan komunikasi yang efektif. Perannya di berbagai organisasi lintas agama, etnis, dan profesi seperti Pencegahan Penularan dari Ibu ke Anak (PPIA), Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan, Nahdlatul Ulama Kota Kupang, HIPMI NTT dan DPD I Golkar NTT, serta kepeduliannya terhadap masyarakat kecil menjadikannya simbol pemimpin muda progresif yang dipercaya dan dicintai, terutama oleh pemilih muda di wilayah multikultural seperti Kota Kupang.

Promotion (promosi)

Untuk menggambarkan *Promotion* (promosi) berupa Pemasangan Alat Peraga Kampanye.

Pemasangan Alat Peraga Kampanye

Keberhasilan Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemilu Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang turut ditopang oleh strategi komunikasi visual yang cermat melalui Alat Peraga Kampanye (APK). Sebagai pendatang baru di dunia politik, Ikhsan Darwis memanfaatkan APK untuk membangun kesan pertama yang kuat di mata pemilih. Desain visual yang sederhana namun simpatik membuat masyarakat mudah mengenali sosoknya, sementara penempatan APK dilakukan secara strategis di titik-titik padat aktivitas warga dan wilayah

yang menjadi basis komunitas pendukungnya. Pendekatan ini menunjukkan kemampuan tim kampanye Ikhsan dalam membaca medan elektoral sekaligus memperkuat branding sebagai figur muda yang bersahabat dan dekat dengan rakyat.

Lebih dari sekadar alat promosi, penggunaan APK oleh Ikhsan juga menunjukkan komitmennya terhadap etika dan regulasi kampanye yang telah ditetapkan, yaitu Keputusan KPU Kota Kupang Nomor 191 Tahun 2023. Kepatuhan terhadap aturan ini menciptakan citra bahwa Ikhsan Darwis adalah calon legislatif yang tidak hanya memiliki semangat muda, tetapi juga menjunjung tinggi aturan main demokrasi. Pendekatan kampanye yang tertib dan santun memberikan kesan positif di tengah masyarakat yang kerap jenuh dengan praktik kampanye yang merusak tatanan kota atau melanggar aturan. Dengan demikian, strategi APK tidak hanya efektif dalam membangun visibilitas, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap integritas dan keseriusan Ikhsan sebagai wakil rakyat masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Keberhasilan Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pileg 2024 tidak lepas dari strategi efektif dalam pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK). Sebagai pendatang baru, APK menjadi sarana utama membangun pengenalan dan kedekatan emosional dengan pemilih melalui visual yang sederhana, simpatik, dan mudah dikenali. APK dipasang secara strategis di titik-titik padat dan basis komunitas pendukung, dengan tetap mematuhi regulasi KPU yaitu Keputusan KPU Kota Kupang Nomor 191 Tahun 2023 tentang Penetapan Lokasi Pemasangan Alat Peraga Kampanye Dan Zona Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024. Pendekatan kampanye yang tertib, santun, dan etis menciptakan citra positif, memperkuat kepercayaan publik, serta menegaskan keseriusan dan kesiapan Ikhsan sebagai calon legislatif yang merakyat dan bertanggung jawab.

Price (harga)

Untuk menggambarkan *Price* (harga) berupa Harga Ekonomi Berupa Dana dan Materi Untuk Aktivitas Kampanye Politik

Harga Ekonomi Berupa Dana dan Materi Untuk Aktivitas Kampanye Politik

Pengelolaan dana kampanye oleh tim Muhammad Ikhsan Darwis menunjukkan perencanaan yang matang dan strategi yang tepat sasaran. Dengan alokasi anggaran yang difokuskan pada alat peraga kampanye dan kegiatan sosial, tim berhasil memaksimalkan dampak kampanye dalam waktu dan sumber daya yang terbatas. Alat peraga seperti spanduk, baliho, kartu nama dan stiker membantu meningkatkan visibilitas kandidat di ruang publik, sementara kegiatan sosial memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat atas kehadiran dan kontribusi nyata calon legislatif tersebut.

Salah satu kekuatan utama strategi kampanye ini adalah pendekatan yang mengedepankan kedekatan emosional dengan masyarakat. Kegiatan seperti bazar murah dan sumbangan dinamo untuk sumur bor bukan hanya menyentuh kebutuhan riil warga, tetapi juga memperlihatkan kepedulian dan komitmen kandidat terhadap kesejahteraan masyarakat. Program Hipmi Goes To Kampus pun menyasar segmen pemilih muda dan terdidik, memperluas basis dukungan dan memperkuat citra kandidat sebagai sosok yang dinamis dan berpihak pada pengembangan sumber daya manusia.

Secara keseluruhan, strategi pengelolaan dana kampanye ini mampu menciptakan efek ganda: memperkuat elektabilitas Muhammad Ikhsan Darwis dan menumbuhkan loyalitas pemilih, terutama di wilayah basis suara seperti Kelurahan Oesapa. Kombinasi antara pendekatan visual yang kuat dan program sosial yang relevan berhasil menciptakan citra positif kandidat sebagai wakil rakyat yang peduli dan solutif. Dengan demikian, strategi kampanye ini tidak hanya efisien secara finansial, tetapi juga efektif dalam membangun fondasi dukungan politik yang kuat.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis sebagai Caleg Partai Golkar di Dapil I Kota Kupang merupakan hasil dari kombinasi latar belakang pendidikan internasional, rekam jejak kepemimpinan yang solid, serta keterlibatan aktif dalam organisasi sosial, etnis, dan keagamaan. Integritas, kedekatan sosial, dan komitmen terhadap nilai-nilai keislaman memperkuat kepercayaan masyarakat, menjadikannya figur yang dipercaya untuk mewakili aspirasi secara inklusif dan berkeadilan di parlemen.

Place (penempatan)

Untuk menggambarkan *Place* (penempatan) berupa Pemetaan Demografi

Pemetaan Demografi

Muhammad Ikhsan Darwis dikenal sebagai figur yang mampu menjembatani keberagaman agama, budaya, dan etnis di Kota Kupang melalui pendekatan kampanye yang inklusif, spiritual, dan sosial. Dalam menjalankan kampanyenya, ia tidak hanya berfokus pada janji politik, tetapi juga aktif hadir dalam kegiatan lintas komunitas—dari pengajian, perayaan keagamaan, hingga kegiatan sosial bersama warga lintas etnis. Pendekatan ini membuat pesan politiknya diterima secara luas, karena tidak membedakan latar belakang masyarakat dan justru mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan toleransi yang menjadi kekuatan sosial di Kota Kupang.

Khususnya bagi komunitas Bugis dan warga Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan (KKSS), kedekatan emosional terhadap Muhammad Ikhsan Darwis tumbuh dari rekam

jejaknya yang konsisten dalam membina hubungan dan mendukung kegiatan komunitas sejak jauh sebelum pencalonannya. Ia dikenal bukan hanya sebagai tokoh politik, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas itu sendiri—seseorang yang memahami aspirasi mereka secara langsung dan menunjukkan kepedulian dengan tindakan nyata. Integritas dan komitmennya dalam memperjuangkan kelompok minoritas menjadikannya representasi yang dipercaya, sehingga memperkuat dukungan yang solid dari basis suara berbasis kultural dan kekerabatan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Muhammad Iksan Darwis adalah sosok yang mampu menjembatani keberagaman agama, budaya, dan etnis di Kota Kupang melalui pendekatan kampanye yang inklusif, spiritual, dan sosial. Kedekatan emosional masyarakat, khususnya warga Bugis dan anggota KKSS, didasarkan pada rekam jejaknya yang konsisten dalam kegiatan keagamaan dan sosial, serta kemampuannya mewakili aspirasi kelompok minoritas dengan integritas dan kepedulian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kemenangan Muhammad Ikhsan Darwis dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Dapil I Kota Kupang merupakan hasil dari penerapan strategi pemasaran politik 4P (Product, Promotion, Price, dan Place) yang terintegrasi secara efektif. Strategi produk diwujudkan melalui pencitraan diri sebagai pemimpin muda yang bersih, peduli, dan inklusif, dengan rekam jejak pengabdian dan keterlibatan aktif dalam organisasi sosial-keagamaan seperti HIPMI, NU, KKSS, dan PPIA. Dalam aspek promosi, pemasangan alat peraga kampanye dilakukan secara sederhana, simpatik, dan strategis sesuai regulasi, guna menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Strategi harga diterapkan melalui pengelolaan dana kampanye yang efisien dan penggunaan pendekatan psikologis berbasis integritas, latar belakang pendidikan, serta nilai-nilai sosial-keagamaan yang menumbuhkan kepercayaan publik. Sedangkan dalam aspek tempat, pemetaan demografi dan pendekatan kampanye berbasis komunitas dilakukan untuk menjangkau keberagaman pemilih di Kota Kupang secara inklusif dan spiritual. Keempat elemen strategi ini saling mendukung dan menciptakan sinergi yang kuat dalam memperkuat citra serta daya saing politik Muhammad Ikhsan Darwis, sehingga mendorong keberhasilannya dalam meraih kepercayaan dan dukungan masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amantha, G. K., & Ferdian, K. J. (2021). Strategi Politik Pasangan Nanang-Pandu Dalam Kontestasi Pemilu Lampung Selatan Tahun 2020. *Jurnal Polinter : Kajian Politik Dan Hubungan Internasional*, 7(1), 1–22. <https://doi.org/10.52447/polinter.v7i1.4578>
- Anggaran Dasar Dan Anggaran Rumah Tangga Partai Golongan Karya (2025). Dari <https://www.golkar.or.id/pages-tentang/15/ad-art/>
- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. PT Bumi Aksara.
- Asrun, Muhammad Najib Husain, & Iba, L. (2023). Strategi Politik Kemenangan Rusman Emba Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabuapten Muna Tahun 2020. *JAPMAS : Jurnal Politik Dan Demokrasi*, 1(2), 90–96. <https://doi.org/10.52423/japmas.v1i2.12>
- Bachmid, F. (2021). Eksistensi Kedaulatan Rakyat dan Implementasi Parliamentary Threshold dalam Sistem Pemilihan Umum di Indonesia. *SIGN Jurnal Hukum*, 2(2). <https://doi.org/10.37276/sjh.v2i2.83>
- Badan Pusat Statistik Kota Kupang. (2024). Kecamatan Kelapa Lima Dalam Angka 2024. Dari <https://kupangkota.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/b8d60a55b503c5308511554a/kecamatan-kelapa-lima-dalam-angka-2024.html>
- Caesar Wawointana, et, A. (2021). Strategi Marketing Politik Melky Jakhin Pangemanan Dalam Pemilihan Anggota Legislatif Provinsi Sulawesi Utara Periode 2019-2024. *Jurnal Governance*, 1(1), 1–12.
- Creswell. John(2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Doktrin Golkar Karya Siaga Gatra Praja (2025). Dari <https://id.scribd.com/document/327008940/Doktrin-Golkar>
- Firmanzah (2007). *Marketing politik: antara pemahaman dan realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif, Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. UMM Press : Malang.
- Haris Syamsuddin. (1997). *Struktur Proses dan Fungsi Pemilihan Umum, Catatan Pendahuluan dalam pemilihan Umum di Indonesia*. PPW LIPI.
- Immanuel, G. K., & Djuyandi, Y. (2024). Strategi Partai Golkar Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Airin Rachmi Diany Pada Dapil Banten III. *Journal of Political Issues*, 6(1), 72–86. <https://doi.org/10.33019/jpi.v6i1.236>
- Indriantoro Nur & Supomo Arhantara. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE Yogyakarta.
- Iqbal M. Hasan. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Kesmawan, A. P., & Marja, A. (2020). Strategi Politik Calon Legislatif Muda Partai Perindo Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif Tahun 2019 Kabupaten Merangin. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 2(2), 68–79. <https://doi.org/10.36355/jppd.v2i2.19>
- Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang.(2024). Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang Nomor 185 Tahun 2024 Tentang Penetapan Perolehan Kursi Partai Politik

- Peserta Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Kupang Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024
- Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang.(2024). Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang Nomor 186 Tahun 2024 Tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Kupang Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024
- Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang.(2024). Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang Nomor 181 Tahun 2024 Tentang Penetapan Hasil Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Kupang Tahun 2024
- Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang.(2024). Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang Nomor 176 Tahun 2024 Tentang Penetapan Hasil Rekapitulasi Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Kupang Tahun 2024
- Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang.(2024). Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang Nomor 9 Tahun 2024 Tentang Perubahan Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Kupang Nomor 191 Tahun 2023 Tentang Penetapan Lokasi Pemasangan Alat Peraga Kampanye Dan Zona Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024 Di Kota Kupang
- Matthew Miles, M. H. dan S. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (3rd ed.). UI Press.
- Moleong, Lexy (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Penegakan, D., & Terhadap, H. (n.d). *Peran kepolisian daerah sumatera utara (polda-su) dalam penegakan hukum terhadap tindak pidana pemilihan umum*.
- Putri, I. A. (2017). Strategi Politik Perempuan Caleg Sumatera Barat Dalam Pemilu 2014. *Journal of Moral and Civic Education*, 1(2). <https://doi.org/10.24036/8851412020171225>
- Silalahi Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama
- Sitti Rahmi, et, A. (2016). Strategi Komunikasi Politik dalam Sistem Rekrutmen Kader Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Wilayah Sulawesi Tenggara. *Publica PPS AP UHO*, 1(1).
- Suaib Napir. (2016). Strategi kemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 di Kabupaten Majene. *The POLITICS: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 2(2), 147–159.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. CV. Alfabeta.
- Surbakti Ramlan & Hari Fitrianto. (2015). *Transformasi Bawaslu Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilu*. Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan Indonesia.
- Surbakti Ramlan & Kris Nugroho. (2015). *Studi Tentang Desain Kelembagaan Pemilu yang Efektif*. Kemitraan Bagi Pembaruan Tata Pemerintahan.
- Surbakti Ramlan, D. S. H. A. (2011). *Menjaga Integritas Pemungutan dan Penghitungan Suara*. Kemitraan Bagi Pembaruan Tata Pemerintahan.