

**STRATEGI POLITIK PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN (PPP)
DALAM MEMENANGKAN CALON LEGISLATIF PEREMPUAN
MENGHADAPI PEMILIHAN UMUM (PEMILU) 2014
DI KOTA TANJUNGPINANG**

SKRIPSI



Oleh

DWI NOFIANI

NIM. 100565201342

**UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
TANJUNGPINANG**

2015

ABSTRAK

Strategi politik merupakan rencana atau tindakan yang akan dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang dalam memperoleh dukungan dari masyarakat menjelang Pemilihan caleg (Pileg) berlangsung pada April 2014 khususnya Caleg Perempuan. Keterlibatan Perempuan pada Pemilihan Umum sudah ditetapkan oleh Undang-Undang No 8 tahun 2012 pasal 55 bahwa keterlibatan perempuan paling sedikit 30%. Oleh sebab itu, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) harus benar-benar menggunakan strategi yang bagus dalam menarik simpati dari masyarakat untuk memenangkan caleg perempuan pada Pemilihan Umum 2014.

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Adman Nursal tentang strategi memenangkan pemilu yang terdiri dari 9 elemen Marketing Politik yaitu *positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pass marketing, pull marketing* dan *polling*.

Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan teori yang dipakai bahwa hanya ada beberapa strategi yang dipakai oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang dalam memenangkan Calon Legislatif Perempuan. Strategi dari 9 element yang menonjol pada saat memenangkan Calon Legislatif Perempuan yaitu *Policy, Push Marketing dan Pass Marketing*. Adapun yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang yaitu menjalankan program-program yang telah direncanakan seperti mengadakan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan Industri Rumah Tangga. Dalam hal ini, kegiatan-kegiatan yang dilakukan biasanya diadakan pada rumah-rumah penduduk. Selain itu, Media Massa juga berperan aktif dalam mempromosikan kandidat dan juga program-program yang dijalankan.

Kata kunci : strategi politik, Pileg dan Kota Tanjungpinang

ABSTRACT

Political strategy has a planning or an action which has been done by Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Kota Tanjungpinang in progressing to collect any endorsement from the public towards the election of legislative which happened on April 2014 specifically for women candidates. Involvement of women in election of legislative has been assigned by Law Number 8 of 2012 Article 55 that the involvement of women must be at least 30%. Therefore, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) should use the good strategy to attract the sympathy of the public to make the women's candidate win the election of legislative in 2014.

Research location chosen was Tanjungpinang city, Riau Island and the kind of research used was qualitative research. While the theory used in the research was Adman Nursal's theory about strategy to win the election of legislative which consists of 9 elements of political marketing, namely positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pass marketing, pull marketing, and polling.

The conclusion of the research based on the theory is that there were no strategies used by Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Kota Tanjungpinang to make their women candidate win this election. The main strategy from the 9 elements above shown in this election was wisdom, to be pushed and interested in marketing. As for Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Kota Tanjungpinang, what was implemented were programs which were planned before, for example taking some training related to home industry. In this case, the activities were usually held around the population's homes. Moreover, mass media was also active in promoting the candidate and the program which was obtained.

Keywords: political strategy, legislative's election, and Tanjungpinang city.

A. Latar Belakang

Demokrasi adalah hak dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Tumbangnya orde baru membuka peluang terjadinya reformasi politik dan demokratisasi di Indonesia. Pengalaman orde baru mengajarkan kepada bangsa Indonesia bahwa pelanggaran terhadap demokrasi membawa kehancuran bagi Negara dan penderitaan rakyat. Oleh karena itu bangsa Indonesia bersepakat untuk sekali lagi melakukan demokratisasi, yakni proses pendemokrasian sistem politik Indonesia sehingga kebebasan rakyat terbentuk, kedaulatan rakyat dapat ditegakkan, dan pengawasan terhadap lembaga eksekutif dapat dilakukan oleh lembaga wakil rakyat (DPR) (Budiardjo, 2008).

Dengan diadakannya sistem demokrasi di Indonesia, rakyat bisa menentukan pilihannya masing-masing dan bisa menyalurkan aspirasi mereka melalui Pemilihan Umum (Pemilu). Di Indonesia telah berkali-kali dilangsungkan pemilu yang disebut-sebut sebagai pesta demokrasi Pancasila. Satu kali sewaktu pemerintahan orde lama dan enam kali sewaktu pemerintahan orde baru, serta tiga kali selama era reformasi. Kemudian pemilu dilaksanakan kembali pada tahun 2014.

Pemilihan Umum menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat 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.

Berdasarkan pasal 55 Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan Pemilihan Umum DPR, DPD dan DPRD menyebutkan daftar bakal calon yang disusun partai politik memuat paling sedikit 30 persen keterwakilan perempuan. Bahkan Pasal 56 ayat 2 menyebutkan bahwa dalam setiap 3 orang bakal calon terdapat sekurang-kurangnya 1 orang perempuan. Poin-poin tersebut dikuatkan dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 7 Tahun 2013 pada Pasal 11b,11d, 24 ayat 1c-d dan ayat 2.

Kota Tanjungpinang pada pemilu 2009 keterwakilan perempuan yang duduk dikursi legislatif masih sedikit. Berdasarkan data dari KPU keterwakilan perempuan pada pemilu 2009 yang menduduki kursi dilegislatif hanya 3 orang perempuan yakni dari partai PKS (Partai Keadilan Sejahtera), PPIB (Partai Perjuangan Indonesia Baru), dan PDP (Partai Demokrasi Pembaruan). Keterlibatan Caleg perempuan ini dalam dunia perpolitikan didasarkan atas beberapa aspek, selain untuk memenuhi kuota 30% perempuan dalam legislatif hal ini juga untuk meningkatkan derajat perempuan dikancah perpolitikan. Para Calon Legislatif ini pun sebelum menjadi anggota legislatif kebanyakan belajar perpolitikan setelah terjun langsung ke partai namun dengan tekad yang kuat mereka bisa menduduki di kursi Legislatif.

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang untuk Pemilihan Umum (Pemilu) pada Tahun 2009 diikuti oleh 25 Calon Legislatif. Pada Pemilu 2009 dibagi menjadi tiga daerah Pemilihan (Dapil), yaitu Tanjungpinang Barat dan kota dengan jumlah Caleg 10 orang, Tanjungpinang Timur jumlah Caleg sebanyak 9 orang

serta Bukit Bestari sebanyak 6 orang. Calon Legislatif yang lolos pada Pemilu 2009 sebanyak 2 orang dan tidak ada Caleg Perempuan yang lolos pada saat itu.

Tabel 1.1.
**Nama Calon Anggota Legislatif Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota
Tanjungpinang Tahun 2009 Daerah Pemilihan I Tanjungpinang Barat dan
Tanjungpinang Kota**

No.	Nama Calon	Rincian Perolehan Suara
1.	Zainul Arifin, SH	403
2.	Rully Abduk Ghani, SE	252
3.	Herawati Hutasoit	19
4.	Mardius	30
5.	Waskito Hadi Rahwono	26
6.	Linna	22
7.	Abdul Gaffar	45
8.	Masykur Fadli, S.Pd.I	57
9.	R. Taufiq I Hidayat	16
10.	Zuraidah	29
Jumlah Suara Sah		899

Sumber: KPU kota Tanjungpinang

Tabel 1.2.
**Nama Calon Anggota Legislatif Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota
Tanjungpinang Tahun 2009 Daerah Pemilihan II Tanjungpinang Timur**

No.	Nama Calon	Rincian Perolehan Suara
1.	Ir. Dewa Bahagia	507
2.	Sukadi. AS	57
3.	Timaria	27
4.	Tety Fiaro Chani	20
5.	Bambang Suria. A.H, SH	24
6.	Samiyem	11
7.	Alias	10
8.	Murni	16
9.	Maya Sari	10
Jumlah Suara Sah		682

Sumber: KPU Kota Tanjungpinang

Tabel 1.3.
**Nama Calon Anggota Legislatif Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota
Tanjungpinang Tahun 2009 Daerah Pemilihan III Bukit Bestari**

No.	Nama Calon	Jumlah Perolehan Suara
1.	Syaiful, SE	565
2.	Yulia Megawati. Z, S.Sos	69
3.	Nusryam Johan	35
4.	Desri Melly	20
5.	Erpa Januwarti, S.Sos	10
6.	Dasfrida	10
Jumlah Suara Sah		709

Sumber: KPU kota Tanjungpinang

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang untuk Pemilihan Umum (Pemilu) 2014 sudah memenuhi 30% kuota keterwakilan perempuan. Calon yang lulus verifikasi sebanyak 30 orang 11 orang diantaranya adalah calon

perempuan. Pada Pemilu 2014, daerah pemilihan di Tanjungpinang dibagi dalam tiga daerah pemilihan, yaitu Tanjungpinang Kota dan Barat sebanyak 8 kursi, Tanjungpinang Timur 11 kursi dan Bukit Bestari 11 kursi. Calon anggota legislatif dari PPP untuk daerah pemilihan Tanjungpinang Kota dan Barat sebanyak 5 orang laki-laki dan 3 perempuan, Tanjungpinang Timur 7 laki-laki dan 4 perempuan serta Bukit Bestari 7 laki-laki dan 4 perempuan, dan saat ini kader PPP yang duduk di DPRD sebanyak dua orang.

Keterwakilan perempuan dalam Legislatif saat ini memiliki peranan yang penting. Kedudukan perempuan melalui keterwakilannya diharapkan mampu menjadi alat kontrol jalannya roda pemerintahan dan menyalurkan aspirasi daerahnya untuk perubahan. Menurut pandangan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) tentang aturan 30% keterwakilan caleg perempuan partai ini sendiri sepakat dengan aturan tersebut. Terkait keterwakilan perempuan dalam Caleg ini adalah norma *affirmative action*, agar perempuan mempunyai hak yang sama dalam proses politik dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) sangat mendukung hal itu.

Berdasarkan Anggaran Dasar Partai Persatuan Pembangunan (PPP) di dalam Agenda dan Strategis Perjuangannya juga terdapat pemberdayaan kaum perempuan karena menyadari kenyataan yang ada dimana jumlah perempuan telah melampaui bilangan kaum pria maka perjuangan hak kaum perempuan harus mendapat porsi yang penting untuk diperjuangkan. Oleh karena itu, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) akan selalu mendukung perjuangan kaum perempuan untuk mendapatkan hak-hak politik maupun fungsi dan peran dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Walau begitu, pengembangan program kesetaraan jender harus berlandaskan pada nilai-nilai islam dan kearifan lokal.

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) di Kota Tanjungpinang keterwakilan perempuan di legislatif pada Pemilu 2009 masih belum berhasil, diharapkan pada Pemilu 2014 caleg-caleg perempuan yang di usung oleh Partai mengalami peningkatan. Selain untuk memenuhi kuota 30% dari Undang-Undang yang telah di tetapkan, caleg-caleg perempuan ini diharapkan agar adanya perubahan tentang kebijakan-kebijakan khusus nya untuk kaum perempuan.

Pemilihan Umum pada 9 April 2014 Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang ini sendiri harus memiliki strategi dalam memenangkan caleg perempuan di tanjungpinang karena selama ini yang banyak berkuasa di kursi legislatif adalah kaum laki-laki. Strategi ini dilakukan agar terciptanya perubahan apabila yang menduduki kursi legislatif adalah kaum perempuan.

B. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui elektabilitas dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Kota Tanjungpinang pada Pemilihan Umum (pemilu) 2014 dalam memenangkan Calon Legislatif Perempuan. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dilatar belakang maka perumusan masalah yang dapat di tarik adalah **“Bagaimana Strategi Politik PPP kota Tanjungpinang dalam memenangkan Calon Legislatif perempuan pada pemilu 2014”?**

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu mempunyai orientasi atau tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi politik PPP dalam memenangkan Caleg Perempuan menghadapi pemilu 2014.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Subjektif, penelitian ini bermanfaat untuk melatih, meningkatkan dan mengembangkan kemampuan berfikir ilmiah, sistematis dan metodologi penulis dalam menyusun suatu wacana baru dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan.
2. Secara Akademis, penelitian bermanfaat sebagai karya tulis untuk menyelesaikan studi tingkat Sarjana di FISIP sekaligus menjadi referensi bagi perpustakaan Ilmu Pemerintahan dan kalangan yang tertarik untuk melakukan kajian penelitian dimasa yang akan datang dalam bidang ini.
3. Secara Praktis, hasil yang dituangkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menentukan strategi pemenangan.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan isi tetapi tidak berdasarkan akurasi statistik. Kata-kata yang disusun kedalam bentuk cerita atau peristiwa, mempunyai kesan yang lebih nyata, lebih hidup, penuh makna, dan sering kali jauh lebih baik meyakinkan pembaca, peneliti lainnya, pembuat kebijakan, dan

praktisi daripada halaman-halaman yang penuh dengan angka-angka (Ulber Silalahi, 2010).

2. Lokasi Penelitian

Dalam Penelitian ini berlokasi di wilayah kerja Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.

3. Jenis Data

Data jika digolongkan menurut asal sumbernya dapat dibagi menjadi dua:

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti (responden); dan
2. Data Sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh dari Lembaga atau Institusi tertentu, seperti Biro Pusat Statistik.

Untuk pengumpulan data-data tersebut terutama data Primer dengan menggunakan instrumen penelitian, yaitu Kuesioner dan *interview guide*. Kuesioner penelitian biasanya berisi tentang pertanyaan yang berstruktur dan jawaban yang diperoleh cenderung kurang begitu mendalam. Kuesioner tersebut dimaksudkan sebagai suatu daftar pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari para responden, yaitu orang yang memberi jawaban (Koentjaraningrat, 1977:173 dalam Bagong Suyanto dan Sutinah, 2008).

4. Informan

Informan adalah orang yang memberikan informasi (narasumber). Dalam hal ini kriteria informan penelitian ini adalah:

1. Kepala Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Persatuan Pembangunan (PPP) selaku pengurus cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) di kota Tanjungpinang.
2. Caleg perempuan dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang mengikuti pemilu 2014 selaku kandidat yang memiliki Strategi tertentu untuk menang pada Pemilu 2014.
3. Organisasi perempuan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang disebut dengan Wanita Persatuan Pembangunan (WPP) di kota Tanjungpinang untuk mengetahui tanggapan mereka tentang keikutsertaan perempuan dalam Pemilu.
4. Lajnah Pemenangan Pemilu (LP2) atau Lembaga Pemenangan Pemilu untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dalam memenangkan Caleg nya.

Tabel 1.4.
Data Informan

No	Informan	Jumlah
1.	Ketua DPC PPP	1
2.	Caleg Perempuan	1
3.	Organisasi Perempuan PPP (Wanita persatuan Pembangunan)	1
4.	Lajnah Pemenangan Pemilu (LP2)	3

Sumber: Data Olahan 2014

F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data ini adalah wawancara yaitu tanya jawab langsung dengan ketua Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang, Calon Legislatif Perempuan, Anggota Lajnah Pemenangan Pemilu (LP2), dan Anggota Organisasi Wanita PPP.

G. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif yaitu prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif, yaitu berupa lisan atau kata tertulis dari seorang subjek yang telah diamati dan memiliki karakteristik bahwa data yang diberikan merupakan data asli yang tidak diubah serta menggunakan cara yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

H. Landasan Teori

1. Political Marketing

Pada dasarnya *Political Marketing* adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu di dalam pikiran para pemilih. Serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih kontestan tertentu. Makna politis inilah yang menjadi output penting *Political Marketing* yang menentukan, pihak mana yang akan dicoblos para pemilih.

Menurut Cangara dalam Ahmad Aliyudin (2013) marketing politik adalah sebuah konsep baru yang begitu lama dikenal dalam kegiatan politik. ia merupakan

konsep yang diintroduksi dari penyebaran ide-ide sosial dibidang pembangunan dengan meniru cara-cara pemasaran komersial, tetapi orientasinya lebih banyak pada tatanan kesadaran, sikap dan perubahan perilaku untuk menerima hal-hal baru. Cara penyebaran seperti ini dilihat dari konteks dan orientasinya disebut “pemasaran sosial” yang secara substantif tidak jauh berbeda dengan istilah penyuluhan, sosialisasi, dan kampanye.

Menurut Firmanzah dalam Inco Hary Perdana (2012) mengatakan bahwa “penggunaan metode marketing dalam bidang politik dikenal sebagai pemasaran politik (Political Marketing).” Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa dalam masa semakin tingginya tingkat persaingan pada dunia politik sehingga diperlukan strategi tertentu untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. Seperti pada persaingan komersil, maka pada pemasaran politik juga terdapat produsen (pelaku politik), produk (produk politik: *Person, Party, Policy* melalui *Persentation* dan Konsumen (*electorate*).

Pemasaran politik menurut Adman Nursal adalah serangkaian aktifitas terencana, strategis tetapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada pemilih. Menurut Adman Nursal ada Sembilan elemen Political Marketing dalam strategi memenangkan pemilu diantaranya adalah :

1. *Positioning* (Posisi)
2. *Policy* (Kebijakan)
3. *Person* (Orang)

4. *Party* (Partai)
5. *Presentation* (Persentasi)
6. *Push Marketing* (Mendorong Pemasaran)
7. *Pull Marketing* (Menarik Pemasaran)
8. *Pass Marketing* (Lulus Pemasaran)
9. Polling

2. Strategi Politik

Strategi menurut Arnold Steinberg adalah rencana untuk tindakan. Penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya. Menurut Peter Schroder, untuk dapat menyerang lawan maka strategi lawan tersebut harus dikenali terlebih dahulu. Oleh karena itu, pengenalan atas pihak lawan sangatlah penting. Jika tidak, kita tidak akan dapat mengenali lawan. Penyerangan strategi lawan berarti secara terus menerus mengganggu jalannya pelaksanaan strategi lawan sehingga lawan tidak dapat merealisasikan strateginya.

Menurut Peter Schoder dalam Nielma Farida (2010) Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Contohnya adalah pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suatu struktur baru dalam administrasi pemerintahan atau dijalankannya program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi.

Sementara itu menurut Prihatmoko dalam Inda Nur Aminah (2014) menjelaskan bahwa strategi sebagai seni yang melibatkan kemampuan inteligensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Artinya strategi

menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Strategi politik adalah segala rencana dan tindakan untuk memperoleh kemenangan dan meraih kursi dalam Pemilu.

3. Partai Politik

Partai politik dalam pendefinisianya sangat berbeda-beda dalam yang dikemukakan oleh pakar. Menurut Lapalombara dan Myron Weiner dalam Efriza (2012) ada tiga teori yang mencoba menjelaskan asal usul partai politik. Pertama, teori kelembagaan yang melihat ada hubungan antara parlemen awal dan timbulnya parpol. Kedua, teori situasi historik yang melihat timbulnya parpol sebagai upaya suatu sistem politik untuk mengatasi krisis yang ditimbulkan dengan perubahan masyarakat secara luas. Ketiga, teori pembangunan yang melihat parpol sebagai produk modernisasi sosial ekonomi.

Pengertian dari sisi etimologis, yang dikemukakan oleh Jimly Asshiddiqie dalam Safa'at (2011) mengatakan bahwa partai berasal dari akar kata *part* yang berarti bagian atau golongan. Kata partai menunjuk pada golongan sebagai pengelompokan masyarakat berdasarkan kesamaan tertentu seperti tujuan, ideologi, agama, bahkan kepentingan. Pengelompokan itu bentuknya adalah organisasi secara umum, yang dapat dibedakan menurut wilayah aktifitasnya, seperti organisasi kemasyarakatan, organisasi keagamaan, organisasi kepemudaan, serta organisasi politik. Dalam perkembangannya, kata partai lebih banyak diasosiasikan untuk organisasi politik, yaitu organisasi masyarakat yang bergerak dibidang politik.

Menurut Markus Gunawan, Partai politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga Negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan Negara serta memelihara keutuhan NKRI berdasarkan Pancasila dan UUDN 1945.

Menurut Carl Friedrich juga mendefinisikan tentang partai politik dalam Elly M. Setiadi dan Usman Kolip (2013:277), memberi batasan partai politik sebagai sekelompok manusia yang terorganisasi secara stabil dengan tujuan untuk merebut atau mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan kekuasaan itu akan memberikan kegunaan materiel dan ideal kepada anggota-anggotanya. Sementara itu, Soltau memberikan definisi partai politik sebagai sekelompok warga Negara yang sedikit banyak terorganisasi, yang bertindak sebagai suatu kesatuan politik dan dengan memanfaatkan kekuasaannya untuk memilih, bertujuan untuk menguasai pemerintahan dan menjalankan kebijaksanaan umum mereka. Ada satu unsur yang kurang mendapat perhatian dari keduanya, yaitu ideologi atau nilai-nilai politik yang hendak diperjuangkan. Ideologi partai, selain berfungsi sebagai dasar dan tujuan partai, juga berfungsi sebagai identitas dan arena itu sebagai pemersatu partai politik yang bersangkutan. Hanya saja kadar ideologi suatu partai dengan partai lain mungkin berbeda-beda.

Berdasarkan uraian dari Carl Friedrich dan Soltau, maka dapat disimpulkan bahwa partai politik merupakan sekelompok anggota yang terorganisasi secara rapi dan stabil yang disatukan dan didorong oleh suatu ideologi tertentu, yang berusaha

mencari dan mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan lewat pemilihan umum guna melaksanakan kebijaksanaan umum yang mereka susun. Kebijaksanaan umum partai tersebut merupakan hasil pemaduan berbagai kepentingan yang hidup dalam masyarakat, sedangkan cara mencari dan mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan guna melaksanakan kebijaksanaan umum itu adalah lewat pemilihan umum.

I. Hasil Penelitian

Pemilihan Umum (Pemilu) sebagai sarana kedaulatan rakyat berfungsi mengatur pergantian kekuasaan di pusat dan daerah, serta membangun basis legitimasi politik yang kuat dan konstitusional. Pemilu sebagai media pendidikan politik rakyat dan upaya meningkatkan kualitas partai politik dalam menjalankan fungsinya. Oleh karena itu Pemilu 2014 adalah agenda strategis dalam konsolidasi demokrasi, untuk membangun sistem politik yang akan memperkuat fungsi dan peran kelembangaan politik nasional. Dengan sistem Pemilu Proporsional terbuka, diharapkan mampu melahirkan sistem keterwakilan yang memiliki kedekatan dengan konstituen dan rakyat terpilih.

Pemilihan Umum (Pemilu) bagi PPP merupakan sarana konsolidasi dalam rangka memantapkan posisi PPP sebagai partai islam yang demokratis, sehat, solid, dan mandiri, untuk memperjuangkan aspirasi umat islam. Dengan demikian, PPP akan memaksimalkan Pemilu 2014 untuk meningkatkan perolehan suara dan kursi di DPR, DPRD Provinsi, DPRD kabupaten/kota, dan ikut serta dalam pemerintahan yang akan datang.

Pada pembahasan ini, penulis akan menganalisa tentang strategi politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang dalam memenangkan Calon Legislatif perempuan pada Pemilihan Umum (Pemilu) legislatif 2014. Semua Calon Legislatif yang terlibat pada Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2014 memiliki strategi politik yang sama-sama kuat dalam memperebutkan kursi di Legislatif untuk memikat hati masyarakat disetiap Daerah Pemilihan (Dapil).

Dalam penganalisaan ini penulis menggunakan teori Adman Nursal yang terdiri atas Sembilan elemen *Political Marketing* dalam strategi memenangkan Pemilihan Umum (Pemilu) diantaranya adalah:

1. *Positioning* (Posisi)

Positioning adalah tindakan untuk menancapkan citra tertentu kedalam benak para pemilih agar tawaran produk politik dari suatu kontestan memiliki posisi khas, jelas, dan *meaningful*. *Positioning* yang efektif akan menunjukkan perbedaan nyata dan keunggulan sebuah kontestan dibandingkan dengan kontestan pesaing. *Positioning* secara tidak langsung juga mendefinisikan pesaing bahwa pesaing tidak dapat mewujudkan tawaran-tawaran tertentu sebaik pihak yang mencanangkan *Positioning* tersebut.

Dalam hal ini, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang menampilkan kandidat nya yang paling utama dari kader-kader partai yang sudah berpengalaman dan paham tentang Partai pengusungnya. Selain Kader partai yang dipilih kandidat juga memiliki pengalaman berorganisasi dan juga kualitas yang dimiliki oleh seorang kandidat. Kualitas kandidat ini dilihat dari pengetahuan umum

dan latar belakang pendidikan agar kandidat lebih memahami apa saja yang akan dilakukan olehnya ketika sudah memasuki kancah perpolitikan.

Posisi seorang kandidat sangat menentukan keberhasilan pada saat Pemilihan Umum (Pemilu) dalam hal ini, kandidat juga lebih mengetahui dimana sasaran utama pemilihnya untuk mendapatkan perolehan suara yang banyak. Kandidat perempuan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang dalam hal ini sasaran utamanya adalah pemilih perempuan. Dalam hal ini, Calon Legislatif perempuan dalam penyampaian program kerjanya akan terasa lebih nyaman karena pendengarnya sesama perempuan. Tidak hanya pemilih perempuan saja yang menjadi target untuk meraup suara sebanyak-banyaknya tetapi semua kalangan juga menjadi target sasaran dari seorang kandidat.

2. *Policy* (Kebijakan)

Kebijakan atau *Policy* terhadap isu tertentu merupakan salah satu substansi produk politik. *Policy* ditawarkan oleh sebuah kontestan pemilu untuk membawa masyarakat kepada kehidupan yang lebih baik. Itu juga berarti, *Policy* merupakan solusi dari berbagai persoalan yang dianggap sebagai biang yang menyebabkan kehidupan tidak atau belum membaik. Program yang ditawarkan oleh kandidat untuk memecahkan masalah kemasyarakatan berdasarkan isu-isu yang dianggap penting oleh para pemilih dan program yang diambil juga berdasarkan aspek kehidupan masyarakat, seperti aspek ekonomi, pendidikan sosial dan budaya.

Sebuah partai atau seseorang kandidat politik yang berpikir strategis akan mengelola dengan baik paket *Policy* yang akan ditawarkan dalam kampanye. *Policy*

yang ditawarkan oleh kandidat diharapkan bisa membawa perubahan yang lebih baik di lingkungan masyarakat dan tepat sasaran. Secara ideal, kebijakan yang dijabarkan dalam program kerja merupakan jualan utama kontestan dalam Pemilihan Umum (Pemilu). Pandangan ideal inilah yang menyebabkan sebagian politisi mengandalkan keunggulan kebijakan dalam kampanye-kampanye politik. Program-program yang ditawarkan oleh setiap kandidat pastinya berbeda-beda untuk menarik perhatian dari masyarakat.

Program-Program yang dijalankan oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang pada saat kampanye ini sasaran nya adalah ibu-ibu rumah tangga. Program-program yang ditawarkan oleh setiap kandidat memiliki tujuan tertentu terutama untuk kaum perempuan. Hal ini bertujuan untuk menjadikan perempuan-perempuan yang tidak mempunyai kesibukan diluar rumah menjadi kreatif dan berpenghasilan. Dengan diadakanya pelatihan-pelatihan ini kedepan nya diharapkan bisa bermanfaat bagi ibu-ibu rumah tangga dalam menjalankan usaha-usahanya.

3. *Person (Orang)*

Figur seorang kandidat berperan penting dalam mempengaruhi para pemilih pada saat Pemilihan Umum (Pemilu). Para pemilih biasanya lebih tertarik kepada figur yang telah mereka kenal dibandingkan dengan figur yang sama sekali belum pernah mereka kenal. Selain itu, kepopuleritasan seorang figur juga mempengaruhi terpilihnya seorang kandidat atau tidaknya di kancah perpolitikan. Bahkan masyarakat beranggapan siapa yang paling banyak berbuat dialah yang akan mereka

pilih pada saat Pemilihan Umum (Pemilu) berlangsung. Oleh sebab itu, semua kandidat yang ada bersaing dengan strategi masing-masing untuk bisa menarik perhatian dari pemilih.

Figur seorang kandidat terbagi atas 3 yaitu:

1. Kualitas Instrumental yaitu sebuah keahlian dasar yang dimiliki oleh kandidat. Kualitas ini dilihat dari kompetensi fungsional yaitu memiliki keahlian dibidang tertentu misalnya, hukum, keamanan, teknologi dan sebagainya. Jika dikaitkan dengan keterwakilan perempuan yang diusung oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang kandidat yang diusung juga memiliki Kualitas Instrumental. Dengan memiliki Kualitas Instrumental ini diharapkan bisa menjalankan program dengan baik untuk diterapkan dilingkungan masyarakat dan sukses melaksanakan tugasnya. Berdasarkan yang penulis dapatkan pada saat melakukan penelitian bahwa pada Kualitas Instrumental pada Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang Calon Legislatif perempuan ada yang memiliki keahlian tetapi tidak terlalu mendasar yang paling penting cara bersosialisasi seorang kandidat kepada masyarakat.

2. Faktor Simbolis yaitu dilihat dari aura sosial yang dimiliki oleh kandidat misalnya seorang kandidat merupakan representasi dari kaum muda, wong cilik, tokoh agama, dan lain-lain. Seseorang yang akan mencalonkan diri untuk menjadi Calon Legislatif menurut penulis sebagian besar adalah keinginan dari diri masing-masing dan tentunya atas dukungan dari berbagai pihak. Tetapi ada juga kandidat yang diusulkan ataupun di dukung dari pihak lain hal ini bisa saja dilihat dari

pengalaman dan latar belakang yang sudah dijalani oleh kandidat. Dalam hal ini, Calon Legislatif Perempuan dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) juga ada calon yang diajukan oleh masyarakat dan Organisasi Perempuan yaitu Wanita Persatuan Pembangunan (WPP). Calon legislatif perempuan yang diajukan oleh organisasi perempuan ada dua orang yaitu di Daerah Pemilihan (Dapil) Tanjungpinang barat dan Kota.

3. Fenotipe Optis yaitu penampakan visual dari seorang kandidat misalnya dilihat dari fisik, kesehatan dan gaya penampilan. Jika dikaitkan dengan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang berideologikan Islam jelas setiap kandidat perempuan mencerminkan perempuan-perempuan yang sesuai dengan kriteria ajaran Islam. Kandidat perempuan ini jika dilihat dari gaya penampilan pastinya lebih menutup aurat dan berjilbab sesuai dengan ajaran Islam. Gaya penampilan yang terlalu berlebihan juga tidak menjamin seorang kandidat tersebut bisa menarik perhatian para pemilih jika Akhlak yang ditonjolkan tidak ada.

4. *Party* (Partai)

Partai merupakan sebuah mesin politik dengan aneka kegiatan politik yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan atau ikut mengendalikan kekuasaan. Untuk memperoleh atau mengendalikan kekuasaan, partai berusaha merebut simpati para pemilih dengan menawarkan *Policy* dan *Person* yang diharapkan sesuai dengan aspirasi pemilih. Dengan demikian, partai dapat juga disebut sebuah Organisasi yang menghasilkan produk-produk politik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang pada Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2014 memberikan program-program kerja untuk menarik perhatian masyarakat. Adapun program-program yang dijalankan oleh partai dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada Calon Legislatif dan bersosialisasi dengan Ormas-Ormas Islam dan menjalankan program-program yang telah di agendakan.

Kegiatan-kegiatan yang diprogramkan oleh Partai ini bertujuan untuk menarik perhatian dari para pemilih agar masyarakat tertarik untuk memilih Calon Legislatif perempuan yang telah diusung oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang. Dengan diadakannya program-program yang dilakukan oleh partai masyarakat mempunyai harapan besar kepada Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang mengingat Partai ini berideologikan islam. Berdasarkan salah satu Prinsip perjuangannya yaitu Prinsip *Amar Ma'ruf Nahi Munkar* Partai Persatuan Pembangunan (PPP) mendasarkan perjuangan atas prinsip menyeru dan mendorong melaksanakan perbuatan yang baik serta mencegah segala perbuatan yang tercela (munkar).

5. *Presentation* (Persentasi)

Persentasi adalah penyajian produk politik yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Persentasi terbagi atas dua yaitu:

1. Simbol Akustik yaitu meliputi bagaimana nada, irama, dan warna bunyi yang diucapkan oleh kandidat ketika menyampaikan pesan-pesan politik kepada para pemilih. Berkaitan dengan Calon Legislatif Perempuan yang diusung oleh Partai

Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya hal utama dilakukan adalah memperkenalkan dirinya lebih utama dengan menyampaikan visi dan misinya dengan nada suara yang lemah lembut.

2. Simbol Ruang dan Waktu, Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap kandidat pada saat kampanye biasanya memilih waktu-waktu yang tepat untuk penyampaian visi dan misi untuk menjadi Calon Legislatif. Sebagaimana yang dilakukan oleh Calon Legislatif Perempuan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang yang menggunakan tempat-tempat tertentu dalam penyampaian pesan-pesan politik kepada masyarakat. Setiap kandidat pada saat menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat biasanya diadakan di rumah-rumah penduduk dan juga kegiatan ibu-ibu. Hal ini, bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi antara kandidat dengan para pemilih dalam situasi ini pula bisa dilakukan diskusi agar kandidat tahu apa saja yang diinginkan dan diharapkan oleh Masyarakat kedepannya.

6. Push Marketing (Mendorong Pemasaran)

Pendekatan *Push Marketing* pada dasarnya adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara yang lebih *costumized* (personal). Kandidat yang berbicara langsung akan memberikan efek yang berbeda dibandingkan melalui media massa. Dalam hal ini, Calon Legislatif perempuan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang lebih efektif menyampaikan program kerja dengan bertatap muka langsung untuk menarik perhatian massa. Pertemuan langsung antara kandidat dengan masyarakat dilakukan pada event-event tertentu misalnya seminar dan kegiatan lainnya.

7. Pull Marketing (Menarik Pemasaran)

Pendekatan *Pull Marketing* ini dilakukan menggunakan Media Massa dan juga adanya pemasangan baliho-baliho Calon Legislatif. Media Massa juga berperan aktif pada saat Pemilihan Umum (Pemilu) dengan Media seorang kandidat dapat memperkenalkan dirinya ke publik dengan Visi dan Misi untuk menjadi Calon Legislatif. Penggunaan Media Massa terbagi atas dua yaitu:

1. Penggunaan Iklan, Seorang kandidat selain mempromosikan langsung kepada masyarakat juga dibutuhkan peranan Media Massa didalamnya misalnya iklan. Iklan ini bisa mengkomunikasikan gagasan-gagasan dan produk-produk politik melalui Media Massa tertentu dengan memberikan bayaran kepada pihak media tersebut. Contoh iklan misalnya media elektronik, iklan layar lebar, brosur, poster, bendera, spanduk dan lain-lain. Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang selain Calon Legislatif turun langsung bertemu dengan masyarakat media massa juga berperan aktif pada Pemilihan Umum (Pemilu). Dengan menggunakan media massa para pemilih bisa melihat sosok Calon yang akan mereka pilih nantinya dan ini bisa membantu Caleg untuk mempromosikan dirinya lebih luas lagi.

2. Media Online, penggunaan Internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan di Masyarakat. Internet menjadi Media yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan baik anak muda maupun orang tua. Berkaitan dengan Pemilihan Umum (Pemilu), internet juga dilakukan kandidat perempuan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang untuk mempromosikan dirinya ke khalayak publik seperti menggunakan Facebook dan Twitter. Melalui Media ini kandidat

mengharapkan dukungan kepada Masyarakat yang aktif menggunakan Media Sosial tetapi tidak menjadikan Internet sebagai Media utama dalam memperkenalkan dirinya.

8. Pass Marketing (Lulus Pemasaran)

Political Marketing menjadi lebih kompleks karena adanya pihak-pihak baik perorangan maupun kelompok yang berpengaruh besar terhadap para pemilih. Didalam *Pass Marketing* terdiri dari dua kelompok yang berpengaruh besar terhadap pemilih diantaranya adalah *Influencer Aktif* dan *Influencer Pasif*. Pada *Influencer Aktif* perorangan ataupun kelompok yang melakukan kegiatan aktif untuk mempengaruhi para pemilih sedangkan *Influencer Pasif* Individu atau kelompok yang tidak mempengaruhi para pemilih secara aktif tapi menjadi rujukan para pemilih.

Berdasarkan penelitian penulis di Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang bahwa kandidat yang diusung melakukan aktifitas sendiri secara aktif untuk mempengaruhi para pemilih dan tidak ada kandidat yang tidak melakukan kegiatan apa-apa tetapi menjadi pilihan masyarakat.

9. Polling

Dalam sistem Pemilu yang demokratis, riset merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh sebuah kontestan yang ingin menerapkan *Political Marketing* dengan efektif. Dalam hal ini Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang melakukan riset terlebih dahulu untuk menetapkan seseorang untuk menjadi Calon Legislatif. Calon Legilstaif dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) diutamakan dari kader partai dan selebihnya dari Organisasi-Organisasi yang ada di masyarakat

tetapi dalam hal ini partai melakukan survei terlebih dahulu untuk mendapatkan Calon yang sesuai dengan harapan Partai.

J. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dan analisis yang penulis dapat dari hasil penelitian dengan pengurus Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Persatuan Pembangunan (PPP) beserta jajarannya di kota Tanjungpinang dalam menghadapi Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2014, bahwa dapat disimpulkan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) sangat mendukung keterlibatan perempuan di lembaga legislatif dan pengembangan program kesetaraan jender harus berlandaskan pada nilai-nilai islam dan kearifan lokal. Selain itu juga, keterwakilan perempuan yang di rekrut langsung oleh Partai pengusung yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan diharapkan agar dapat membawa perubahan sesuai dengan yang diharapkan dari masyarakat.

Pemilhan Umum (Pemilu) tahun 2014 Partai Persatuan Pembangunan (PPP) menggunakan strategi untuk memenangkan Calon Legislatif yang telah di usung oleh Partai. Adapun strategi yang penulis gunakan pada pembahasan ini adalah teori Strategi Memenangkan Pemilu oleh Adman Nursal yang terdiri dari 9 (Sembilan) elemen politik yaitu *Positioning, Policy, Person, Party, Presentation, Push Marketing, Pull Marketing, Pass Marketing, dan Polling.*

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang dalam memilih seorang kandidat dilihat dari kualitasnya hal ini bertujuan agar terciptanya kinerja yang baik oleh setiap kandidat di legislatif. kandidat yang dipilih diutamakan dari kader partai dan juga organisasi-organisasi yang ada di masyarakat. Dalam hal ini,

partai melakukan survei terlebih dahulu untuk mendapatkan Calon Legislatif yang sesuai dengan harapan partai.

Partai merupakan sebuah mesin politik dengan aneka kegiatan politik yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan atau ikut mengendalikan kekuasaan. Dalam hal ini, partai memberikan pemahaman tentang program-program yang akan dijalankan oleh Calon Legislatif. Adapun program-program yang dijalankan salah satunya mengadakan pelatihan-pelatihan yang bersangkutan dengan Industri Rumah Tangga yang bertujuan agar Ibu-Ibu Rumah Tangga bisa menghasilkan pendapatan sendiri.

Calon Legislatif perempuan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kota Tanjungpinang berperan aktif bersama-sama untuk merangkul pemilih pada saat Pemilihan Umum (Pemilu). Dalam hal ini, setiap Calon Legislatif mengadakan pertemuan langsung dengan masyarakat yang biasanya dilakukan di event-event tertentu. Selain itu, Media Massa juga berperan aktif dalam penyampaian program-program yang disampaikan oleh partai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Ali Safa'at, Muchamad, 2011, *Pembubaran Partai Politik*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Andrianus Pito, Toni,dkk., 2006, *Mengenal teori-teori politik*, Bandung: Nuansa
- Azis, Asmaeny, 2013, *Perempuan di Persimpangan Parlemen*, Yogyakarta: Rangkang Education
- Budiardjo, Miriam, 2009, *Dasar-dasar ilmu politik*, Jakarta: Gramedia pustaka utama
- Chumaidy, Chozin, 2011, *Bangkitlah Partaiku Ideologi, strategi, dan kepemimpinan PPP*, Jakarta: Pustaka Indonesia Satu
- Efriza, 2012, *Political Explore*, Bandung: Alfabeta,
- Firmanzah, 2008, *Marketing Politik*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Gunawan, Markus, 2008, *Buku Pintar Calon Anggota & Anggota Legislatif (DPR, DPRD, & DPD)*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Nursal, Adman, 2004, *Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: PT Gramedia,
- Setiadi Elly, Kolip Usman, 2013, *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta: Prenadamedia,
- Silalahi, Ulber, *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Suganto, Bagong, Sutinah, 2008, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Prenada Media Group

Jurnal, Internet dan Sumber Lainnya

- Aliyudin, Ahmad, 2013, Political Marketing Partai Nasdem Menuju Pemilu 2014 (Strategi DPW Partai Nasdem Kaltim Dalam Mencitrakan Diri Sebagai Partai Gerakan Perubahan)
- Farida, Nielma, 2010, Strategi Politik Caleg Dalam Pemilu 2009 (studi Kasus Tentang Kemenangan Caleg PKB di Dapil 1 Kabupaten Sidoarjo)
- Hary Perdana, Inco, Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014 (studi kasus strategi kemenangan Partai Nasdem)
- Nur Aminah, Inda, 2014, Strategi Politik Calon Legislatif Incumbent Pada Pemilu 2014 (studi kasus pemanfaatan program peningkatan produksi beras Nasional di Kabupaten Jeneponto)
- Ketetapan Muktamar VII Partai Persatuan Pembangunan (PPP) tentang ADART Susunan Pengurus DPP PPP Masa Bakti 2011-2015
- Ketetapan Muktamar VII Partai Persatuan Pembangunan (PPP) tentang ADART PPP, khittah & program perjuangan PPP, Rekomendasi Muktamar VII PPP, susunan Pengurus DPP PPP masa bakti 2011-2015, Ikrar Pengurus PPP
- Modul kaderisasi Partai Persatuan Pembangunan (PPP)

www.tanjungpinangpos.co.id diakses pada tanggal 31 januari 2014 (10:39)
<http://kepri.antarnews.com> diakses pada tanggal 4 februari 2014 (10:49)
<http://dprdtanjungpinangkota.go.id> diakses pada tanggal 6 februari 2014 (16:15)
www.antarnews.com diakses pada tanggal 23 April 2014 (12:13)

Perundang-Undangan

Undang-undang pemilu dan partai politik 2008

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2012 tentang pemilihan umum anggota DPR, DPD, dan DPRD