



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

Tesis S2 Rakhmat Ghozi

Author(s) Coordinator

Magister ManajemenSigit Hermawan

Organizational unit

FBHIS

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.

**9275**

Length in words

71800

Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		1
Spreads		0
Micro spaces		9
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		31

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	The Empty Box Phenomenon in the 2024 Regional Elections Rahmah Mila Arastasya,Dedi Mulyadi, Lananda Ardelia, Baidhowi Nayla Ratu, Pusfa Januwati, Simbolon Cindy Claudia;	35 0.38 %
2	Peran Perempuan dalam Kesetaraan Gender di Partai Politik (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan) Elly Warnisyah Harahap,Adinda Tasya Azzahra Hasibuan;	34 0.37 %
3	http://scholar.unand.ac.id/472436/6/daftar%20pustaka.pdf	32 0.35 %

4	http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3588105&val=31133&title=Peran%20Partai%20Politik%20dalam%20Pendidikan%20Politik%20Masyarakat	28 0.30 %
5	https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/eksekusi/article/view/14388	27 0.29 %
6	STRATEGI KOMUNIKASI PARTAI POLITIK PDIP SUMUT DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2024 Mansyur Situmorang, Ginting Emmelia A, Irene Silviani;	27 0.29 %
7	https://www.slideshare.net/slideshow/laporan-keuangan-umkm-di-kabupaten-sidoarjo/270305017	25 0.27 %
8	https://scialert.net/fulltext/?doi=ajm.2024.1.13	24 0.26 %
9	https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/download/8679/4024	23 0.25 %
10	https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science/article/abs/does-immigration-produce-a-public-backlash-or-public-acceptance-timeseries-crosssectional-evidence-from-thirty-european-democracies/B70F93D5CAB9E6DF5935724EBBD5126B	20 0.22 %

from RefBooks database (2.08 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	STRATEGI KOMUNIKASI PARTAI POLITIK PDIP SUMUT DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2024 Mansyur Situmorang, Ginting Emmelia A, Irene Silviani;	92 (7) 0.99 %
2	The Empty Box Phenomenon in the 2024 Regional Elections Rahmah Mila Arastasya,Dedi Mulyadi, Lananda Ardelia, Baidhowi Nayla Ratu, Pusfa Januwati, Simbolon Cindy Claudia;	35 (1) 0.38 %
3	Peran Perempuan dalam Kesetaraan Gender di Partai Politik (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan) Elly Warnisyah Harahap,Adinda Tasya Azzahra Hasibuan;	34 (1) 0.37 %
4	Optimasi Media Sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Hanifah Fauzziyah, Isnani Dzuhrina;	12 (1) 0.13 %
5	Prabowo Gibran's Local Language Campaign On The Tiktok Account Fillixpratama Rozi Fakhrur,Wiratno Esa Prasetyo;	10 (1) 0.11 %
6	Eksplorasi Etnomatematika pada Tradisi Saprahan Etnis Melayu Sambas dan Pengintegrasianya dalam Pembelajaran Matematika Sekolah Dasar Bistari Bistari,Metha Oktapiani, Salimi Asmayani;	10 (1) 0.11 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
from the Database Exchange Program (0.29 %)		
NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	Van Likes naar Stemmen: De Invloed van Sociale Media Marketing op Jongeren 8/14/2025 Universiteit Gent (Plato)	16 (1) 0.17 %
2	Schaffers-PAPER.pdf 2/2/2024 Universiteit Gent (Ufora)	11 (1) 0.12 %

from the Internet (3.80 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	http://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2020/QAS_Vol.21_No.175_Apr.2020.pdf#page=145	40 (4) 0.43 %
2	http://scholar.unand.ac.id/472436/6/daftar%20puptaka.pdf	32 (1) 0.35 %
3	http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3588105&val=31133&title=Peran%20Partai%20Politik%20dalam%20Pendidikan%20Politik%20Masyarakat	28 (1) 0.30 %
4	https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/eksekusi/article/view/14388	27 (1) 0.29 %
5	https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10024797/	26 (2) 0.28 %
6	https://www.uu.nl/staff/FHBBiermann/Publications	25 (3) 0.27 %
7	https://www.slideshare.net/slideshow/laporan-keuangan-umkm-di-kabupaten-sidoarjo/270305017	25 (1) 0.27 %
8	https://scialert.net/fulltext/?doi=ajm.2024.1.13	24 (1) 0.26 %
9	https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/download/8679/4024	23 (1) 0.25 %
10	https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science/article/abs/does-immigration-produce-a-public-backlash-or-public-acceptance-timeseries-crosssectional-evidence-from-thirty-european-democracies/B70F93D5CAB9E6DF5935724EBBD5126B	20 (1) 0.22 %
11	http://repository.unmuhamember.ac.id/19184/2/BAB%20I.pdf	19 (3) 0.20 %
12	http://repository.ub.ac.id/id/eprint/144317/1/BAB_III.pdf	18 (1) 0.19 %
13	https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science/article/abs/political-trust-and-support-for-immigration-in-the-american-mass-public/1118374133FDD8535D2061836F28A7C2	15 (1) 0.16 %
14	https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/38814/1/15340093_BAB-I_BAB-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf	14 (2) 0.15 %
15	http://repository.jainkudus.ac.id/5234/6/6.%20BAB%20III.pdf	6 (1) 0.06 %
16	http://digilib.uinsa.ac.id/32389/	5 (1) 0.05 %
17	http://repository.unwira.ac.id/16156/4/BAB%20III.pdf	5 (1) 0.05 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
	Human Resource Development and Winning Strategy for Political Parties in the 2024 Election to Support the 16th Sustainable Development Goal [Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemenangan Partai Politik dalam Pemilu 2024 untuk Mendukung Sustainable Development Goals ke-16]	

Rakhmat Ghozi1), Sigit Hermawan *,2)

1)Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: sigithermawan@umsida.ac.id

Page | 1

2 | Page

Page | 3

I. Pendahuluan

1. Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia merupakan momen strategis dalam memperkuat demokrasi sekaligus mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-16 yang menekankan pada pentingnya perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang tangguh . Partai politik sebagai pilar utama demokrasi memainkan peran vital tidak hanya dalam memenangkan kontestasi elektoral, tetapi juga dalam

memastikan bahwa praktik-praktik politik dan kelembagaan yang dijalankan sejalan dengan prinsip-prinsip good governance dan keberlanjutan. Penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) partai menjadi faktor krusial yang tidak hanya berperan dalam efektivitas kampanye dan strategi pemenangan, tetapi juga dalam mewujudkan tata kelola partai yang beretika dan berorientasi pada pelayanan publik. Tantangan seperti komitmen organisasi yang rendah, elitisme, serta implementasi kebijakan yang lemah dalam proses rekrutmen dan pengelolaan kader menjadi hambatan serius terhadap pengembangan SDM partai

2. Fenomena menarik terjadi dalam Pemilihan Legislatif (Pileg) 2024 di Kabupaten Sidoarjo, di mana Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) menunjukkan peningkatan suara yang signifikan, dari 7 kursi pada 2019 menjadi 9 kursi di DPRD Kabupaten Sidoarjo [4]. Hal ini menunjukkan peningkatan posisi politik Partai Gerindra di parlemen Kabupaten Sidoarjo yang semakin kuat dan berpengaruh dalam andilnya menentukan kebijakan dan arah politik pemerintah daerah, dengan bertambahnya anggota wakil rakyat yang dimiliki akan semakin bertambah jumlah anggota untuk mendukung posisi di alat kelengkapan DPRD [5]. Menurut Wakil Ketua DPRD Kabupaten Sidoarjo, yang juga menjabat sebagai pengurus di Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Gerindra Sidoarjo, H. Kayan, S.H., menyampaikan bahwa sinergi antara kader, pengurus DPC, relawan, calon anggota legislatif serta program-program pengembangan SDM seperti sekolah kader dan pelatihan kepemimpinan menjadi kunci keberhasilan dalam meraih suara publik. Sinergi yang baik antara elemen-elemen tersebut menjadi faktor utama dalam pencapaian suara yang signifikan. Selain itu, Partai Gerindra juga secara konsisten melakukan pengembangan sumber daya manusia (SDM) melalui berbagai program pelatihan kepemimpinan, sekolah kader, serta peningkatan kapasitas politik bagi anggota dan simpatisan. Program-program ini bertujuan untuk mencetak kader yang tidak hanya memiliki loyalitas tinggi, tetapi juga kompetensi dalam menyusun strategi politik dan memahami dinamika kebijakan publik. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menunjang strategi pemenangan pada Pemilu 2024, di mana kader-kader yang telah dibekali dengan wawasan dan keterampilan politik mampu berperan aktif dalam kampanye yang terstruktur serta membangun komunikasi yang kuat dengan masyarakat [5]. Program ini tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga mencetak kader dengan kemampuan komunikasi politik, pemetaan isu, dan strategi elektoral yang adaptif. Peningkatan kualitas kader ini menjadi bagian penting dalam membangun institusi partai yang berkelanjutan dan kredibel.

3. Dinamika Pilkada di Sidoarjo juga menambah dimensi penting bagi diskursus politik lokal dan refrensi bidang Pengembangan SDM. Pada Pilkada 2024 Kabupaten Sidoarjo, terdapat kecenderungan pergeseran perilaku pemilih dari sekadar loyalitas partai menuju penilaian terhadap kapabilitas dan integritas calon kepala daerah. Ini terbukti dengan kalahnya Pasangan Calon Kepala Daerah Kabupaten Sidoarjo Amir Aslitchin - Edy Widodo dari Partai terbesar PKB dan PDI-P, yang juga putra mantan Bupati incumbent ditumbangkan oleh Pasangan H. Subandi - Mimik Indayana yang diusung oleh koalisi Partai Gerindra - Partai Demokrat - Partai Golkar. Fenomena ini muncul di tengah tantangan seperti politik uang dan lemahnya pengawasan daftar pemilih tetap (DPT), yang menjadi pekerjaan rumah bagi penyelenggara dan partai politik dalam menciptakan pemilu yang bersih dan demokratis (Bawaslu Sidoarjo, 2024).

4. Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Sidoarjo tahun 2024 menunjukkan dinamika politik yang tidak hanya berfokus pada kontestasi kekuasaan, tetapi juga memiliki implikasi signifikan terhadap pengembangan Sumber Daya Manusia di tingkat lokal. Partai pemenang dalam perebutan kursi legislatif di DPRD, ternyata tidak otomatis paralel dalam memperebutkan perolehan kemenangan jatah kursi eksekutif. Pergeseran dukungan politik dari berbagai partai, seperti keberanian perpindahan yang dilakukan oleh Calon Bupati terpilih H. Subandi, SH., M.Kn. dari jabatan Ketua DPC Partai Kebangkitan Bangsa pindah ke Koalisi Partai Gerindra, Golkar, dan Demokrat, mencerminkan adanya wujud gerakan strategi adaptasi dalam pengembangan kapasitas individu dalam dunia politik. Dimana Penguatan kapasitas kepemimpinan ini sejalan dengan teori Pengembangan Sumber Daya Manusia yang menekankan pentingnya adaptabilitas dan kompetensi dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternal [3]. Isu tentang fenomena dalam Pilkada Sidoarjo yang diwarnai oleh politik uang dan tantangan data pemilih menjadi gambaran konkret pentingnya pengembangan SDM yang berintegritas dan sistematis untuk mendukung proses demokrasi yang sehat. Pilkada Sidoarjo menjadi contoh nyata betapa pentingnya partai mengadopsi pendekatan common-good HRM dan green HRM dalam pengembangan SDM untuk mendukung pencapaian demokrasi yang sehat dan berkelanjutan.

5. Pesta Demokrasi Pemilihan Umum (Pemilu) di Tahun 2024 baik di tingkat pusat maupun tingkat daerah, untuk pemilihan eksekutif maupun legislatif sudah selesai terlaksana. Namun dalam hal strategi pemenangan, banyak partai politik yang memiliki berbagai strategi pemenangan partai yang berbeda-beda konsep kampanye. Berbagai pendekatan untuk menarik simpati pemilih. Partai besar seperti PDI-P, Gerindra, dan Golkar memanfaatkan popularitas figur pemimpin, capaian pemerintahan, serta koalisi fleksibel untuk menjaga dominasi. Sementara itu, PKB dan PKS mengedepankan basis religius dan komunitas akar rumput, dengan penekanan pada isu kesejahteraan sosial dan kesetaraan gender [7]. Partai-partai modern seperti PSI fokus pada kampanye digital untuk menyasar pemilih muda, sementara Demokrat dan NasDem menawarkan narasi perubahan dan kepemimpinan segar. Tantangan kompleks, seperti kebutuhan membangun koalisi strategis dan menjawab isu-isu kontemporer seperti perubahan iklim dan ketahanan pangan, mendorong partai-partai untuk beradaptasi dengan cepat [8].

6. Gelaran kontestasi Pemilihan Presiden tahun 2024 ini juga menjadi menarik dengan pasangan calon yang sudah lebih 4 (empat) kali mengikuti sebagai kontestan, Fenomena meniru strategi kampanye figur populer, seperti Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, menunjukkan bagaimana partai belajar dari pendekatan yang terbukti efektif dalam menarik perhatian publik [9]. Pendekatan ini mencerminkan fleksibilitas politik dalam merespons kebutuhan lintas generasi. Secara keseluruhan, Pemilu tahun 2024 mencerminkan dinamika politik yang semakin adaptif dan kompetitif. Partai-partai tidak hanya berlomba memenangkan hati rakyat melalui kampanye elektoral dan digital, tetapi juga menghadapi tuntutan untuk tetap relevan dengan isu-isu global dan lokal. Persaingan ini diharapkan mendorong peningkatan kualitas demokrasi di Indonesia [10].

7. Penerapan strategi dalam konteks politik merujuk pada perencanaan terarah untuk mencapai tujuan tertentu melalui alokasi sumber daya yang efisien dan adaptasi terhadap dinamika lingkungan eksternal. Strategi politik partai dalam Pemilu 2024 dapat dilihat sebagai upaya meraih suara melalui berbagai pendekatan, seperti membangun koalisi, memobilisasi basis pendukung, dan menyuarakan isu-isu kampanye dengan kebutuhan masyarakat. Strategi ini tidak hanya bertujuan memenangkan pemilih tetapi juga mencerminkan peran partai dalam memajukan agenda pembangunan yang berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan konstituen [11]. Sementara itu Sustainable Development Goals (SDGs), terutama Tujuan ke-16 yang menekankan pada perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat, memiliki relevansi langsung dengan strategi partai politik[12]. Partai yang mengintegrasikan nilai-nilai SDGs dalam kampanye mereka, seperti inklusivitas, keadilan sosial, dan tata kelola yang transparan, tidak hanya memenuhi aspirasi pemilih tetapi juga mendukung transformasi sosial berkelanjutan. Dalam hal ini, strategi parpol berfungsi sebagai instrumen untuk memobilisasi dukungan politik sekaligus menciptakan dampak positif bagi masyarakat luas melalui pengaruhnya atas nilai-nilai SDGs [13].

8. Penelitian ini sangat penting terkait antara strategi partai politik dalam Pemilu 2024 dengan implementasi Tujuan ke-16 SDGs. Penelitian akan mengeksplorasi sejauh mana partai-partai politik menyusun agenda strategis yang mencerminkan nilai-nilai SDGs, seperti kesetaraan, inklusivitas, dan partisipasi aktif masyarakat. Selain itu, penelitian akan mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi partai politik dalam menjadikan SDGs sebagai landasan strategis kampanye dan kebijakan mereka, serta mengukur dampaknya terhadap kualitas demokrasi dan pembangunan berkelanjutan di Indonesia [14]. **Penelitian sebelumnya mengenai strategi komunikasi politik DPD PDI-P Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan pemilih pada Pemilu Legislatif 2024** mengungkapkan lima bentuk utama strategi komunikasi politik, yaitu **retorika dalam konsolidasi eksternal partai, agitasi politik melalui badan-badan partai, propaganda politik melalui media massa dan media sosial, lobi politik berbasis aspirasi dan**

kebijakan, serta tindakan politik untuk membangun citra partai [6].

9. Temuan menunjukkan bahwa **keberhasilan strategi komunikasi politik DPD PDI-P Sumatera Utara terletak pada tiga pilar utama, yaitu struktur organisasi partai, kader partai di lembaga legislatif, dan kader partai di lembaga eksekutif.** Strategi tersebut didukung oleh optimalisasi konsolidasi internal dan eksternal, serta pemanfaatan **media massa dan media sosial** untuk memperluas pengaruh dan membangun kepercayaan publik terhadap PDI-P [15]. Penelitian sebelumnya menyoroti peran strategis **partai politik dalam pemilihan umum** sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. **7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum** dan **Undang-Undang No. 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik**. Kedua regulasi tersebut menegaskan bahwa partai politik berfungsi sebagai organisasi yang memperjuangkan kepentingan anggota dan rakyat melalui mekanisme pemerintahan yang demokratis. Pemilu yang diselenggarakan secara demokratis dan berintegritas mendorong partai politik untuk menerapkan berbagai strategi dalam menetapkan calon peserta pemilu [11].

10. Strategi tersebut mencakup seleksi kandidat dari berbagai latar belakang, seperti tokoh negarawan, akademisi, tokoh partai, hingga figur publik seperti artis, serta memperkenalkan mereka melalui berbagai media, termasuk media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif melalui analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partai politik memiliki pengaruh signifikan dalam proses pencalonan, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam menentukan kandidat yang akan diusung, mengingat keputusan tersebut berdampak langsung terhadap arah dan kualitas politik nasional. Selain itu, penelitian ini mengkritisi kecenderungan partai politik yang lebih mengutamakan kepentingan partai dibandingkan aspirasi dan kepentingan rakyat [8].

11. Penelitian sebelumnya membahas strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum di era digital, yang menunjukkan perubahan signifikan dalam lanskap komunikasi politik akibat perkembangan teknologi. Media sosial dan platform online menjadi alat utama bagi kandidat dan partai politik untuk berinteraksi dengan pemilih. Penelitian ini, menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data sekunder dan studi pustaka, menemukan bahwa strategi komunikasi politik dilakukan melalui dua pendekatan utama, pertama, strategi digital dengan kaderisasi artis untuk meningkatkan popularitas partai kedua, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, dan saluran lain untuk menyebarkan konten kampanye. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital memiliki dampak signifikan terhadap persepsi dan keputusan pemilih, menjadikan era digital sebagai momentum penting dalam membentuk perilaku pemilih melalui pendekatan inovatif dan multidimensional.[16]

12. Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah menganalisis strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum, baik dalam konteks partai politik maupun pemanfaatan media digital, masih terdapat kesenjangan dalam menghubungkan strategi tersebut dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya SDGs ke-16 yang berfokus pada perdamaian, keadilan, dan institusi yang kuat. Penelitian pertama lebih fokus pada strategi komunikasi politik yang digunakan oleh partai politik, namun tidak mengaitkannya dengan pencapaian SDGs atau dampaknya terhadap perilaku pemilih dalam konteks pembangunan berkelanjutan [17].

13. Pada Penelitian sebelumnya ditemukan banyak membahas pemilihan calon dan verifikasi partai politik dalam Pemilu, tetapi kurang mengidentifikasi bagaimana kebijakan partai politik dapat mendukung pencapaian SDGs, khususnya dalam hal keadilan dan institusi yang kuat. Penelitian ketiga menyoroti penggunaan media digital dalam strategi komunikasi politik, namun tidak mengaitkan dampak jangka panjang dari strategi tersebut terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana pengembangan Sumber Daya Manusia dan strategi pemenangan partai politik Gerindra Kabupaten Sidoarjo dalam Pemilu 2024 dapat mendukung SDGs ke-16, terutama dalam membangun institusi yang lebih kuat, adil, dan berkeadilan sosial, serta memastikan partisipasi publik yang lebih luas dalam proses demokrasi [18].

14. Mengingat SDGs merupakan agenda global yang disepakati oleh negara-negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015. Lahirnya SDGs ini diarahkan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan bagi semua orang di dunia pada tahun 2030 nanti. Agenda SDGs ini mencakup 17 tujuan yang saling terkait dan bersifat universal. Yang meliputi aksi Mengakhiri kemiskinan, Mengurangi kesenjangan, Melindungi lingkungan, Meningkatkan kesehatan dan Pendidikan, Memacu pertumbuhan ekonomi, Mengatasi perubahan iklim dan Melestarikan lautan. Dalam implementasi SDGs menghadapi berbagai tantangan, seperti Pendanaan yang terbatas, Kurangnya infrastruktur yang memadai, Ketidakstabilan politik, Perubahan iklim yang terus berlangsung dan Meningkatnya ketimpangan sosial.

15. Dalam Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan SDM dan strategi pemenangan pemilu yang melibatkan pemasaran politik, jaringan sosial, dan upaya menjaga integritas pemilu. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bagaimana strategi tersebut dapat mendukung pencapaian SDGs ke-16, khususnya dalam pengembangan kebijakan inklusif, pembangunan infrastruktur esensial seperti rumah sakit dan sekolah, serta ekonomi berkelanjutan. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi partai politik dalam merancang pendekatan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan tujuan pembangunan nasional. Fokus riset dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh Partai Gerindra, khususnya di Kabupaten Sidoarjo, berkontribusi terhadap efektivitas strategi pemenangan dalam Pemilu 2024, serta sejauh mana pendekatan tersebut mendukung pencapaian tujuan SDGs, terutama dalam memperkuat tata kelola dan partisipasi politik yang inklusif.

16. **Penelitian ini akan memberikan manfaat teoritis dan praktis.** Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai pengembangan SDM dan strategi pemenangan pemilu yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. **Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan** panduan bagi partai politik dalam menyusun strategi kampanye yang tidak hanya efektif dalam meraih suara tetapi juga berkontribusi pada implementasi SDGs ke-16. Selain itu, penelitian ini dapat membantu pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan dalam memahami pentingnya integrasi nilai-nilai SDGs ke dalam proses politik, sehingga menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

17.

ii. literature review

1. Kepercayaan Publik & Menghadapi Tantangan Politik

Kepercayaan publik berkelindan dengan kinerja dan tata kelola; ia relatif stabil namun peka pada perubahan konteks politik dan kinerja institusi. Penguatan kelembagaan partai (aturan, kepemimpinan, sanksi/incentif, kanal partisipasi) membantu meredam faksionalisasi dan menjaga legitimasi di tengah krisis/misinformasi. Penelitian terdahulu menunjukkan kepercayaan cenderung stabil jangka menengah - panjang namun responsif terhadap perubahan lingkungan politik dan kebijakan, sementara kualitas performa pemerintahan meningkatkan kepatuhan dan legitimasi kebijakan. Pada level organisasi partai, indikator institusionalisasi dan kekuatan partai berkorelasi dengan ketahanan menghadapi guncangan elektoral .

2. Strategi Pemenangan di Era Digital

Kampanye digital meningkatkan jangkauan, segmentasi, dan koordinasi pesan; namun efektivitas mikro-penargetan bersyarat pada konteks, desain pesan, dan transparansi platform. Regulasi dan tata kelola platform (iklan politik, disinformasi, deepfakes) menjadi variabel penentu hasil elektoral dan kepercayaan publik. Skala dan pola belanja yang menuntut kapabilitas analitik partai; studi eksperimental menunjukkan iklan bertarget bisa unggul

dibanding taktik lain, meski "microtargeting" multi-atribut tidak selalu mengalahkan penargetan sederhana .

3. Pengembangan Sumber Daya Manusia Partai

Menurut Gary Dessler , pengembangan SDM mencakup kegiatan pelatihan, peningkatan keterampilan, dan pengembangan kepemimpinan, yang kesemuanya diarahkan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan elemen strategis dalam memperkuat kapasitas institusi politik. Pengembangan SDM mencakup proses rekrutmen kader, pelatihan, pengembangan kompetensi, hingga sistem promosi yang meritokratis. Penekanan pada manusia sebagai faktor strategis yang penting bagi kesuksesan organisasi telah berkontribusi pada interaksi dan konvergensi isu-isu strategi dan SDM . Resource-Based View (RBV) menekankan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan suatu organisasi terutama ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber daya internal yang strategis. Menurut , sumber daya dapat berupa aset berwujud maupun tidak berwujud, seperti kompetensi kader, pengalaman organisasi, jaringan sosial, hingga struktur kelembagaan partai. Pengembangan sumber daya manusia dapat dijelaskan melalui Human Capital Theory yang menekankan bahwa pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi kader merupakan aset penting yang perlu diinvestasikan melalui pendidikan politik, pelatihan kepemimpinan, serta penguatan kapasitas organisasi. Intellectual Capital (IC) terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu human capital, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas individu; structural capital, yang mencakup sistem, proses, budaya, dan mekanisme organisasi yang mendukung inovasi; serta relational capital, yang merujuk pada hubungan organisasi dengan pihak eksternal seperti pelanggan, pemasok, dan komunitas. Kombinasi ketiga komponen ini membentuk fondasi berbasis pengetahuan yang mampu meningkatkan inovasi, efektivitas operasional, serta kinerja jangka panjang organisasi . Dengan demikian, IC tidak hanya memperkuat daya saing, tetapi juga mendorong keberlanjutan organisasi dalam menghadapi dinamika persaingan global. Partai politik yang mampu mengelola modal manusia sekaligus mengoptimalkan sumber daya strategis internal akan memiliki legitimasi yang kuat dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya SDGs 16 mengenai perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang efektif.

4. Integrasi SDGs ke-16 dalam Strategi Politik

SDGs16 (perdamaian, keadilan, institusi kuat) berfungsi sebagai kerangka normatif untuk memperkuat legitimasi politik, transparansi, akuntabilitas, dan inovasi tata kelola. Bukti ilmiah global menunjukkan dampak politik SDGs nyata namun banyak bersifat diskursif; integrasi yang lebih mendalam menuntut perubahan aturan, alokasi sumber daya, dan mekanisme akuntabilitas lintas level (nasional-lokal-partai) . Dalam konteks ini, pengembangan SDM dan strategi pemenangan partai politik perlu diarahkan untuk memperkuat praktik demokrasi yang bersih, bebas korupsi, serta menghormati hak asasi manusia. Dalam kerangka Sustainable HRM, muncul dua pendekatan penting yaitu Common-Good HRM dan Green HRM. Common-Good HRM menekankan bahwa praktik manajemen sumber daya manusia tidak semata-mata diarahkan untuk kepentingan organisasi internal, melainkan juga untuk kontribusi terhadap nilai kolektif seperti etika, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Model ini mengintegrasikan authenticity dalam laporan dan praktik HRM, sehingga memperkuat legitimasi organisasi di mata masyarakat melalui kebijakan rekrutmen yang inklusif, pelatihan berbasis etika, serta budaya organisasi yang berorientasi pada keberlanjutan .

III. Metode

1. Metode Penelitian

2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif studi kasus pada partai politik Gerindra Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran yang mendalam dan menyeluruh mengenai pengembangan sumber daya manusia dan strategi pemenangan partai politik dalam Pemilu 2024 serta keterkaitannya dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDGs ke-16 tentang perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat.

3.

4. Sumber Data

5. Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder: **1. Data Primer Data** dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan narasumber (key informant) yang memiliki relevansi dengan strategi pemenangan partai politik dan pengembangan sumber daya manusia. Observasi langsung dilakukan pada kegiatan partai politik terkait pengembangan sumber daya manusia dan strategi pemenangannya dalam Pemilu 2024.

Tabel 1. Daftar Narasumber Penelitian

No Informan Jabatan Instansi

- | | | | |
|---|-------------------------|--|-----------------|
| 1 | Bambang Pujianto | Wakil Ketua DPC Partai Gerindra Sidoarjo / Ketua Komisi B DPRD Kab. Sidoarjo | Partai Gerindra |
| 2 | Kayan | Wakil Ketua DPC Partai Gerindra Sidoarjo / Wakil Ketua DPRD Kab. Sidoarjo | Partai Gerindra |
| 3 | Achmad Muzayin Syafrial | Sekretaris DPC Partai Gerindra Sidoarjo / Ketua Fraksi Gerindra DPRD Kab. Sidoarjo | Partai Gerindra |
| 4 | Nyong Etis Akademisi | UIN Sunan Ampel Surabaya | |

1. Data Sekunder

Literatur berupa jurnal, artikel ilmiah, dan buku yang relevan dengan strategi pemenangan partai politik dan pengembangan sumber daya manusia. Dokumen resmi yang berkaitan dengan kebijakan dan program pengembangan sumber daya manusia yang telah dilakukan oleh Partai Gerindra, seperti hasil kongres partai, laporan kegiatan kaderisasi, dan modul pelatihan kader.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi Langsung Observasi dilakukan terhadap kegiatan partai politik dalam upaya kaderisasi, pelatihan, dan strategi kampanye yang mendukung pencapaian SDGs ke-16. Observasi dilakukan di kantor DPC partai politik Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Jl. Lingkar Barat No. 09, Wismasarinadi, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, serta dalam berbagai forum diskusi dan kegiatan sosialisasi politik.
2. Studi Dokumen Studi terhadap dokumen resmi yang dikeluarkan oleh partai politik terkait program kaderisasi dan pengembangan sumber daya manusia. Salah satu dokumen yang dianalisis dalam penelitian ini adalah "Laporan Kaderisasi dan Pendidikan Politik Partai Gerindra 2023" yang mencakup strategi penguatan kapasitas kader partai.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman (1984).[26] yang terdiri dari empat tahapan:

1. Data Collection (Pengumpulan Data)

Data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen yang telah dikumpulkan.

2. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang telah dikumpulkan diseleksi, disederhanakan, dan dikategorikan berdasarkan tema utama, yaitu strategi pemenangan, pengembangan sumber daya manusia, dan keterkaitan dengan SDGs ke-16.

3. Data Display (Penyajian Data)

Hasil analisis disajikan dalam bentuk narasi, tabel, dan skema yang memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian.

4. Conclusion Drawing (Penarikan Kesimpulan)

Setelah data dianalisis dan dibandingkan dengan teori serta studi sebelumnya, kesimpulan penelitian ditarik untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

VI. Hasil dan Pembahasan

1.

1. Upaya Dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik dan Menghadapi Tantangan Politik

Kepercayaan publik terhadap partai politik merupakan fondasi penting dalam menjaga legitimasi dan stabilitas demokrasi, termasuk dalam konteks Pemilu 2024. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik meningkat melalui mekanisme pemilihan langsung selama proses pemilu berlangsung tanpa konflik meskipun peningkatan tersebut tidak begitu signifikan terhadap partai politik sebagai institusi khusus. Konduktivitas dan integritas dalam pelaksanaan pemilu menjadi faktor penentu untuk memperkuat kepercayaan publik secara umum. Dalam konteks Pemilu 2024 di Sidoarjo, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun sempat muncul dugaan terjadinya "futur" politik di kalangan masyarakat akibat kekecewaan terhadap dinamika politik elite pasca Pilpres 2019, hasil riset lapangan menunjukkan bahwa publik masih menaruh cukup kepercayaan pada perlunya instrumentasi demokratis melalui pemilu di mana parpol berkongestasi memperebutkan ceruk elektoral untuk meraih kursi kekuasaan. Partisipasi pemilih yang tinggi di Pemilu 2024 menjadi indikator bahwa harapan terhadap partai politik belum sepenuhnya luntur. Harapan ini umumnya terkait pada janji partai untuk mengawal kebijakan publik, menyediakan lapangan pekerjaan, mengurangi angka pengangguran, menekan kemiskinan, serta meningkatkan akses terhadap pendidikan, infrastruktur, dan keamanan.

Kepercayaan publik terhadap partai politik dalam konteks Pemilu 2024, dipengaruhi oleh berbagai faktor dan Secara umum, kepercayaan publik terhadap partai politik cenderung berfluktuasi dan dipengaruhi oleh kinerja partai, integritas penyelenggara pemilu, dan dinamika politik yang terjadi. (Mimik Idayana)

Dalam kontestasi Pemilu 2024 kepercayaan publik terhadap partai politik masih relatif tinggi, ini terbukti dari partisipasi pemilih untuk datang ke TPS memilih calon legislatif dan eksekutif. (Achmad Muzayin Syafrial).

Data ini kemudian terkonfirmasi melalui partisipasi publik dalam pemilu 2024 yang menunjukkan angka relatif tetap tinggi. Meskipun pada pilkada ada tren penurunan yang cukup signifikan, tetapi variabel selain isu trust (kepercayaan) kepada parpol masih bisa diajukan sebagai faktor kunci dalam rejim pemilu serentak ini. Artinya, menurut hemat kami, praktik politik yang melibatkan partai politik yang ada selama ini, dengan segala kritik dan rasa frustasi yang berkembang atas kekurangannya, masih belum mempus harapan dan kepercayaan publik pada proses berdemokrasi yang ada sebagai mekanisme yang masih terlihat paling feasible dan sekaligus reliable bagi sebuah bangsa dengan kebhinekaan yang luar biasa ini dalam mengelola kekuasaan dan kontestasinya secara aman, damai, dan jauh dari kekerasan (Nyong Etis).

Kepercayaan publik terhadap partai politik dalam Pemilu 2024 tetap relatif stabil, dibuktikan dengan partisipasi pemilih yang tinggi di TPS. Meskipun kritikan terhadap kinerja parpol dan dinamika politik hadir, masyarakat masih percaya bahwa pemilu serentak merupakan mekanisme demokrasi paling layak dan andal, terutama dalam konteks keragaman Indonesia, untuk mengelola persaingan politik secara aman dan inklusif. Temuan ini konsisten dengan studi , yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap institusi politik meningkat ketika pemilu berlangsung tanpa konflik bahkan jika kepercayaan terhadap partai politik tetap tidak meningkat secara signifikan. Namun partai politik menghadapi tantangan yang cukup kompleks, kecenderungan hubungan yang bersifat temporer dengan masyarakat, yang intensif hanya menjelang pemilu namun meredup setelahnya. Terdapat kesenjangan antara janji politik dan realisasinya. Selain itu, kasus korupsi yang melibatkan elit politik baik di tingkat nasional maupun lokal, termasuk sejarah politik Sidoarjo yang diwarnai oleh masalah hukum beberapa bupati, menjadi penghalang yang signifikan bagi pembentukan citra positif partai di mata publik. Tantangan lain adalah keterbatasan modal logistik untuk menjalankan program yang berdampak langsung di masyarakat, sementara pemilih semakin rasional dan menuntut bukti nyata.

Tantangan utama partai politik dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pemilih di Kabupaten Sidoarjo, seperti halnya daerah lain, adalah mengatasi disparitas antara janji politik saat kampanye dan realisasi ketika sudah terpilih, meningkatkan transparansi pelaporan keuangan dan akuntabilitas penggunaan jabatan, serta memperkuat ideologi anggota partai dan rekrutmen kader simpatisan. Selain itu, isu budaya politik yang ditandai dengan ketidakpercayaan terhadap elit politik dan kasus korupsi juga menjadi penghalang. (Bambang Pujianto).

Tantangan yang dihadapi semua parpol saat ini adalah kapital logistik, terutama masyarakat bawah hanya bisa diyakinkan dengan sentuhan langsung. Berupa bantuan yang bisa dirasakan langsung, pemilih tidak bisa lagi diberi janji-janji. Kepercayaan pemilih lebih berorientasi pada kebutuhan dan program nyata, kejadian penangkapan politisi parpol oleh KPK juga menjadi pengaruh tingkat kepercayaan pemilih di daerah. Melalui pengurus partai politik, kader dan simpatisan inilah kita lakukan pendekatan kepada pemilih di bawah, membuat jaringan dan penguatan SDM yang ada inilah membutuhkan strategi program partai politik dengan ditopang modal kapital logistik yang mencukupi guna membangun kepercayaan dan loyalitas pemilih di tingkat grassroot. (Kayan)

Parpol perlu bertumbuh kearah yang selaras dengan aspirasi publik. Karena dukungan elektoral dari publik kedepan tampaknya akan semakin menuntut hadirnya figur-figur politisi yang berintegritas dan menunjukkan kepedulian nyata dalam memperjuangkan kepentingan rakyat. Parpol juga tidak bisa asal comot orang untuk menjadi kadernya tanpa mempertimbangkan aspek ini dan tanpa memberikan bekal pendidikan politik yang memadai. Mengingat bahwa persepsi negatif publik terhadap politisi juga akan berimbas negatif kepada parpol yang menjadi rumahnya, demikian pula sebaliknya. (Nyong Etis).

Analisis temuan ini menunjukkan bahwa di tingkat grassroot, loyalitas pemilih tidak hanya ditentukan oleh identitas politik atau kedekatan ideologis, tetapi juga oleh kemampuan partai untuk menyediakan manfaat nyata dan berkesinambungan. Strategi partai politik dalam menjaga kepercayaan publik harus

mengombinasikan pendekatan top-down yang mengedepankan kebijakan publik responsif, dengan pendekatan bottom-up yang menekankan keterlibatan langsung melalui program-program nyata yang menyentuh kebutuhan masyarakat, integritas kader, dan strategi komunikasi politik yang konsisten. Upaya ini selaras dengan SDGs ke-16, yang menekankan pentingnya kelembagaan yang kuat, inklusif, dan akuntabel.

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen kunci dalam konsolidasi partai politik pasca-reformasi. Kualitas kader yang kompeten, berintegritas, dan berwawasan luas menjadi penentu utama dalam merumuskan kebijakan, memperkuat struktur kelembagaan, serta merespons aspirasi masyarakat. Dalam era demokrasi yang semakin kompleks, penguatan kapasitas kader merupakan fondasi bagi efektivitas partai politik, baik dalam fungsi representasi maupun dalam menjaga keberlanjutan organisasi. Hambatan serius terhadap institusionalisasi partai sering muncul ketika terjadi kelemahan komunikasi dua arah antara elit partai dan basis massa. Kondisi ini menyiratkan bahwa tanpa pengembangan SDM yang sistematis, partai politik berisiko kehilangan legitimasi sekaligus keterhubungan dengan masyarakat akar rumput. Pengembangan SDM menjadi faktor strategis yang menentukan kapasitas organisasi untuk memenangkan kompetisi elektoral dan mempertahankan legitimasi publik. Partai politik yang berinvestasi pada pengembangan kader secara sistematis akan memiliki daya saing politik yang lebih tinggi karena mampu membangun kompetensi, integritas, dan militansi kader yang sejalan dengan tuntutan zaman.

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) sangat penting dalam konteks pengelolaan partai politik pasca-reformasi. SDM yang berkualitas akan menentukan kualitas partai, termasuk kemampuannya dalam merumuskan kebijakan, menjalankan roda organisasi, dan merespons aspirasi masyarakat. Partai politik yang kuat membutuhkan kader-kader yang tidak hanya militer, tetapi juga memiliki kompetensi, integritas, dan wawasan luas. (Bambang Pujianto).

Parpol saat ini berlomba-lomba membuat program diklat sekolah politik atau istilah lain guna pengembangan SDM kadernya, bagi partai gerindra semua pengurus dan anggota legislatif dari pusat sampai daerah harus mengikuti penggeblengan di hambalang. Kader-kader parpol yang duduk di lembaga pemerintahan merupakan etalase partai, dimana SDM mereka menjadi taruhan eksistensi partai. Maka untuk itu pentingnya partai politik harus terus melakukan pengembangan SDM kader, agar tetap tercetak kader partai militer yang bisa mengikuti tuntutan perkembangan zaman dan mendapat simpati pemilih. (Kayan)

DPC Partai Gerindra Sidoarjo secara konsisten menekankan pentingnya pengembangan SDM melalui pendidikan politik, pelatihan kader, dan kaderisasi yang sistematis demi memperkuat kelangsungan organisasi. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menciptakan kader militer yang loyal, responsif terhadap tantangan politik lokal, dan siap menghadapi kompetisi electoral. Upaya ini terbukti vital dalam membentuk kader militer yang responsif terhadap dinamika politik lokal dan menjadikan mereka sebagai etalase partai di masyarakat. Tanpa praktik kaderisasi yang kuat, partai akan kesulitan menumbuhkan keterikatan dengan masyarakat di tingkat akar rumput dan menjaga kontinuitas komunikasi politik.

Pengembangan SDM di Partai Gerindra Sidoarjo telah diaktualisasikan dalam bentuk program kaderisasi yang sistematis, meliputi pendidikan politik, pelatihan kader, dan pelibatan kader dari pusat hingga daerah. Program ini dimaksudkan untuk menjaga profesionalitas, membangun loyalitas kader, dan mempersiapkan figur kader unggul dengan kapabilitas intelektual dan militansi tinggi untuk menghadapi pemilu. Sistematis dapat dipahami sebagai strategi berbasis sumber daya sebagaimana dijelaskan dalam Resource-Based View (RBV), di mana sekolah kader, kurikulum berjenjang, dan sistem kaderisasi berfungsi sebagai sumber daya internal yang valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable. Gerindra memiliki infrastruktur kaderisasi yang relatif terlembaga: adanya sekolah/pusat pelatihan kader, kurikulum dan silabus berjenjang (Latihan Kader Dasar-Menengah-Paripurna), serta penekanan pada peningkatan kapasitas politik dan kepemimpinan sebagaimana tertuang dalam AD/ART.

Temuan ini mengindikasikan proses kaderisasi yang terstandar dan tersentralisasi untuk membangun pipeline kepemimpinan, selaras dengan bukti empiris bahwa partai dengan mekanisme internal yang jelas pelatihan, seleksi, dan standardisasi kompetensi cenderung lebih kohefif dan responsif terhadap dinamika kompetisi elektoral. Dengan demikian, praktik kaderisasi Gerindra yang terstruktur dapat dibaca sebagai bentuk profesionalisasi organisasi partai yang memperkuat institusionalisasi dan tata kelola internal. Selaras dengan Human Capital Theory (HCT), investasi pada pendidikan politik, pelatihan kepemimpinan, dan internalisasi ideologi menunjukkan bahwa partai menempatkan kader sebagai modal manusia yang produktif dan strategis, temuan ini juga dapat dibaca melalui kerangka Intellectual Capital (IC), di mana kompetensi kader mencerminkan human capital, sistem kaderisasi yang terlembaga menunjukkan structural capital, serta integrasi nilai lokal dengan masyarakat Sidoarjo membentuk relational capital.

Sistem rekrutmen Partai Gerindra bersifat terbuka dan inklusif, sementara program pelatihannya menekankan perpaduan antara nilai keagamaan, kultur masyarakat Sidoarjo, serta kearifan lokal yang agamis dan nasionalis. Hal ini menunjukkan adanya upaya strategis partai untuk menyesuaikan diri dengan karakteristik masyarakat setempat, sehingga kader lebih mudah diterima dan arah perjuangan politik partai menjadi lebih relevan dengan kebutuhan warga. Kombinasi antara rekrutmen politik yang terbuka, program pelatihan kader yang terstruktur, serta integrasi nilai-nilai lokal merupakan faktor strategis yang tidak hanya memperkuat daya saing elektoral partai, tetapi juga memperdalam proses demokratisasi internal partai politik. Berbagai program khusus yang diarahkan untuk membangun loyalitas, militansi, dan kapasitas kader. Program tersebut meliputi pendidikan dan pelatihan politik, pembekalan logistik dan arahan dari DPP secara berjenjang, hingga kegiatan ret-ret/berkemah di Hambalang sebagai wadah internalisasi ideologi dan kebersamaan kader. Temuan ini mengindikasikan bahwa Gerindra menempatkan pengembangan kader sebagai strategi kunci untuk memperkuat soliditas partai serta daya saing dalam kontestasi politik, sejalan dengan kajian akademik yang menekankan pentingnya kaderisasi politik sebagai instrumen profesionalisasi dan institusionalisasi partai.

Partai Gerindra memiliki beberapa program pengembangan untuk meningkatkan loyalitas, militansi, dan kapasitas kader dalam menghadapi kontestasi politik. Program-program ini mencakup peningkatan kualitas kader melalui pelatihan dan pendidikan politik, penguatan basis massa melalui pendekatan langsung dan pemanfaatan media sosial, serta strategi pemenangan pemilu yang adaptif dan inovatif. (Bambang Pujianto)

Partai Gerindra secara konsisten memberikan pembekalan kader yang terfokus pada komunikasi politik, kampanye terstruktur, dan keterampilan menjalin kedekatan dengan masyarakat. Bentuk pembekalan tersebut meliputi pelatihan komunikasi efektif, pemanfaatan media sosial, penyampaian visi-misi, teknik retorika, analisis sosial, hingga kepemimpinan dan manajemen organisasi di tingkat desa. Hal ini mengindikasikan adanya upaya sistematis dari Gerindra untuk membangun kader yang tidak hanya loyal secara ideologis, tetapi juga memiliki kapasitas praktis dalam memenangkan dukungan masyarakat.

Pembekalan kader yang jadi pengurus dan anggota partai Gerindra dilakukan secara intens berkala dalam pelatihan tim sukses sampai struktur tingkatan desa. Materi pelatihan selain penyampaian visi misi dan platform partai, ada materi lain terkait teknik rethorika, dinamika politik, analisa sosial, manajemen organisasi, leadership dan medkos. (Achmad Muzayin Syafrial)

Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia, strategi ini dapat dipahami sebagai bentuk human resource development yang menekankan pada training and development, competency building, dan performance management guna meningkatkan efektivitas organisasi . Proses kaderisasi yang menekankan komunikasi politik, keterampilan sosial, serta pelatihan kepemimpinan sejalan dengan prinsip MSDM yang memandang peningkatan kualitas individu sebagai aset utama organisasi. Penguatan kapasitas kader melalui pembekalan ideologis dan keterampilan praktis berkontribusi signifikan terhadap efektivitas strategi kampanye dan meningkatkan daya saing elektoral partai politik . Dengan demikian, praktik kaderisasi politik Partai Gerindra dapat dibaca sebagai implementasi teori MSDM dalam konteks organisasi politik, di mana kader diperlakukan sebagai sumber daya strategis untuk mencapai tujuan elektoral partai.

2. Strategi Pemenangan di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan pada strategi kampanye politik. Strategi pemenangan di era digital saat ini menuntut partai politik dan kandidat untuk mengintegrasikan media sosial, big data, dan teknologi AI dalam komunikasi kampanye secara adaptif dan responsif. Media digital tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga arena pertarungan narasi dan pembentukan citra politik yang memengaruhi preferensi pemilih, khususnya generasi muda. Pentingnya microtargeting berbasis geolokasi dan demografi meski efektivitasnya kadang dianggap lebih dangkal dari ekspektasi awal . Kesuksesan kampanye di era digital kini tergantung pada sinergi antara konten kreatif, pendekatan data-driven, dan kemampuan merespons secara real-time terhadap dinamika publik dan platform digital. Kampanye politik tidak lagi mengandalkan satu jalur, melainkan memadukan strategi tatap muka dengan optimalisasi media digital.

Jurkam tidak lagi harus diartikan sebagai perseorangan yang bergerak secara individual, tetapi bisa merupakan kelompok atau lembaga, termasuk media, yang secara terorganisir bekerja untuk pemenangan parpol tertentu. Para influencer yang memiliki ceruk pengaruh signifikan di masyarakat, terutama melalui ruang virtual atau digital, dengan distorsi citra dan ketokohnya masing-masing, bisa menjadi jurkam yang tetap dibutuhkan dalam kontestasi politik di tanah air. Suka atau tidak suka, publik saat ini sudah menjadikan dunia maya, melalui gawai atau perangkat teknologi informasi yang mereka miliki, sebagai sumber informasi yang akan mempengaruhi cara pandang serta preferensi mereka tentang politik. (Nyong Etis).

Peran juru kampanye masih relevan di era kampanye digital, meskipun ada pergeseran dalam strategi dan metode. Juru kampanye perlu beradaptasi dengan teknologi digital, tetapi kemampuan mereka untuk membangun hubungan personal, menyampaikan pesan secara efektif, dan mengelola isu tetap penting dalam membentuk opini publik dan memobilisasi pemilih. (Bambang Pujianto).

Juru Kampanye partai politik di era digital masih sangat dibutuhkan, selain dari kewajiban permintaan oleh penyelenggara pemilu KPU saat akan digelar rapat umum yang membutuhkan Jurkam. Kondisi masyarakat kita tidak semua bisa memakai gadget atau teknologi digital, mungkin lebih pada segmen anak muda dan golongan berpendidikan saja. Jadi peran juru kampanye masih sangat efektif untuk menjadi tukang sihir pemilih, terutama pemilih yang gagap teknologi dan pemula yang belum pernah ikut pemilu. (Achmad Muzayin Syafrial).

Meskipun perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi strategi kampanye menuju ranah digital, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa metode kampanye tatap muka masih memiliki relevansi yang kuat, terutama di kalangan masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi atau memiliki keterbatasan akses digital. Hal ini terlihat jelas pada kelompok pemilih berusia di atas 50 tahun dan masyarakat desa, yang cenderung lebih mudah menerima pesan politik melalui interaksi langsung dibandingkan media daring. Dalam konteks ini, peran juru kampanye (Jurkam) tetap signifikan, bukan hanya sebagai pelengkap kampanye digital, tetapi juga sebagai penghubung emosional antara partai politik atau kandidat dengan pemilih. Keberadaan Jurkam berpengaruh dalam membangun kepercayaan, menyampaikan visi-misi secara langsung, dan memperkuat ikatan sosial-politik, terlebih ketika didukung oleh figur yang memiliki ketenaran dan ketokohan di masyarakat.

Masih relevan, mengingat dari penyelenggara pemilu KPU dari pusat sampai daerah masih memberi ruang jadwal kampanye atau rapat umum terbuka dengan jumlah massa banyak. Meski era digital, masih banyak pemilih yang gagap teknologi terutama pemilih diatas umur 50 tahun. Memang dengan kampanye melalui media sosial sangat efektif untuk menyasar pemilih milenial anak-anak muda dan golongan berpendidikan. Tapi untuk kelompok masyarakat desa, pemilih masih butuh kampanye langsung dengan dihadirkan juru kampanye parpol yang sudah memiliki nama ketenaran dan ketokohan untuk menyampaikan program dan visi misi parpol dan calon kontestan baik legislatif maupun eksekutif. (Kayan).

Kampanye digital semakin dominan untuk menjangkau pemilih muda, berpendidikan, dan melek teknologi, kampanye tatap muka yang melibatkan juru kampanye (Jurkam) tetap memiliki peran penting dalam memenangkan dukungan, terutama di kalangan generasi baby boomers, masyarakat desa, dan mereka yang gagap teknologi. Jurkam berfungsi bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai figur yang mampu membangun kedekatan emosional, memobilisasi massa, serta meningkatkan kepercayaan terhadap partai politik dan kandidat.

Media sosial telah menjadi instrumen vital dalam strategi pemenangan modern, terutama untuk menjangkau pemilih muda, Generasi Z dan Milenia melalui platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube dengan konten yang kreatif, singkat, dan relevan. Selain lebih murah, pendekatan ini juga terbukti efektif dalam menjangkau audiens massa dalam waktu singkat. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa influencer memiliki peran kunci dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas; sebanyak 39% dampak mereka dalam kampanye digital berasal dari kedekatan emosional dan hubungan personal dengan audiens mereka Net Influencer. Secara global, makin banyak politisi yang mengandalkan media sosial untuk menciptakan "ruang dialog digital" yang dinamis, memungkinkan keterlibatan dan mobilisasi pemilih muda secara interaktif .

Media sosial yang menjadi instrumen distribusi, diseminasi, dan amplifikasi informasi sekaligus juga menjadi ruang perbincangan publik tentang beragam isu, termasuk politik, memiliki peran vital dan niscaya bagi parpol dalam mengembangkan strategi kampanyenya. Terlebih bagi para pemilih muda yang memang lahir dan tumbuh dalam dunia yang terhubung dan bekerja dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semacam itu sejak sangat dulu. (Nyong Etis).

Media sosial memainkan peran sentral dalam kampanye partai politik saat ini, terutama dalam menjangkau pemilih muda, strategi yang efektif untuk menarik simpati pemilih muda meliputi konten yang kreatif dan relevan, interaksi langsung melalui live dan polling, serta memanfaatkan influencer yang memiliki basis penggemar dikalangan anak muda. (Bambang Pujianto).

Sesungguhnya strategi kampanye melalui media sosial sangat hemat dan sesuai dengan era digital saat ini. Mengingat jumlah pemilih pemula yang belum punya pilihan bisa dengan mudah terjangkau sebagai sasaran parpol, visualisasi program dan bukti kerja parpol bisa disampaikan lebih detail. (Kayan).

Selain murah dan simpel, kampanye melalui media sosial sangat dengan muda menyasar pemilih anak-anak muda yang sudah terbiasa bermedios. Partai politik hanya dengan membuat konten-konten kreatif dan inovatif bisa menarik simpati pemilih dari kalangan segmen anak-anak muda tersebut. (Achmad Muzayin Syafrial).

Sebagai salah satu partai politik besar di Indonesia, Partai Gerindra merancang berbagai program kerja strategis yang dirancang untuk mendorong kedekatan dengan masyarakat melalui pemahaman mendalam terhadap dinamika kebijakan publik. Strategi yang dilakukan mencakup kampanye door-to-door, pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan program sosial dan kegiatan berbasis komunitas, sekaligus pendidikan politik agar masyarakat memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara. Pemanfaatan media digital, seperti TikTok dalam membangun branding politik kepada generasi milenial dan Gen-Z terbukti efektif meningkatkan keterlibatan politik dan elektabilitas partai . Pendekatan hybrid kombinasi antara kampanye tatap muka dan digital menjadi penting untuk menjangkau berbagai segmen pemilih secara lebih efektif.

Partai Gerindra memiliki program kerja yang disusun untuk menyusun strategi politik dan memahami dinamika kebijakan publik di daerah. Mereka menggunakan berbagai strategi, termasuk kampanye door-to-door, pemanfaatan media sosial, dan program sosial serta kegiatan komunitas, untuk mendekatkan diri dengan masyarakat dan memahami aspirasi mereka. Selain itu, Partai Gerindra juga aktif dalam pendidikan politik untuk memberdayakan masyarakat dengan pemahaman tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara serta membangun kesadaran politik. (Bambang Pujianto).

Program kerja partai gerindra yang khusus menangani strategi pemenangan pemilu ada dibawah kendali Badan Pemenangan Pemilu (Bapilu) dan Badan Litbang partai (Kayan).

Partai Gerindra dalam menjalankan organisasi partai berdasarkan hasil rapat kerja yang dilaksanakan oleh bidang-bidang, hasil rapat kerja yang berupa program-program kerja dan rekomendasi internal maupun eksternal (Achmad Muzayin Syafrial).

Partai Gerindra Partai Gerindra telah merancang strategi pemenangan yang terstruktur dan berkelanjutan meliputi pendekatan door-to-door, pemanfaatan media sosial, program sosial-komunitas, serta pendidikan politik yang diformalkan melalui Bapilu dan Badan Litbang berdasarkan kesepakatan rapat kerja. Temuan ini mencerminkan pendekatan partai yang adaptif dan multifaset dalam menjalin koneksi dengan publik. Efektivitas kampanye politik kontemporer banyak bergantung pada sinergi antara strategi digital dan mobilisasi offline demi memperkuat legitimasi politik dan meraih dukungan massa .

Partai Gerindra melalui DPC Sidoarjo telah menerapkan strategi politik yang beragam dan adaptif dalam menghadapi kontestasi Pilkada serta Pemilu 2024. Strategi tersebut mencakup penguatan peran kader melalui konsolidasi internal, pendidikan politik kepada masyarakat, pemanfaatan media sosial, serta pelaksanaan kegiatan sosial dan komunitas.

DPC Partai Gerindra Sidoarjo menerapkan berbagai strategi dan inisiatif dalam menghadapi kompetisi politik di Pilkada dan Pemilu 2024 yang lalu. Beberapa di antaranya adalah konsolidasi partai untuk mengoptimalkan peran kader, pendidikan politik bagi masyarakat, pemanfaatan media sosial, dan kegiatan sosial kemasyarakatan. (Bambang Pujianto).

Strategi yang dilakukan DPC Gerindra Sidoarjo dalam Pilkada dan Pemilu 2024 adalah dengan menyiapkan kader-kader terbaik yang siap bertarung dalam kontestasi. Alhamdulillah, Pilkada Sidoarjo Kader Gerindra Menang dan di Legislatif menjadi 2 besar perolehan kursi DPRD Sidoarjo. (Achmad Muzayin Syafrial)

Keberhasilan strategi ini terlihat dari capaian Partai Gerindra di Sidoarjo pada Pemilu 2024, di mana partai ini menjadi peraih kursi terbesar kedua di DPRD Kabupaten dan memenangkan Pilkada dengan kader internal. Temuan ini mengonfirmasi bahwa keberhasilan pemenangan di era digital membutuhkan sinergi antara strategi komunikasi tradisional dan digital, serta dukungan infrastruktur organisasi yang solid.

3. Integrasi SDGs ke-16 dalam Strategi Politik

Integrasi prinsip-prinsip Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-16 (Peace, Justice, and Strong Institutions), dalam strategi politik menjadi penting karena mendorong terwujudnya pembangunan berkelanjutan yang meliputi tata kelola yang inklusif, akuntabel, dan transparan, sehingga meningkatkan legitimasi politik dan kepercayaan publik. Upaya ini tercermin melalui kebijakan partisipatif, penguatan lembaga politik, serta mekanisme pengawasan yang menekan fragmentasi kebijakan antar-sektor. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan SDG 16 mampu memperkuat daya saing politik dengan membangun ketahanan kelembagaan dan inovasi kebijakan, meskipun implementasinya sering terkendala koordinasi antar-lembaga . Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun tidak semua struktur partai secara formal mencantumkan SDGs sebagai kerangka kerja, banyak program dan kebijakan partai yang selaras dengan prinsip SDGs ke-16. Partai Gerindra, misalnya, mengedepankan prinsip satu komando untuk menghindari faksionalisme internal, menerapkan proses seleksi kepemimpinan tanpa kompetisi destruktif antar kader, dan menjalankan berbagai program sosial yang berorientasi pada keadilan dan inklusi.

Partai Gerindra Sidoarjo telah menginternalisasikan nilai-nilai SDG 16 secara substantif, terutama dalam membangun kelembagaan yang solid, mengedepankan prinsip keadilan, serta mencegah fragmentasi internal melalui mekanisme pengambilan keputusan yang inklusif. Hal ini mengindikasikan bahwa partai politik dapat memainkan peran strategis dalam mengintegrasikan agenda pembangunan berkelanjutan meskipun tidak

selalu dikemas secara eksplisit dalam label SDGs.

Partai Gerindra wajib memahami dan mempertimbangkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan ke-16 tentang perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat, dalam merancang strategi kelembagaan dan kampanye. Tujuan ini menjadi dasar bagi pembangunan berkelanjutan dan memastikan bahwa kebijakan serta program yang diusung partai sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan, inklusi, dan tata kelola yang baik. (Bambang Pujianto).

Partai Gerindra sangat mendukung setiap program pemerintah yang bertujuan untuk pembangunan bangsa, meski SDGs tidak secara langsung menjadi bagian dari program partai politik. Namun langkah-langkah kerja partai gerindra dilapangan selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan dalam mencapai indonesia emas di tahun 2045 nanti. (Kayan)

SDGs selama ini hanya dikenal di program pemerintahan, terutama di desa. Partai politik secara spesifik memang tidak memiliki program SDGs, namun secara tidak langsung 18 Program SDGs sudah ada dalam kegiatan partai Gerindra. Terutama dalam pembangunan kelembagaan yang kuat dan keadilan, sebagai contoh dalam proses pemilihan ketua partai di setiap jenjang tingkatan mulai dari Pusat, Daerah sampai paling bawah di Desa, Partai Gerindra tidak menggunakan sistem kompetisi pertarungan antar kader sendiri. Melainkan berdasarkan rekomendasi dari struktur diatasnya, sehingga potensi munculnya faksi dan perpecahan bisa di minimalisir (Achmad Muzayin Syafrail).

Temuan ini sejalan dengan kajian yang menegaskan bahwa SDGs, khususnya tujuan terkait kelembagaan, mampu menjadi instrumen transformatif dalam memperkuat legitimasi politik dan inovasi tata kelola partai. Internalisasi nilai-nilai SDG 16 pada Partai Gerindra di Sidoarjo tidak hanya tercermin pada retorika politik, tetapi juga pada praktik kelembagaan yang mengutamakan stabilitas, keadilan, dan pencegahan fragmentasi internal. Pendekatan ini menunjukkan bahwa partai politik dapat mengadaptasi agenda pembangunan global ke dalam dinamika lokal melalui mekanisme pengambilan keputusan yang inklusif dan berjenjang, sehingga memperkuat kepercayaan publik sekaligus memperluas basis dukungan elektoral. Dengan demikian, SDGs berfungsi sebagai soft governance framework yang mampu mendorong partai untuk tidak hanya mengejar kemenangan elektoral, tetapi juga membangun tata kelola politik yang berkelanjutan dan berorientasi pada kepentingan publik.

Gerindra mengintegrasikan prinsip-prinsip SDGs 16, terefleksi dalam pendekatan kepemimpinan yang tegas, struktur komando yang solid, serta dukungan terhadap pembangunan berkelanjutan di daerah. Meskipun SDGs tidak selalu dijadikan sebagai kerangka formal dalam program partai, nilai-nilainya tampak melekat dalam sikap politik Gerindra yang menekankan pentingnya keadilan, ketertiban hukum, dan tata kelola kelembagaan yang kuat. Pendekatan ini menunjukkan adanya alignment antara agenda global SDGs dengan praktik politik lokal, di mana partai politik dapat memainkan peran ganda sebagai agen elektoral sekaligus aktor pembangunan berkelanjutan.

Kebijakan internal partai politik memiliki peran sentral dalam memperkuat kelembagaan sekaligus memastikan kontribusi nyata terhadap pembangunan sosial di masyarakat. Dalam konteks good governance, partai politik tidak hanya berfungsi sebagai kendaraan elektoral, tetapi juga sebagai agen yang mampu mendorong pendidikan politik, kaderisasi, serta penguatan demokrasi partisipatif di tingkat lokal.

Partai Gerindra memiliki kebijakan internal yang bertujuan untuk membangun kelembagaan politik yang kuat dan membawa dampak sosial positif. Kebijakan ini biasanya mencakup upaya kaderisasi, pendidikan politik, dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan partai. Karena Partai sebagai pilar demokrasi dalam sistem negara parlementer seperti Republik Indonesia ini, partai memiliki peran penting dalam menyeleksi kepemimpinan nasional dan daerah, serta menyalurkan aspirasi masyarakat. Untuk menjalankan peran ini dengan efektif, partai politik perlu memiliki kelembagaan yang kuat dan internal yang solid. (Bambang Pujianto).

Dalam upaya mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) ke-16 yang menekankan pada perdamaian, keadilan, serta kelembagaan yang kuat dan inklusif, Partai Gerindra di Kabupaten Sidoarjo menjalankan berbagai strategi dan program nyata yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Hal ini tercermin dari pandangan para informan penelitian yang memberikan gambaran mengenai arah strategis partai, implementasi program, hingga bentuk kontribusi sosial yang dilakukan.

Partai Gerindra untuk mendukung SDGs ke-16 dapat menjalankan berbagai program yang berfokus pada kebijakan inklusif, pembangunan infrastruktur esensial, dan ekonomi berkelanjutan, seperti peningkatan akses kesehatan, pendidikan, serta pemberdayaan ekonomi lokal. (Bambang Pujianto).

Program Partai Gerindra Sidoarjo yang bisa dirasakan masyarakat berupa mobil siaga gratis, operasi pasar murah, mobil pintar keliling, bantuan hukum gratis, beasiswa pendidikan, pembinaan UMKM, hingga pemberdayaan perempuan dan pemuda. (Kayan)

Program yang telah dilakukan Partai Gerindra meliputi penjaringan aspirasi pembangunan infrastruktur, mobil ambulans gratis, pembagian sembako, beasiswa, pendampingan hukum, pembinaan UMKM, dan kegiatan sosial-keagamaan. (Achmad Muzayin Syafrail)

Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi Partai Gerindra dalam mendukung SDGs ke-16 di Sidoarjo tidak hanya bersifat normatif, tetapi diwujudkan dalam bentuk program konkret yang menyentuh berbagai lapisan masyarakat. Upaya ini mencerminkan adanya integrasi nilai inklusivitas, penguatan kelembagaan, serta keadilan sosial melalui pelayanan publik, pemberdayaan ekonomi, pendidikan, hingga advokasi hukum. Hal ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa SDGs terutama Tujuan ke-16 dapat difungsikan sebagai kerangka transformatif yang memperkuat legitimasi politik dan mendorong inovasi dalam tata kelola kelembagaan. Praktik Partai Gerindra yang menekankan prinsip satu komando untuk menghindari faksionalisme, seleksi kepemimpinan tanpa kompetisi destruktif, serta program sosial yang berorientasi pada keadilan dan inklusi, merupakan manifestasi dari Common-Good HRM, karena mengintegrasikan nilai etika, tanggung jawab sosial, dan keberpihakan pada kepentingan kolektif dalam pengelolaan kader dan kelembagaan partai. Di sisi lain, keberpihakan partai pada program pemberdayaan masyarakat, advokasi hukum, serta inisiatif berbasis pelayanan publik dapat dibaca dalam kerangka Green HRM, yang mengaitkan praktik manajemen sumber daya dengan prinsip keberlanjutan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, strategi Gerindra dalam mendukung SDGs ke-16 di Sidoarjo tidak hanya berfungsi untuk memperkuat tata kelola politik yang inklusif dan akuntabel, tetapi juga merefleksikan integrasi sustainable HRM yang menggabungkan dimensi common good dan keberlanjutan lingkungan sebagai landasan transformasi kelembagaan .

Implikasi Manajerial

Penelitian ini memberikan sejumlah implikasi manajerial yang dapat menjadi acuan bagi pengurus DPC Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo. Pertama, partai perlu memperkuat kepercayaan publik secara berkelanjutan melalui sistem komunikasi dua arah yang konsisten, tidak hanya pada masa kampanye tetapi juga di periode antar pemilu. Strategi ini penting untuk meminimalkan persepsi negatif publik sekaligus membangun legitimasi politik jangka panjang. Kedua, optimalisasi strategi hybrid campaign menjadi kebutuhan mendesak, yaitu mengintegrasikan kampanye digital dan tatap muka secara proporsional sesuai dengan segmen pemilih.

Media sosial dapat dimanfaatkan untuk menjangkau pemilih muda yang memiliki literasi digital tinggi, sementara kampanye tatap muka lebih efektif untuk pemilih dengan keterbatasan akses teknologi. Ketiga, pengembangan sumber daya manusia (SDM) partai harus dilakukan secara berkelanjutan melalui program kaderisasi, sekolah politik, dan pelatihan berbasis kompetensi yang relevan dengan tuntutan era digital. Keempat, prinsip SDGs ke-16 terkait perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat perlu diintegrasikan ke dalam kebijakan internal partai serta diterjemahkan dalam program sosial-politik di tingkat daerah, sehingga memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian kualitatif, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan publik terhadap partai politik merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan pemenangan pemilu. DPC Partai Gerindra Sidoarjo telah mengupayakan berbagai langkah untuk mempertahankan kepercayaan ini melalui komunikasi yang konsisten, kedekatan dengan masyarakat, dan integritas kader. Strategi kampanye yang diterapkan cenderung bersifat hybrid, memadukan media sosial dan tatap muka yang disesuaikan dengan segmen pemilih dan kondisi lokal. Pengembangan SDM menjadi pilar penting bagi keberlanjutan organisasi, di mana program kaderisasi, sekolah politik, dan pembekalan keterampilan komunikasi politik menjadi sarana untuk mencetak kader yang militan sekaligus kompeten. Strategi Partai Gerindra dalam mendukung SDGs ke-16 di Sidoarjo tidak hanya bersifat normatif, tetapi diwujudkan dalam bentuk program konkret yang menyentuh berbagai lapisan masyarakat. Upaya ini mencerminkan adanya integrasi nilai inklusivitas, penguatan kelembagaan, serta keadilan sosial melalui pelayanan publik, pemberdayaan ekonomi, pendidikan, hingga advokasi hukum.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan oleh DPC Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo. Pertama, partai perlu meningkatkan program literasi politik, khususnya yang menarik generasi muda, untuk mendorong partisipasi politik yang lebih luas dan membentuk kesadaran kritis terhadap isu-isu publik. Kedua, penguatan digital political branding menjadi prioritas, dengan membangun narasi digital yang konsisten di seluruh platform media sosial melalui konten edukatif, dokumentasi kegiatan sosial, dan klarifikasi isu-isu strategis. Ketiga, pelatihan kader berbasis local wisdom perlu digalakkan agar kader dapat lebih relevan dan mudah diterima oleh masyarakat Sidoarjo yang memiliki karakteristik sosial dan budaya tertentu. Keempat, evaluasi berkala terhadap program yang selaras dengan SDGs ke-16 harus dilakukan untuk mengukur efektivitasnya dan menyusun strategi perbaikan yang berkelanjutan.

1. Referensi

- [1] “**Goal 16: Peace, justice and strong institutions | United Nations Development Programme.**” Accessed: Jul. 30, 2025. [Online]. Available: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals/peace-justice-and-strong-institutions>
- [2] S. Daim, Pribadiyono, and Khuzaini, “Patterns of Recruitment and Caderization of Human Resources and Strategies for Organizational Development of Political Parties in East Java,” Article in Journal of Social Sciences and Humanities, vol. 3, no. 5, pp. 117-122, 2024, [Online]. Available: <https://journal.academicjournal.id/index.php/mjssh>
- [3] Amrizal Zulkarnain, “Kronologi Subandi Tolak Rekom PKB hingga Maju di Pilkada Sidoarjo dengan Dukungan Partai Lain,” Suara Indonesia, Sidoarjo, 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://suaraindonesia.co.id/news/politik/66d58566b80d3/kronologi-subandi-tolak-rekom-pkb-hingga-maju-di-pilkada-sidoarjo-dengan-dukungan-partai-lain>
- [4] Udin Syah, “Ini Daftar 50 Caleg yang Sukses Rebut Kursi DPRD Sidoarjo Periode 2024-2029,” Gelora Jatim, 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://gelorajatim.com/ini-daftar-50-caleg-yang-sukses-rebut-kursi-dprd-sidoarjo-2024-2029/>
- [5] Ipung, “Partai Gerindra Raih 9 Kursi DPRD Sidoarjo, Kaya: Berkat Elektoral Prabowo-Gibran,” Sidoarjo News, 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://sidoarjonews.id/partai-gerindra-raih-9-kursi-dprd-sidoarjo-kaya-berkat-elektoral-prabowo-gibran/>
- [6] **S. N. Afhiani, E. Elyta, dan E. Apriyani, “Strategi Pendidikan Politik Pemilih Pemula (Generasi Z) Menjelang Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Kubu Raya,” Sosio Edukasi Jurnal Studi Masyarakat dan Pendidikan, vol. 7, no. 2, hlm. 75-89.**, Jun 2024, doi: 10.29408/sosedu.v7i2.24031.
- [7] S. A. Abadi, “Pertanggungjawaban Keuangan Partai Politik yang Bersumber dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah,” Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, vol. 4, no. 2, hlm. 328-340, Jan 2020, doi: 10.17977/um019v4i2p328-340.
- [8] Dewi Iriani, D., Fauzan, M. F. M., Budiono, A. B. A., Djabid, F. D. F., dan Arsal, J. H. A. J. H, “Peran Dan Langkah Strategi Partai Politik Dalam Mengikuti Pemilihan Umum 2024,” Fairness and Justice: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum, vol. 1, no. 22, hlm. 1-13, 2024.
- [9] J. Firmansyah, A. Apriansyah, dan N. T. Leriska, “Komunikasi Politik Dan Citra Partai (Studi Pada Partai Gelombang Rakyat Indonesia Kabupaten Sumbawa),” Jurnal Trias Politika, vol. 7, no. 1, hlm. 61-75, Apr 2023, doi: 10.33373/jtp.v7i1.5050.
- [10] A. Giawa dan T. D. Rini, “**Proses Rekrutmen Sumber Daya Manusia Partai Politik Pada Pileg 2014 (Studi Kasus Proses Rekrutmen Calon Anggota Legislatif Di Dpw Partai Nasdem Diy),**” JBTI: Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi, vol. 8, no. 2, hlm. 161-168, 2017, doi: 10.18196/bti.82090.
- [11] **W. Gusmansyah, “Fungsi Partai Politik Dalam Pendidikan Politik Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Dan Hukum Islam,” Al Imaarah: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam, vol. 4, no. 2, hlm. 177-191.**, Des 2019, doi: 10.29300/imr.v4i2.2831.
- [12] A. Haris, A. Anas, M. Nurjaya, H. Iriawan, dan M. T. Abdullah, “Strategi dan Implementasi Kebijakan Program Sustainable Development Goals (SDGs) untuk Pengentasan Kemiskinan di Desa,” JAKPP (Jurnal Analisis Kebijakan & Pelayanan Publik), hlm. 65-78, Jun 2024, doi: 10.31947/jakpp.v10i1.32690.
- [13] J. B. Sanjaya, M. R. S. Pratama, D. Amaliana, N. F. Dahlya, dan M. N. P. Wulandari, “Optimalisasi SDGs Dalam Program RTLH Sebagai Upaya Akselerasi Rehabilitasi Sosial Masyarakat,” Jurnal Bina Desa, vol. 5, no. 1, hlm. 15-21, Feb 2023, doi: 10.15294/jbd.v5i1.40920.
- [14] **E. N. Udemba, “Cushioning environmental damage with institutions and FDI: study of sustainable development goals (SDGs),”**

- [15] Situmorang, M, Silviani, I., dan Ginting, E. A, “**Strategi Komunikasi Partai Politik Pdip Sumut Dalam Membangun Kepercayaan Pemilih Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024.**,” Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, vol. 7, no. 2, hlm. 134-145, 2023, doi: http://dx.doi.org/10.46930/socialopinion.v7i2.3935.
- [16] Majid, N., “**Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital,**” PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, vol. 1, no. 2, hlm. 53-61, 2023.
- [17] M. Alfarizi dan R. Arifian, “G20 Health Vision in Achieving SDGs 2030: Arranging the Global Health Management Architecture,” Insights in Public Health Journal, vol. 3, no. 1, Jul 2022, doi: 10.20884/1.ipkj.2022.3.1.5565.
- [18] V. A. Haq, “**Peran Kader Perempuan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Optimalisasi Partisipasi Politik Perempuan Melalui Program Pemberdayaan di Kota Depok Pasca Pemilu 2019.**” PARAPOLITIKA: Journal of Politics and Democracy Studies, vol. 5, no. 1, hlm. 28-45, Feb 2024, doi: 10.33822/jpdv.v5i1.7725.
- [19] C. Ji, J. Jiang, and Y. Zhang, “**Political trust and government performance in the time of COVID-19,**” World Dev, vol. 176, p. 106499, Apr. 2024, doi: 10.1016/J.WORLDDEV.2023.106499.
- [20] D. Devine and V. O. Valgarsson, “**Stability and change in political trust: Evidence and implications from six panel studies,**” Eur J Polit Res, vol. 63, no. 2, pp. 478-497, May 2024, doi: 10.1111/1475-6765.12606.
- [21] M. Hirsch, A. Binder, and J. Matthes, “**The Influence of Political Fit, Issue Fit, and Targeted Political Advertising Disclosures on Persuasion Knowledge, Party Evaluation, and Chilling Effects,**” Soc Sci Comput Rev, vol. 42, no. 2, pp. 554-573, Apr. 2024, doi: 10.1177/08944393231193731/FORMAT/EPUB.
- [22] G. Dessler, Human Resource Management, 16th ed. Pearson, 2020.
- [23] J. Barney, M. Wright, and D. J. Ketchen, “**The resource-based view of the firm: Ten years after 1991,**” J Manage, vol. 27, pp. 625-641, 2001.
- [24] S. Hermawan, W. Hariyanto, and S. Biduri, “**Intellectual Capital, Business Performance, and Competitive Advantage: An Empirical Study for the Pharmaceutical Companies,**” Journal of Management Systems, 6 issues per year, vol. 21, no. 175, pp. 103-106, 2020, [Online]. Available: www.calitatea.srac.ro
- [25] F. Biermann, T. Hickmann, C.-A. Sénit, and L. Grob, “**The Sustainable Development Goals as a Transformative Force?,” The Political Impact of the Sustainable Development Goals,** pp. 204-226, Jul. 2022, doi: 10.1017/9781009082945.009
- [26] M. R. Fadli, “**Memahami desain metode penelitian kualitatif,**” Humanika, vol. 21, no. 1, hlm. 33-54, Apr 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- [27] R. Al Izzati, T. Dartanto, D. Suryadarma, and A. Suryahadi, “Direct elections and trust in state and political institutions: Evidence from Indonesia's election reform,” Eur J Polit Econ, vol. 85, Dec. 2024, doi: 10.1016/j.ejpoleco.2024.102572.
- [28] N. E. T. I. Santosa, A. Z. DH, and I. G. Said, “The Political Precedence of Wong Cilik's Collective Historical Memory over the 2024 Election,” An-Nur International Journal of Islamic Thought, vol. 3, no. 1, pp. 19-38, Jun. 2025, doi: 10.62032/AIJIT.V3I1.70.
- [29] N. K. Astanujati and G. A. Trinanda, “Challenges on Party Institutionalization: The Broken Linkage of Three Faces of Party in the National Democrats on Promoting Renewable Energy Bill,” PCD Journal, vol. 11, no. 1, pp. 35-68, Jan. 2024, doi: 10.22146/pcd.v11i1.9571.
- [30] M. Järström, E. Saru, M. Viitasaari, and K. Akriou, “Integrating 'common good' authenticity for sustainable human resource management reporting,” German Journal of Human Resource Management, vol. 38, no. 2, pp. 159-182, May 2024, doi: 10.1177/23970022241229035/FORMAT/EPUB.
- [31] H. Decker, “**The role of content personalisation in political social media campaigning: a review of political microtargeting,**” Zeitschrift für Politikwissenschaft, vol. 35, no. 1, pp. 83-98, Mar. 2025, doi: 10.1007/s41358-025-00410-3.
- [32] A. Rahmadiany and M. P. Aji, “Analysis of Political Branding of The Gerindra Party Through Tiktok Social Media Towards Generation Z In Jakarta: Case Study of The 2024 Election Campaign,” JHSS (Journal of Humanities and Social Studies), vol. 08, no. 3, pp. 843-851, 2024, doi: 10.33751/jhss.v8i3.11100.
- [33] H. Kristiyanto, S. Arinanto, and H. S. Ghafur, “Institutionalization and party resilience in Indonesian electoral democracy,” Heliyon, vol. 9, no. 12, Dec. 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e22919.