

**Kaderisasi Parpol Pdi Perjuangan Untuk Membentuk Personal Brandin Menjelang
Pemilu 2024, Di Kota Probolinggo
(Studi Pada Kantor DPC PDI Perjuangan Kota Probolinggo)**

Siti Marwiyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Panca Marga Probolinggo
sitimarwiyah@upm.id.ic

Nourma Ulva K.D

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Panca Marga Probolinggo
nourmaulva@upm.ic.id

Elok Hanifah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Panca Marga Probolinggo
hanifahelok881@gmail.com

Article's History:

Received 18 August 2024; Received in revised form 24 August 2024; Accepted 29 September 2024; Published 1 December 2024. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Marwiyah, S., Ulva K.D, N., & Hanifah, E. (2024). Kaderisasi Parpol Pdi Perjuangan Untuk Membentuk Personal Brandin Menjelang Pemilu 2024, Di Kota Probolinggo (Studi Pada Kantor DPC PDI Perjuangan Kota Probolinggo). JEMSI (*Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*). JEMSI (*Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*), 10 (6). 3120-3133. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i6.3247>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kaderisasi parpol PDI Perjuangan ini membentuk personal branding para kader PDI Perjuangan menjelang pemilu 2024, di kota Probolinggo. Berdasarkan temuan peneliti di lokasi penelitian, dapat disimpulkan bahwa kaderisasi yang dilakukan oleh parpol PDI Perjuangan adalah sebagai manifestasi untuk membentuk personal branding para kader PDI Perjuangan menjelang Pemilu 2024 di kota Probolinggoyang. Kegiatan ini dilakukan oleh DPC PDI Perjuangan kota Probolinggo yang melibatkan Badan Pendidikan dan Pelatihan (Badiklat) DPD PDI Perjuangan Jawa Timur sebagai pelaksana untuk wilayah DPC PDI Perjuangan se-Jatim. Kegiatan ini dilakukan ungtuk mempersiapkan para kader-kader PDI Perjuangan agar secara sumberdayanya meningkat dan secara personal branding terbentuk sehingga memiliki value, memiliki ciri khas tersendiri, atau citra positif sehingga dipilih oleh masyarakat sehingga menjadi pemenang pemilu 2024 di kota Probolinggo. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus yang dilakukan secara intensif danterinci terhadap Kaderisasi PDI Perjuangan untuk membentuk

personal branding menjelang pemilu 2024, di kota Probolinggodi. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah (1) Tahap Memasuki Lokasi Penelitian (getting in), (2) Tahap ketika berada di lokasi Penelitian (getting along), (3) Tahap Pengumpulan Data (logging the data) dalam tahap ini menggunakan dua tahap pengumpulan data yaitu (1) Wawancara Mendalam (in-depth interview), (2) Studi Dokumentasi.

Kata Kunci: Kaderisasi PDI Perjuangan, Personal Branding, Pemilu

Pendahuluan

Partai politik sebagai salah satu pilar demokrasi memiliki peran yang sangat vital, salah satunya adalah mempersiapkan pemimpin nasional. Atas dasar tersebut, partai politik sangat dituntut untuk memiliki mekanisme kaderisasi yang baik.

Kaderisasi merupakan bentuk upaya-upaya mendukung terbentuknya integritas kepribadian dan kemampuan untuk mengerakkan orang lain secara intensif sehingga dapat mempersiapkannya untuk menjadi pemimpin di masa depan. Fungsi dari kaderisasi ini juga dapat mempersiapkan atau mencetak calon-calon yang siap melanjutkan tongkat estafet perjuangan sebuah organisasi untuk menjadi pemimpin di masa depan yang siap dalam menjalankan organisasinya. Maka dari proses kaderisasi ini dapat melahirkan seorang kader, sehingga tak dapat dipungkiri bahwa kaderisasi adalah nyawa dari organisasi.

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) sebagai salah satu partai besar di Indonesia (partai politik pemenang Pemilu tahun 1999 dan Pemilu 2014). PDI Perjuangan dipandang memiliki cara dan sistem dalam melakukan rekrutmen dan kaderisasi partai politik yang baik, hal tersebut ditandai dengan terbitnya aturan khusus tentang kaderisasi yang tertuang dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Partai PDI Perjuangan pasal 87 tentang sistem kaderisasi, tentang Kader Partai dan Kaderisasi Partai. Berdasarkan pedoman tersebut, sistem kaderisasi terdiri dari :

a. Kaderisasi Berjenjang

- 1) Kaderisasi Kader Pratama
- 2) Kaderisasi Tingkat Madya
- 3) Kaderisasi Tingkat Utama

b. Sekolah Partai dan Sekolah Kader Partai

Sekolah Partai dan Sekolah Kader Partai adalah pendidikan kader yang bersifat khusus, yangdidirikan hanya ditingkat pusat dan dikelola langsung oleh DPP Partai.

- 1) Sekolah Partai ditujukan untuk :

- (a) Anggota Partai;
- (b) Kader Partai;
- (c) Calon Menteri;
- (d) Calon Anggota DPR, DPD dan DPRD;
- (e) Calon Kepala dan Wakil Kepala Daerah; dan
- (f) Calon pejabat politik dan calon pejabat publik lainnya.

- 2) Sekolah Kader Partai adalah pendidikan kader lanjutan ditujukan kepada Kader Partai yang bertujuan untuk :

- (a) Membentuk kader Partai yang memiliki kesadaran, ideologi, organisasi, politik, dan kesadaran lingkungan, serta pemahaman terhadap aspek-aspek sosial ekonomi kemasyarakatan;
- (b) Mendidik, mencerdaskan, dan menyiapkan calon pemimpin Partai, bangsa, dan negara; dan
- (c) Menanamkan ajaran-ajaran Bung Karno.

Melihat pada sistem kaderisasi tersebut, peneliti memandang bahwa PDI Perjuangan memiliki infrastruktur kaderisasi yang baik. Hal ini tentu akan berdampak terhadap terbentuknya personal branding dari para kader-kader PDI Perjuangan di kota Probolinggo pada khususnya karena peneliti melakukan penelitiannya di kantor DPC PDI Perjuangan kota Probolinggo. Dalam hal ini PDI Perjuangan melakukan kaderisasi sehingga terbentuknya personal branding tersebut yang diorientasikan sebagai bentuk alat marketing politik menjelang Pemilu 2024, dan karena lokasi penelitiannya di kota Probolinggo tentu juga menyesuaikan bagaimana karakter dari masyarakatnya.

Hubungan personal branding dengan partai politik adalah sangat berkaitan erat sekali, dimana dalam politik sangat diperlukan sekali personal branding yakni sebagai alat kampanye atau alat marketing politik yang tujuannya seseorang akan terkesan dan mengingat orang tersebut. Yang kemudian hal ini juga nantinya berkaitan dengan komunikasi serta marketing politik yang mana adalah sebagai alat kampanye untuk memenangkan pemilu 2024 di kota Probolinggo.

Kaderisasi Parpol PDI perjuangan adalah bagian dari tahapan kaderisasi yang dilakukan oleh PDI Perjuangan mengandung misi partai yaitu: sebagai ajang Pendidikan politik untuk membentuk personal branding para kadernya serta untuk mempertahankan eksistensi partai dalam upaya memenangkan atau mempertahankan kekuasaan pada setiap pemilu, dan fokus pada kemenangan pemilu 2024, di kota Probolinggo.

Studi Pustaka

Partai politik adalah suatu kelompok yang mengikuti pemilihan umum dan, melalui pemilihan umum itu, mampu menempatkan calon-calonnya untuk menduduki jabatan-

jabatan publik (Sukarna, 2008). Kemudian menurut Budiarjo (2008), partai politik adalah organisasi dari aktifitas-aktifitas politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat melalui persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa partai politik adalah organisasi yang mempunyai fungsi sebagai penyalur artikulasi dan agregasi kepentingan publik yang paling mapan dalam sebuah sistem politik modern. Secara sederhana partai politik merupakan representation of ideas yang harus ada dalam kehidupan politik modern yang demokrasi. Partai politik sebagai suatu organisasi yang berorientasi pada representation of ideas secara ideal dimaksudkan untuk mewakili kepentingan-kepentingan warga, memberikan jalan kompromi bagi pendapat atau tuntutan yang saling bersaing, serta menyediakan ruang bagi suksesi kepemimpinan politik secara damai dan legitimasi.

Koirudin (2004) mendefinisikan kaderisasi sebagai proses penyiapan Sumber Daya Manusia (SDM) agar kelak mereka menjadi pemimpin yang mampu membangun peran dan fungsi orang secara lebih bagus. Dalam pengkaderan terdapat dua persoalan penting, yaitu

- c. Bagaimana usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi untuk peningkatan kemampuan baik keterampilan maupun pengetahuan. Hal ini berkaitan dengan kemampuan para pengurusnya memfasilitasi pengadaan pendidikan dan pelatihan secara intensif di bidang-bidang tertentu terhadap kader-kadernya. Ini semua harus dilakukan pada semua tingkatan kepengurusan partai.
- d. Kemampuan untuk menyediakan stok kader atau SDM organisasi, terutama pada kaum muda. Kaum muda akan menjadi sasaran yang efektif untuk menjadi sasaran pengkaderan untuk dijadikan terdidik dan berkualitas.

Proses kaderisasi yang diwujudkan dalam bentuk pendidikan politik yang dilakukan oleh partai politik merupakan suatu pembinaan terhadap seseorang yang bertujuan agar seseorang itu memahami nilai-nilai yang terkandung dalam sistem politik yang ideal yang hendak dibangun, hal ini tentu yang orientasinya adalah terbentuknya personal branding para kader PDI Perjuangan, dan hal ini adalah sebagai salah satu ajang strategi untuk persiapan menjelang pemilu 2024 di kota Probolinggo.

Pendidikan politik yang dilakukan oleh partai politik dipahami sebagai suatu perbuatan yang dilakukan dengan sengaja dalam rangka memberi pelatihan serta bimbingan untuk mengembangkan potensi diri yang dimiliki seseorang, yang meliputi aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psikomotor. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Suryani (2018) bahwa substansi pendidikan politik meliputi; Pertama, pengetahuan yang terdiri dari pengalaman professional dan pengetahuan praktikal. Kedua, keterampilan yang terdiri dari keterampilan intelaktual, keterampilan tindakan, keterampilan komunikasi. Ketiga, sikap dan nilai-nilai prosedural, kaderisasi yang dilakukan oleh partai politik yang tercermin dalam pendidikan politiknya merupakan suatu usaha sadar yang dilakukan dengan sengaja oleh partai politik dalam rangka melakukan regenerasi dengan baik, terwujudnya personal branding yang sesuai harapan.

Metodologi Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus yang dilakukan secara intensif dan terinci terhadap Kaderisasi PDI Perjuangan di DPC PDI

Perjuangan kota Probolinggo . Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah (1) Tahap Memasuki Lokasi Penelitian (getting in), (2) Tahap ketika berada dilokasi Penelitian (getting along), (3) Tahap Pengumpulan Data (logging the data) dalam tahap ini menggunakan dua tahap pengumpulan data yaitu (1) Wawancara Mendalam (in-dept interview), (2) Studi Dokumentasi.

Hasil dan Pembahasan

Ibu Megawati Soekarnoputri dalam Pidato Pembukaan Kongres III PDI Perjuangan tegas menyatakan, "... perjuangan tidak akan pernah sampai ke akhir tujuannya hanya dengan ideologi. Perjuangan takkan pernah mencapai terminalnya hanya dengan retorika belaka. Untuk bisa bekerja efektif, ideologi membutuhkan kader. Ideologi membutuhkan pemimpin, Ideologi membutuhkan aturanbermain. Ideologi membutuhkan kebijakan. Ideologi membutuhkan program yang merakyat. Ideologi membutuhkan sumber daya".

Kader adalah sumber daya penting; semua kader dituntut siap dan mampu menjadi kader militer, yaitu:

- e. Kader dengan kualitas baru;
- f. Kader yang mampu mengubah diri;
- g. Kader yang melengkapi diri dengan senjata ideologi, disertai kesadaran politik yang tinggi dan keterampilan organisasi yang baik, serta komitmen yang terjaga, terutama untuk bekerja di tengah massa;
- h. Kader yang dapat dengan jernih membedakan antara kepentingan pribadi dan kepentingan orang banyak, kepentingan partai, bangsa dan negara;
- i. Kader yang mengedepankan kepentingan jangka panjang, khususnya untuk memperkuat basis dan memperhebat kerja-kerja partai di tengah rakyat.

Secara teknis pelaksanaan Kaderisasi PDI Perjuangan dikelola oleh sebuah badan yang khusus mengelola kaderisasi yaitu Badan Pendidikan dan Pelatihan (Badiklat). Badiklat adalah sebuah badan yang melakukan riset pada bidang kaderisasi dan melaksanakan kegiatan-kegiatan pengembangan serta peningkatan sumberdaya manusia di PDI Perjuangan.

Sesuai dengan fokus penelitian ini, maka peneliti melakukan pendalaman materi penelitian pada DPC PDI Perjuangan kota Probolinggo, antara lain adalah kaderisasi yang bertujuan untuk membentuk personal branding yang dilakukan menjelang pemilu 2024 di mkota Probolinggo.

Dan kemudian definisi serta penjabaran yang kaitannya dengan judul penelitian dengan beberapa faktor untuk mengetahui bagaimanaa dan apa saja hal-hal yang sangat kompleks personel branding parpol PDI Perjuangan menjelang pemilu 2024, di kota Probolinggo. Dan dalam hal ini peneliti menjelaskan juga bagaimana peran kader PDI Perjuangan sebagai partai pelopor pro wong cilik yang nantinya memberikan manfaat baik sebagai manifestasi representatif masyarakat juga sekaligus kekuatan partai sebagai bentuk untuk menjadi pemenang pemilu di tahun 2024.

Menurut teori Plato yang merupakan seorang filsafat politik dari Yunani, yang menjelaskan teori ide adalah bahwa pengetahuan, proses, dan hasil merupakan sebuah garis lurus yang mana ketiganya merupakan satu kesatuan yang utuh dalam sebuah sistem yang komprehensif, yang juga Plato menjelaskan dalam bukunya bahwa politik yang digerakkan oleh manusia dengan 3 bagian yaitu yang pertama adalah akal, ide, pikiran atau strategi, kemudian yang kedua dengan memiliki akal, ide, strategi sehingga memunculkan keberanian, semangat, yang akhirnya mengkerucut pada sebuah nafsu atau kekuasaan. Jadi

politik di sini bagaimana secara personalitinya menggunakan akal, ide, strategi untuk bisa mempengaruhi orang lain hingga muncul semangat demi mencapai sebuah cita-cita kesuksesan, kemenangan, kekuasaan. Dan terkait personal branding ini juga terdapat pada logo banteng yang menjadi *icon* partai PDI Perjuangan, yang tentu dimana logo Banteng tersebut memiliki makna masing-masing yang menggambarkan bagaimana seorang kader, atau kandidat yang dicalonkan baik dalam pemilu legislatif, pemilukada, ataupun presiden dalam hal sebagai bentuk peran personal brandingnya yang memiliki kebermanfaatan terhadap masyarakat sebagai bentuk pengabdian yang sesuai dengan ajaran pemikiran bung Karno.

Sesuai dengan lokasi peneliti di kota Probolinggo sendiri PDI Perjuangan memiliki kantor cabang sendiri yang disebut dengan kantor DPC (Dewan Pimpinan Cabang), yang beralamatkan di Jl. Brantas No. 11 kota Probolinggo.

Di dalam struktural DPC (Dewan Pimpinan Cabang) partai politik PDI Perjuangan kota Probolinngo memiliki 13 anggota yang terdiri dari Ketua, Sekretaris, Bendahara, dan wakil ketua-ketua bidang. Kemudian pada setiap Kecamatan yang disebut dengan PAC (Pimpinan Anak Cabang), terdapat 5 PAC yang mewakili tingkat kecamatan yang ada di kota Probolinggo, yang terdiri dari kecamatan Mayangan, kecamatan Kedupok, kecamatan Wonoasih, kecamatan Kanigaran, kecamatan Kademangan.

Selain PAC, Partai PDI Perjuangan kota Probolinggo juga memiliki structural partai dibawahnya, yakni tingkat kelurahan, yaitu Ranting di setiap kelurahan yang ada di kota Probolinggo, terdapat 29 Ranting yang merupakan perwakilan dari masing-masing kelurahan se-kota Probolinggo, dan dibawahnya lagi terdapat anak ranting yaitu tingkat RT/RW yang mana terdapat kurang lebih sekitar 600 anak ranting yang ada di setiap

RT/RW di tiap kelurahan se-kota Probolinggo.

Partai PDI Perjuangan kota Probolinggo dengan melihat perkembangan anggota partai yang semakin dinamis dengan ditandainya peran serta para kader-kadernya yang mengimplementasikan tujuan partai yaitu sesuai dengan AD/ART Partai pasal 7, dalam hal ini Partai mempunyai tujuan umum yang dikorelasikan dengan pelayanan terhadap masyarakat, mewujudkan cita proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945 sebagaimana dimaksud dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945 dalam bentuk mewujudkan masyarakat adil dan Makmur dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia yang bersemboyan Bhinneka Tunggal Ika.

Implementasi yang dilakukan oleh para kader PDI Perjuangan kota Probolinggo tentunya adalah sebagai bentuk bagaimana peran personal branding partai ini dan juga sekaligus sebagai manifestasi *representative* masyarakat, yang mana hal ini merupakan bagaimana pengabdian terhadap masyarakat, hadir di tengah-tengah masyarakat, yang tentunya juga sesuai dengan jargon partai PDI Perjuangan, "Pro wong cilik". Menjelang pemilu tahun 2024, para kader PDI Perjuangan berperan aktif untuk memperjuangkan rakyat kecil, hadir untuk masyarakat kota Probolinggo di dalam setiap segmen. Partai PDI Perjuangan memiliki power bagaimana untuk bisa menjadi *patron client* bagi setiap masyarakat.

Semua instrument ini tidak lepas dari Namanya marketing dan komunikasi politik, Strategi pemasaran politik yang dimaksud dalam penelitian ini mengadopsi teori Adman Nursal (2004: 295- 298). yang mengemukakan bahwa pada dasarnya pendekatan pemasaran politik (*political marketing*), dikembangkan dengan sembilan model yang disebut dengan 9P: *positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing*,

pass marketing dan *polling*. Untuk mempersempit kajian maka dalam penelitian ini hanya akan dibahas tigastrategi yaitu sebagai berikut:

a. Push marketing

Push marketing adalah penyampaian produk politik secara langsung kepada para pemilih. Produk politik tersebut berupa kandidat yang mencalonkan diri pada suatu pemilihan umum dan kandidat itu sendiri. Strategi push marketing dilakukan oleh dengan kegiatan kampanye politik secara langsung seperti pertemuan atau konsolidasi dengan masyarakat, kegiatan-kegiatan kemasyarakatan dan baktisosial.

b. Pull marketing

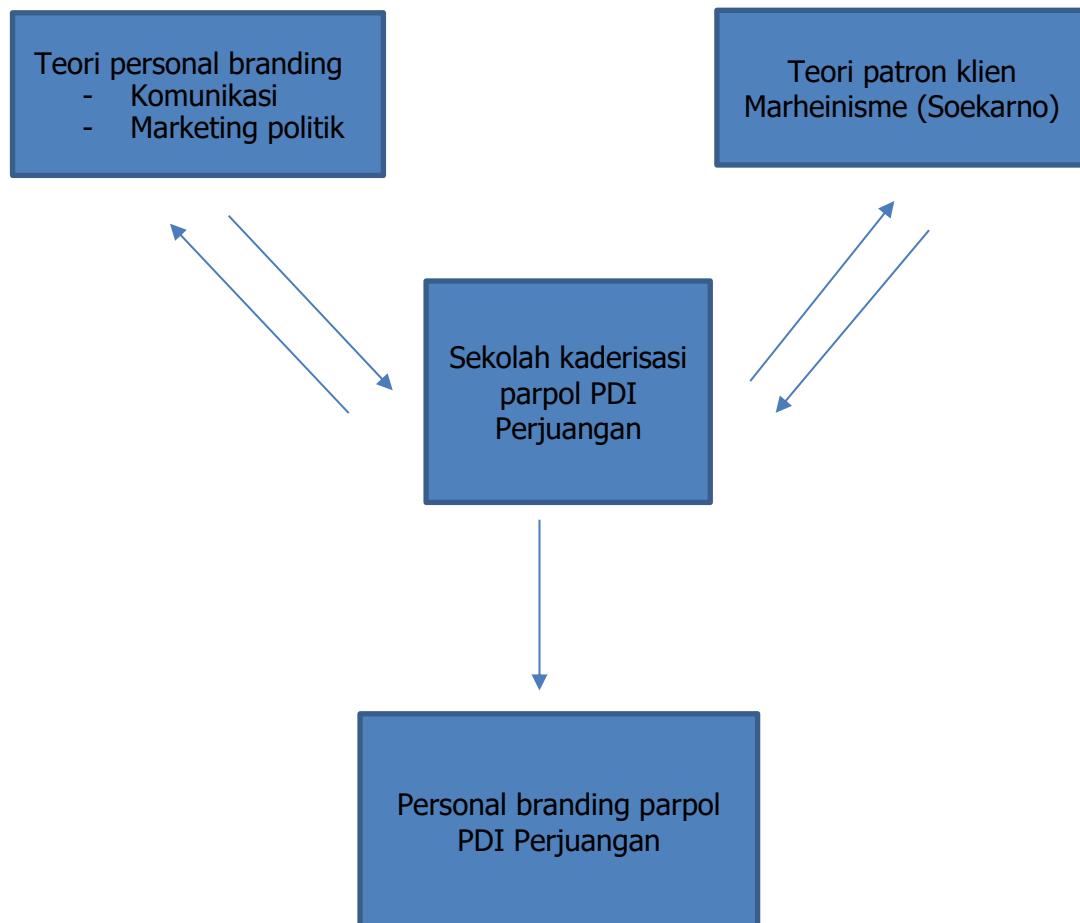
Pull marketing adalah penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media massa. Media massa dalam aktivitas pemasaran politik memegang peranan yang sangat penting dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan kandidat kepada masyarakat luas. Selain itu melalui media massa, kandidat dapat menyebarluaskan visi, misi dan program mereka kepada calon pemilih. Strategi pull marketeing dilakukan dengan kampanye politik menggunakan media cetak (surat kabar) maupun media elektronik (television dan radio).

c. Pass marketing

Pass marketing adalah penyampaian produk politik kepada influencer group atau pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat. Berbagai pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat memiliki nilai strategis bagi kandidat, sebab

dengan adanya daya pengaruh, para tokoh tersebut dapat meneruskan pesan-pesan politik yang disampaikan kandidat kepada masyarakat atau komunitasnya. Strategi pass marketing dilakukan dengan menjalin hubungan politik dengan para tokoh agama, tokoh masyarakat dan tokoh pemuda. Dalam hal ini kandidat dapat membuat kontrak/perjanjian politik dengan para tokoh tersebut sebagai suatu ikatan yang kuat, agar ketika kandidat yang dipasarkan memperoleh kemenangan, maka para tokoh tersebut dapat menuntut janji-janji politik yang dituangkan dalam kontrak, untuk kepentingan masyarakat di mana para tokoh tersebut berdomisili.

Dari penjabaran di atas peneliti dapat menjelaskan gambaran dari proses representasi ide kaderisasi parpol PDI Perjuangan untuk membentuk personal branding menjelang pemilu 2024 di kota Probolinggo sebagai berikut:



Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Pelaksanaan kaderisasi Parpol PDI Perjuangan di Kota Probolinggo secara keseluruhan adalah sebagai upaya terbentuknya personal branding untuk mempersiapkan pesta demokrasi yang nantinya dilaksanakan pada pemilu 2024. Hal ini ditandai dengan terlaksananya kaderisasi yang sesuai dengan AD/ART parpol PDI Perjuangan khususnya di DPC PDI Perjuangan kota Probolinggo sudah mempersiapkan para kader-kadernya untuk nantinya dicalonkan menjadi anggota legislative, maupun eksekutif.
 - Dengan kaderisasi ini para kader akan terbentuk personal branding yang sesuai dengan pemikiran ajaran bung Karno, yang mana peduli terhadap rakyat kecil, "pro wong cilik" yang ini juga merupakan jargon dari parpol PDI Perjuangan, tentu hal ini sebagai representasi parpol PDI Perjuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945.
-

Daftar Pustaka

- Budiarjo, M. (2008). Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Harun, R. (2006). Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar. Bandung: Mandar Maju.
- Koirudin. (2004). Partai Politik dan Agenda Transisi Demokrasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sukarna. (2008). Sistem Politik. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Suryani, Y. (2018). Sistem Politik Indonesia : Kritik dan Solusi Sistem Politik Efektif. Bandung: BumiAksara.

- Daniel, Rohi. (2022). Pendidikan Kader PDI Perjuangan. Surabaya: Buku Kader
- Dewi, H. (2017). Kepribadian dan Komunikasi membentuk Personal Branding di dunia Politik. Tarumanegara:
- AD ART PDIP 2019