



**STRATEGI PEMENANGAN INCUMBENT PADA PILKADA  
2017 DI KABUPATEN BREBES**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial

oleh

Mei Rani Nuristha Betsiana

3312413008

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2017**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

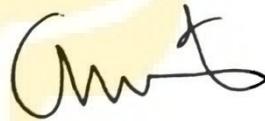
Skripsi dengan judul “**Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes**” telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan pada panitia sidang ujian skripsi Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 13 Oktober 2017

Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II



Drs. Slamet Sumarto, M.Pd.

Moh. Aris Munandar, S.Sos., MM.

NIP.196101271986011001

NIP.197207242000031001

**UNNES**

Mengetahui

Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan



Drs. Tijan, M.Si

NIP. 196211201987021001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi dengan judul “Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes” telah dipertahankan didepan sidang ujian skripsi Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 23 Oktober 2017

Penguji I



Puji Lestari, S.Pd., M.Si

NIP. 197707152001122008

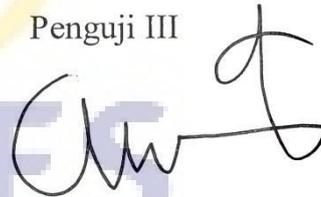
Penguji II



Drs. Slamet Sumarto, M.Pd.

NIP. 196101271986011001

Penguji III



Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M.

NIP. 197207242000031001

Mengesahkan



Dekan Fakultas Ilmu Sosial,

Dr. Moh. Solihatul Mustofa, M.A.

NIP. 19630802 198803 1 001

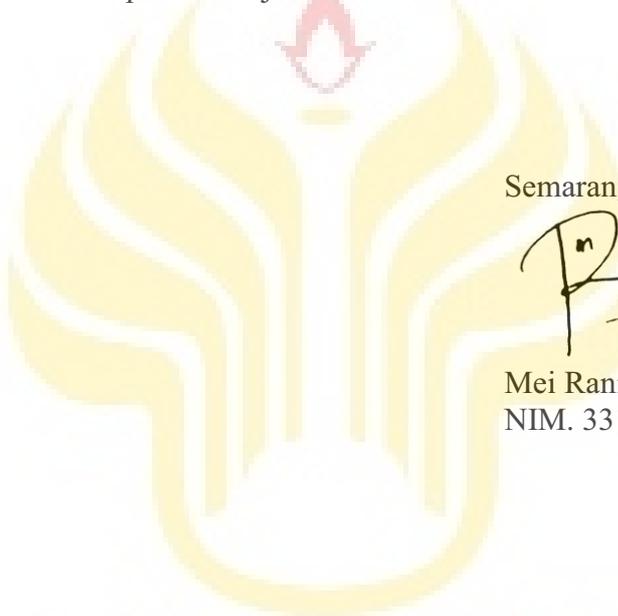
## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi yang berjudul “**Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes**” benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 23 Oktober 2017

Handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mei Rani Nuristha Betsiana'. There is a small 'NB' written above the signature.

Mei Rani Nuristha Betsiana  
NIM. 3312413008

A large, faint yellow logo of UNNES (Universitas Negeri Semarang) is centered in the background. It features a stylized figure with arms raised, topped with a red flame-like element.

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes”**.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman., M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di kampus konservasi ini.
2. Drs. Moh. Solehatul Mustofa., Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dukungan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Negeri Semarang.
3. Drs. Tijan, M.Si., Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kelancaran administrasi di Jurusan Politik dan Kewarganegaraan.
4. Drs. Slamet Sumarto, M.Pd., Dosen pembimbing pertama, terima kasih atas bimbingan dan arahnya.
5. Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM., Dosen pembimbing kedua, terima kasih atas bimbingan dan arahnya.

6. Hj. Idza Priyanti, S.E dan Narjo, S.H selaku Bupati dan Wakil Bupati Brebes periode 2012-2017 yang telah memberikan ijin dan memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis dalam penelitian ini.
7. Tim pemenangan dan Tim relawan pasangan *incumbent* yang bersedia menyempatkan waktu untuk memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis dalam pembuatan skripsi ini.
8. KPU Kabupaten Brebes yang telah memberikan ijin dalam penelitian ini.
9. Kedua orangtua penulis, terimakasih atas segala dukungan materiil dan immateriil yang telah diberikan.
10. Seluruh staf dan karyawan Jurusan PKn, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang yang banyak membantu.
11. Sahabat-sahabat terbaikku dan seluruh teman-teman Prodi Ilmu Politik angkatan 2013, terimakasih atas bantuan, dukungan dan do'annya.
12. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuannya selama dilaksanakannya penelitian sampai selesainya penulisan skripsi ini.

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, 23 Oktober 2017



Mei Rani Nuristha Betsiana  
NIM. 3312413008

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

1. *Success can only be reach by effort and prayer, because human destiny cannot changed without any effort* (Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha).
2. MAN JADDA WAJADA (siapa yang bersungguh-sungguh pasti berhasil),  
MAN SHABARA ZHAFIRA (siapa yang bersabar pasti beruntung),  
MAN SARA ALA DARBIWASHALA (siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan).

### PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orangtuaku yaitu Bapak Burhanudin dan Ibu Nurnaningsih yang setiap detiknya terdapat getaran doa untukku dan kasih sayang yang mengalir tiada henti.
2. Adikku tercinta Dea Virdiyanti Nurdin dan Evliya Armitha Dewi yang menjadi motivasiku untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Sepupuku Yulian Aldiansyah yang selalu memberi semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Aji Shofiudin yang selalu memberi bantuan, support dan doa selama Tiga Tahun Setengah.
5. Girl Squadku Diyah Nur Fadilah, Angelina Dyah, Siska Galuh Prasetyawati dan Clarissa Vicky cs.
6. Sahabat-sahabatku Joko, Prio, Hafis, Novi dan Umi Laelatif, Sahora Dina, Ilham Viaduta.

7. Teman KKN Desa Butuh Kidul yang selalu memberikan semangat dan doa (Wresni, Ika, Elok, Windi, Rizqi, Galih, Rudi, Elvin, Azwar).
8. Teman – teman seperjuangan, Ilmu Politik 2013 UNNES.
9. Almamater UNNES tercinta.



## SARI

**Betsiana, Mei Rani Nuristha. 2017.** Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes. Skripsi, Politik dan Kewarganegaraan. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang.

**Kata Kunci:** Strategi Pemenangan, *Incumbent*.

Strategi pemenangan yang dilakukan pasangan *incumbent* bertujuan untuk memenangkan pemilihan kepala daerah Kabupaten Brebes 2017. Permasalahan penelitian ini yaitu (1) bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan calon kepala daerah *incumbent* dalam memenangkan pilkada langsung 2017 di Daerah Kabupaten Brebes, (2) faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi pemenangan pilkada langsung 2017 di Daerah Kabupaten Brebes.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Data diperoleh dengan wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data diuji dengan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan data dari informan yang satu dengan informan lainnya dan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan data dari dokumen. Data dianalisis dengan model interaktif melalui langkah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemenangan yang dilakukan oleh pasangan *incumbent* yaitu dengan mempertahankan basis pendukung yang merupakan petani dan jamaah NU, rajin blusukan ke desa guna membangun rasa kekeluargaan, menepati janji-janji politiknya dalam upaya mensejahterakan petani dengan cara menstabilkan harga bawang merah yang menjadi *icon* suatu daerah dengan cara melarang bawang impor masuk ke wilayah Kabupaten Brebes, membangun ekonomi kerakyatan dan mengerti trend yang sedang terjadi dikalangan pemilih pemula. Faktor pendukung dalam koordinasi pemenangan pilkada tahun ini adalah sarana dan prasarana, kesadaran masing-masing kader dalam menghadapi tantangan dan tahapan tertentu seperti konsolidasi, pembinaan, penggalangan, penyerangan dan komitmen. Faktor penghambat koordinasi dalam pemenangan pilkada adalah kecemburuan sosial antar pribadi dan letak geografis Kabupaten Brebes yang sangat luas, serta cuaca yang tidak mendukung.

Saran untuk penelitian ini yaitu (1) Perlu adanya pengawasan dari lembaga pemerintah lainnya serta dari masyarakat akan program-program yang direncanakan oleh *incumbent* jika sudah terpilih, (2) Bagi *incumbent* kiranya dapat melaksanakan seluruh program-programnya semasa kampanye dulu serta hal-hal yang dapat membawa kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Brebes, (3) Bagi masyarakat kiranya dapat memperoleh pembelajaran politik dari seluruh aktivitas pemilukada, baik itu semasa kampanye maupun proses pemilihan, agar pemilukada selanjutnya dapat terlaksana dengan lebih baik lagi sehingga menghasilkan pemimpin yang mengayomi masyarakat di Kabupaten Brebes.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKATA .....	vii
SARI .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Istilah .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
A. DESKRIPSI TEORETIS.....	11
1. Strategi Pemenangan .....	11
2. Pemilihan Kepala Daerah .....	27
3. Incumbent.....	39
4. Kajian Hasil Penelitian Relevan.....	42
B. KERANGKA BERPIKIR.....	44
BAB III METODE PENELITIAN .....	47
A. Latar Penelitian.....	47
B. Fokus Penelitian .....	47
C. SumberData .....	48
D. Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Uji Validitas Data .....	51
F. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil Penelitian.....	54
1. Gambaran Umum Kabupaten Brebes.....	54
2. Strategi Pemenangan yang dilakukan <i>Incumbent</i> pada Pilkada 2017 .....	61
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Pemenangan pada Pilkada Tahun 2017.....	81
B. Pembahasan .....	85
BAB V PENUTUP.....	93
A. Simpulan.....	93
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	96



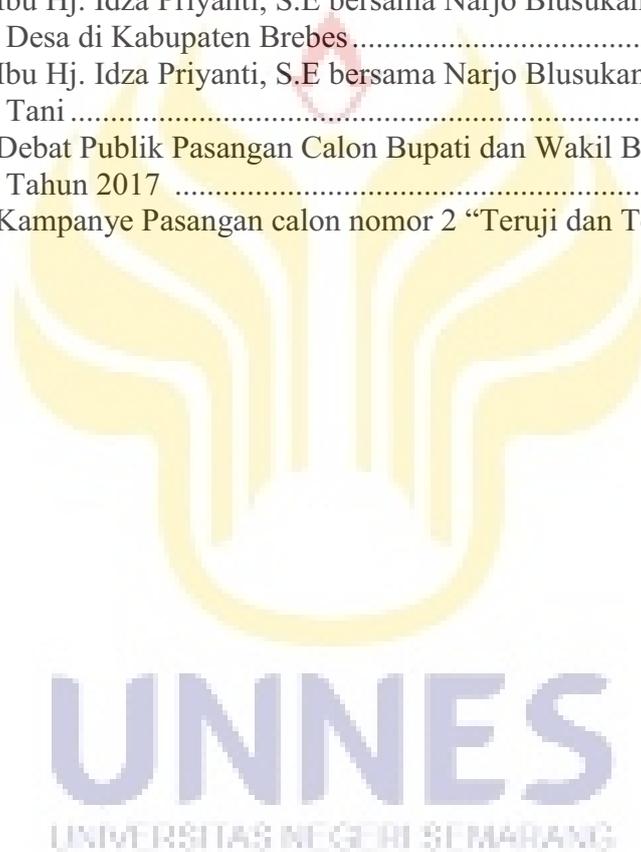
## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Letak Geografis Kabupaten Brebes .....	54
Tabel 4.2 Banyaknya Penduduk menurut kelompok usia dan jenis kelamin di Kabupaten Brebes Tahun 2014 .....	55
Tabel 4.3 Daftar Nama Partai Politik .....	56
Tabel 4.4 Tahapan Pendaftaran Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Brebes .....	57
Tabel 4.5 Partisipasi Pemilih.....	60
Tabel 4.6 Hasil Pemungutan Suara .....	60
Tabel 4.7 Jadwal Kampanye .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	46
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data .....	53
Gambar 4.1 Pendaftaran Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Brebes Tahun 2017 .....	58
Gambar 4.2 Pengundian dan Pengumuman nomor urut pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Brebes Tahun 2017 .....	59
Gambar 4.3 Ibu Hj. Idza Priyanti, S.E menghadiri pengajian Fatayat NU di Salah satu desa di Kabupaten Brebes .....	64
Gambar 4.4 Ibu Hj. Idza Priyanti, S.E bersama Narjo Blusukan ke salah satu Desa di Kabupaten Brebes .....	66
Gambar 4.5 Ibu Hj. Idza Priyanti, S.E bersama Narjo Blusukan kepada Buruh Tani .....	71
Gambar 4.6 Debat Publik Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Brebes Tahun 2017 .....	78
Gambar 4.7 Kampanye Pasangan calon nomor 2 “Teruji dan Terbukti” .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing .....	100
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian .....	101
Lampiran 3. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	103
Lampiran 4. Instrumen Penelitian.....	105
Lampiran 5. Pedoman Wawancara.....	111
Lampiran 6. Daftar Informan Penelitian.....	115
Lampiran 7. Profil <i>Incumbent</i> Kabupaten Brebes .....	116
Lampiran 8. Keputusan KPU Kabupaten Brebes Tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Perhitungan Perolehan Suara.....	118



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perubahan dalam perpolitikan Indonesia dimulai sejak era reformasi. Hal ini ditandai dengan sistem demokrasi yang lebih terbuka, dimana hak-hak warga negaranya lebih dihargai yang tercermin dalam pemilihan presiden atau kepala daerah. Pemilihan kepala daerah telah memberi kesempatan kepada masyarakat untuk memilih calon-calon kepala daerah (gubernur, bupati dan walikota) yang dikehendaknya secara langsung tanpa diwakili oleh DPRD. Sistem pemilihan secara langsung dengan mengumpulkan suara terbanyak seperti ini yang bertujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat agar turut berpartisipasi dalam demokrasi politik, karena partisipasi masyarakat dalam menyalurkan suara politiknya akan menentukan arah dan kebijakan pembangunan daerah selama setidaknya lima tahun ke depan.

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) secara langsung yang digelar di tanah air sejak tahun 2005, memberikan kesempatan yang luas bagi pemilih untuk menentukan pilihannya sesuai keinginan dan hati nurani masing-masing yang ada di daerah. Disahkannya Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang merupakan revisi dari Undang-undang No. 22 Tahun 1999, telah mengubah tata cara pemilihan kepala daerah. Kepala daerah yang sebelumnya dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) diubah menjadi dipilih langsung oleh masyarakat. Ketentuan ini tertuang

dalam pasal 56 ayat 1 undang-undang tersebut yaitu, "Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil". Dengan demikian gubernur, bupati dan walikota yang masa jabatannya berakhir pada tahun 2005 dan setelahnya akan dipilih secara langsung oleh rakyat dalam suatu pemilihan langsung yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Fenomena menarik dalam ajang pilkada yaitu terdapatnya pertahanan (*incumbent*) yang sebagian besar menang dalam setiap persaingan menduduki kursi orang nomor satu di daerah. Hal tersebut terjadi karena, selain ingin memiliki dukungan beberapa jaringan dan mesin politiknya yang cukup solid, kandidat pertahana ini mempunyai *image* yang baik sebagai pejabat yang populer di mata publik. Apalagi jika proses tersebut ditopang dengan kinerja figur yang positif tentunya akan semakin memperkuat korelasi antara pemilihan dan calon kandidat dalam hal memperoleh kemenangan.

Seringkali pilkada langsung digelar, pasangan kandidat yang didukung kursi parlemen terbanyak dan sekaligus *incumbent* berhasil memenangkan pilkada langsung, jika dilihat dari segi personal pasangan kandidat, pasangan kandidat *incumbent* setidaknya sudah mempunyai keunggulan sendiri dibandingkan dari kandidat bukan *incumbent* seperti, popularitas, citra, penguasaan opini di masyarakat serta penguasaan opini yang ada di media massa, dan persiapan *financial*, rekrutmen tim sukses, strategi, taktik kemenangan serta pemahaman karakteristik masyarakat pemilih, sehingga masing-masing pasangan calon bersama tim sukses membutuhkan sebuah

strategi komunikasi yang efektif. Hal itu dimaksudkan untuk memunculkan kesadaran, rasa simpati, dan dukungan dari para pemilih. Serta bagaimana membina hubungan antara pasangan calon dengan para pemilih, sehingga para pemilih mencoblos pasangan calon yang diusung tim sukses tersebut.

Pencalonan *incumbent* dalam sebuah pilkada, tentu membutuhkan beberapa modal yang kemudian dapat menjadi satu kekuatan dalam meraih dukungan atau suara masyarakat. Calon *incumbent* lebih diunggulkan dari beberapa sisi diantaranya, yaitu: membangun interaksi yang baik dengan masyarakat, lebih mengetahui permasalahan pembangunan daerah, pendidikan dan lain-lain yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Keunggulan ini dapat berguna untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat agar dapat mendapat dukungan kembali saat mencalonkan diri.

Partai politik dianggap mampu berperan sebagai tempat pengkaderan atau regenerasi kepemimpinan dalam sebuah sistem politik. Pengkaderan regenerasi yang dimaksudkan yaitu melalui pendidikan politik yang bisa dijadikan sebagai modal bagi para calon kepala daerah. Pendidikan politik yang didapatkan diharapkan dapat memberi pemahaman kepada kepala daerah dalam mengambil keputusan atau membuat kebijakan. Calon *incumbent* yang masih berwenang di daerahnya memiliki kesempatan untuk membuat kebijakan yang menarik perhatian masyarakat agar dalam pemilihan kepala daerah periode selanjutnya *incumbent* mendapat perhatian khusus dari masyarakat.

Selain itu ada beberapa kegiatan yang akan dijalankan selama pilkada berlangsung kegiatan tersebut antara lain pendaftaran pemilih, pendaftaran calon, kampanye. Kampanye merupakan hal yang sangat esensial dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah. Selama masa kampanye yang dilaksanakan dalam jangka waktu 14 hari dan berakhir tiga hari sebelum pemungutan suara, pasangan calon kepala daerah bersama tim kampanyenya akan berusaha memperkenalkan dirinya serta memaparkan visi-misi mengenai rancangan kebijakan pembangunan daerah selama lima tahun kedepan masa kepemimpinannya jika terpilih. Terbatasnya waktu kampanye yang disediakan oleh Komisi Pemilihan Umum, memaksa pasangan calon kepala daerah beserta tim kampanyenya untuk merencanakan strategi kampanye politik secara efektif agar dapat menjangkau seluruh masyarakat di daerah pemilihan. Jenis komunikasi yang dianggap sesuai untuk memenuhi kebutuhan itu adalah komunikasi massa, sehingga saluran komunikasi yang paling banyak digunakan dalam kampanye politik adalah media massa. Kesempatan seorang calon kepala daerah untuk memenangkan pemilihan secara langsung pun bergantung pada penggunaan beragam media massa dalam kampanye politik yang dilakukannya. Saat ini pemilihan kepala daerah, telah menjadi agenda penting bagi setiap daerah. Bagi institusi partai politik pergeseran mekanisme dari sistem perwakilan ke sistem langsung telah mengharuskan institusi partai politik melakukan pembenahan dalam strategi pendekatannya untuk meraih kesuksesan di ranah eksekutif. Guna mengefektifkan strategi pendekatan kepada pemilih di pilkada, maka seorang

kandidat dituntut harus mampu memasarkan dirinya ditengah-tengah masyarakat sesuai dengan kemajuan jaman dan keterbatasan di daerah pemilihan. Metode pemasaran politik (*political marketing*) merupakan strategi kampanye yang sedang disukai saat ini, secara sadar ataupun tidak pendekatan *marketing* dalam dunia politik telah dilakukan oleh para kontestan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan politik mereka kepada pemilih.

Pemilihan kepala daerah yang akan dilaksanakan serentak termasuk di daerah Kabupaten Brebes merupakan salah satu wadah untuk memperoleh kekuasaan, karena adanya rekrutmen politik yakni proses seleksi yang dilakukan rakyat terhadap tokoh-tokoh yang akan menduduki jabatan sebagai bupati dan wakilnya, aktor-aktor yang terlibat didalam sistem pemilihan kepala daerah adalah rakyat, partai politik, dan calon kepala daerah. Yang membedakan pilkada di Kabupaten Brebes tahun ini yaitu adanya calon kandidat pertahana (Incumbent) yang mengikuti kembali ajang pesta demokrasi di Kabupaten Brebes.

Setiap pemilihan kepala daerah secara langsung digelar hampir selalu dimenangkan pasangan kandidat incumbent. Tetapi akankah calon kandidat incumbent di daerah Kabupaten Brebes dapat memenangkan pilkada serentak tahun ini. Karena kesuksesan pasangan kandidat incumbent merupakan fenomena terkini yang terjadi dalam era pesta demokrasi lokal diberbagai daerah, baik tingkat provinsi, maupun kabupaten dan kota se-Indonesia. Maka dari itu perlu adanya strategi pemenangan dalam sebuah ajang pemilihan

kepala daerah. Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam memenangkan suatu pemilihan kepala daerah langsung membutuhkan strategi pemenangan yang sistematis dan strategis dalam kampanye, dalam menjalankan strategi pemenangan selalu ada tujuan yang hendak dicapai. Pencapaian tujuan tersebut tentu saja tidak dapat dilakukan melalui tindakan yang seadanya, melainkan harus didasari pengorganisasian tindakan oleh tim pemenangan pasangan *incumbent* secara sistematis dan menyatakan keberhasilan yang telah dicapai oleh *incumbent* selama masa jabatan yang terdahulu untuk disampaikan kepada masyarakat sebagai point plus dalam pencapaian strategi pemenangan yang akan dilakukan sehingga memungkinkan pasangan *incumbent* dapat memenangkan pilkada di Kabupaten Brebes. Melihat dari realita yang ada, maka dilakukan penelitian tentang “STRATEGI PEMENANGAN PADA PILKADA 2017 (Studi Kasus: pada Incumbent Kabupaten Brebes)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan calon kepala daerah *incumbent* dalam memenangkan pilkada langsung 2017 di Daerah Kabupaten Brebes?
2. Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi pemenangan pilkada langsung 2017 di Daerah Kabupaten Brebes?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemenangan yang dilakukan calon kepala daerah *incumbent* dalam memenangkan pilkada langsung 2017 di Daerah Kabupaten Brebes.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi pemenangan pilkada langsung 2017 di Daerah Kabupaten Brebes.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat, manfaat teoretis dan praktis.

#### **1. Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup bagi perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia dan ikut membantu memperkaya wawasan keilmuan dalam bidang politik. Utamanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi khususnya tentang strategi pemenangan dalam pemilihan kepala daerah.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Jurusan PKn

Sebagai kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu politik yang berkaitan dengan pemimpin, kepemimpinan, pilkada, dan strategi pemenangan yang ada kaitannya dengan kampanye politik,

komunikasi politik dan marketing politik. Diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi jurusan atau fakultas dalam menambah referensi keilmuan.

b. Bagi Pasangan Kandidat

Penelitian ini bisa dijadikan bahan acuan bagi para kandidat kepala daerah yang akan maju dalam pemilihan bupati, bisa juga digunakan sebagai referensi atau bahan pijakan bagi siapapun yang akan maju dalam pemilihan kepala daerah, terutama yang berkaitan dengan strategi pemenangan, bisa juga sebagai bahan acuan untuk memilih tim pemenangan pasangan calon khususnya pasangan calon incumbent selanjutnya dalam pilkada.

## **E. Batasan Istilah**

Dalam penelitian ini dijelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul penelitian. Untuk menghindari kesalahan penafsiran dalam judul ini maka perlu diberikan penegasan yang jelas mengenai istilah-istilah kunci dalam rumusan masalah, dengan begitu diharapkan tidak terjadi kesalahan persepsi atau penafsiran sehingga penelitian ini menjadi lebih terarah.

### **1. Strategi Pemenangan**

Strategi merupakan rencana penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang dan arah tindakan yang mengenai kegiatan untuk mencapai kesuksesan. Dalam sebuah pertarungan politik yang menghubungkan antara

pelaku politik atau politikus dengan pemilih saat membutuhkan metode untuk melakukan pendekatan kepada pemilih.

Pemenangan adalah suatu proses yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mencapai kemenangan. Dengan demikian strategi pemenangan yaitu suatu rencana yang cermat yang disusun oleh kandidat yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran yang ditentukan dalam pemilihan kepala daerah.

Strategi pemenangan dalam pemilihan ini sangat diperlukan demi tercapainya apa yang menjadi kepentingan elit tersebut. Strategi pemenangan adalah sebuah cara yang telah dipahami dan disusun terlebih dahulu untuk merealisasikan cita-cita politik yang digunakan untuk perubahan jangka panjang.

## **2. Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA)**

Pemilihan kepala daerah merupakan salah satu wadah untuk memperoleh kekuasaan, karena adanya rekrutmen politik yakni proses seleksi yang dilakukan rakyat terhadap tokoh-tokoh yang akan menduduki jabatan bupati dan wakilnya, aktor-aktor yang terlibat didalam sistem pemilihan kepala daerah adalah rakyat, partai politik, dan calon kepala daerah.

## **3. Incumbent**

Incumbent dapat diartikan sebagai pemegang suatu jabatan politik di suatu daerah yang sedang menjabat. Setiap pemilihan kepala daerah secara

langsung digelar hampir selalu dimenangkan pasangan kandidat incumbent. Dalam penelitian ini kandidat incumbennya adalah Hj. Idza Priyanti, S.E dengan Narjo, S.H di daerah Kabupaten Brebes.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Deskripsi Teoretis

##### 1. Strategi Pemenangan

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan (Aminah, 2014:10).

Menurut Sofjan (2013:2-3), strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran suatu organisasi yang mendasar yang bersifat untuk jangka panjang. Oleh karena itu, istilah “strategi” sering pula dirumuskan sebagai suatu rangkaian tindakan atau cara yang dilakukan oleh suatu organisasi, dalam rangka upaya organisasi itu untuk mencapai suatu kinerja yang superior. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang dan damai atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (*ideologi*, politik, ekonomi, sosial budaya

dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam hal waktu dan ukuran (Firmanzah, 2008:259).

Berdasarkan pengertian strategi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rencana penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang dan arah tindakan yang mengenai kegiatan untuk mencapai kesuksesan. Dalam sebuah pertarungan politik yang menghubungkan antara pelaku politik atau politikus dengan pemilih saat membutuhkan metode untuk melakukan pendekatan kepada pemilih.

Pemenangan adalah suatu proses yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mencapai kemenangan. Dengan demikian strategi pemenangan dapat diartikan sebagai suatu rencana yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh kandidat atau partai politik yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran yang ditentukan dalam pemilihan kepala daerah.

Strategi Politik merupakan strategi atau tehnik yang digunakan untuk mewujudkan suatu cita-cita politik. Strategi politik sangat penting untuk sebuah partai politik , tanpa adanya strategi politik, perubahan jangka panjang sama sekali akan dapat diwujudkan (Lerah, 2013:3).

Strategi kemenangan kandidat pertahanan meliputi 3 tahap yaitu tahap segmentasi pasar politik, tahap targeting politik dan tahap positioning

politik kandidat. Ketiga tahapan strategi ini, dimaksudkan agar kandidat dapat hadir kedalam karakteristik masyarakat pemilih kemudian memahami apa yang menjadi aspirasi masyarakat pada setiap segmen pemilih dan merealisasikan dalam bentuk program kerja partai, sehingga walaupun dengan sumber daya terbatas seorang kandidat dapat memaksimalkan perolehan suara pada daerah pemilihannya.

- 1) *Segmentasi*, pada dasarnya digunakan untuk mengenal lebih jauh kelompok-kelompok khayalak yang berguna untuk mencari peluang, menggerogoti kelompok lawan berdasarkan kecenderungan pilihan, preferensi, keinginan, cita rasa, gaya hidup, sistem nilai bahkan sampai pada persoalan pribadi.
- 2) *Targetting*, digunakan untuk memilih salah satu atau beberapa segmen yang akan dibidik untuk mencapai sasaran obyektif. Targetting juga dilakukan untuk memfokuskan kegiatan kampanye dan isu yang dibuat. Khalayak sasaran yang dipilih oleh tim sukses kandidat adalah individu-individu yang masih ada pada posisi belum memiliki pilihan terhadap salah satu pasangan calon baik pemilih lama maupun pemilih pemula.
- 3) *Positioning*, merupakan atribut pembeda yang membedakan satu kandidat dengan kandidat lainnya. Positioning lainnya adalah bahwa dalam setiap kampanye politik, tim sukses mengatur sedemikian rupa mulai dari busana yang disesuaikan dengan konteks sosial konstituen hingga gaya bicara maupun materi yang diorasikan agar bisa

memperoleh simpati dari para calon pemilih (Sugiarto, dkk. 2013:153-154).

Untuk memenangkan suatu pemilihan kepala daerah dibutuhkan upaya-upaya yang harus ditempuh dan strategi yang sistematis dan strategis. Strategi untuk menggaet dukungan pemilih salah satunya direalisasikan melalui kegiatan kampanye politik. Kampanye politik adalah semua agenda partai atau perorangan yang berkaitan dengan pengumpulan massa, parade, orasi dengan pemaparan program kerja dan mempengaruhi opini publik, pemasangan atribut partai (misalnya umbul-umbul, poster, spanduk), dan pengiklanan partai lewat media cetak ataupun elektronik, dengan maksud untuk sosialisasi program kerja dan mempengaruhi opini publik (Firmanzah, 2010:217).

Sebuah kampanye politik merupakan usaha terorganisasi yang berusaha untuk memengaruhi proses-proses pembuatan keputusan di dalam kelompok spesifik. Di dalam alam kehidupan demokrasi, kampanye politik juga disebut dengan kampanye pemilihan umum (Sayuti, 2014:101). Tujuan kampanye politik pun sangat spesifik bergantung pada jenis pemilihan umumnya. Kampanye politik menjelang pemilihan umum presidensial ditujukan untuk memengaruhi calon pemilih agar memutuskan untuk memilih calon presiden tertentu. Demikian juga dalam kampanye politik pemilihan umum kepala daerah, ditujukan untuk memengaruhi calon pemilih agar memutuskan untuk memilih calon kepala daerah tertentu.

Menurut Firmanzah pada bukunya yang berjudul Marketing politik, Kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik maupun perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan memengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan (Firmanzah, 2008:271).

Jika kampanye merupakan bagian dari pesta demokrasi, tentu tidak perlu dikhawatirkan atau ditakutkan, bahkan seharusnya merupakan fase-fase yang ditunggu-tunggu oleh seluruh elemen rakyat Indonesia. Psikologi komunikasi menegaskan bahwa yang dapat memengaruhi massa bukan hanya apa yang dikatakan, melainkan juga siapa yang mengatakannya. Oleh karena itu, untuk meraih suara yang besar selain harus ditentukan dengan figur pasangan calon, juga sangat dipengaruhi oleh komunikasi politik yang sangat baik dan terstruktur oleh juru kampanye. Ada dua hal yang harus dimiliki oleh seorang komunikator sehingga dapat menggerakkan hati massa, yakni *expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). Jika tim kampanye mengambil tema mengentaskan kemiskinan, meningkatkan pendidikan masyarakat, dan tema lainnya; juru kampanyenya pun harus orang yang sudah dipercaya memiliki keahlian dibidang tersebut.

Selain juru kampanye, isi pesan yang disampaikan pun menjadi bagian yang dapat juga menggerakkan hati rakyat. Pesan yang baik adalah pesan yang dapat diinternalisasi, yakni gagasan, pikiran, atau anjuran yang dapat

memenuhi kebutuhan atau dapat memecahkan masalah yang dihadapi rakyat. Semua tindakan, baik yang dilakukan oleh pasangan calon, tim kampanye atau para pendukung juga merupakan pesan. Oleh karena itu, sejatinya tahaap kampanye ini dijadikan sebagaai ajang pemikat bagi para pemilih, dan hindarilah segala tindakan yang dapat menumbuhkan rasa antipati rakyat. Jangan sia-siakkan segala pengorbanan tenaga dan harta rakyat hanya untuk tindakan yang mencederai nurani rakyat (Hikmat, 2010:218-222).

Kampanye politik umumnya dilakukan dalam bentuk pertemuan dan rapat-rapat umum yang berisi berbagai pidato, pembicaraan penyampaian slogan-slogan, atau dalam bentuk penyebaran barang-barang cetakan dan barang rekaman berisikan kalimat-kalimat ajakan, bujukan, gambar-gambar atau suara dan simbol-simbol. Semua bentuk kampanye tersebut secara garis besar berisikan pesan persuasif yang secara langsung mengajak pendengar, pemirsa atau pembaca untuk menjatuhkan pilihannya kepada kandidat atau partai politik tertentu dalam sesi pemilihan umum yang tertentu pula.

Jenis komunikasi kampanye politik pada umumnya dan pada dasarnya dirancang sebagai komunikasi satu arah. Adapun sesi debat kandidat atau debat partai politik peserta pemilu sebagaimana yang belakangan dilakukan dan dimediasi oleh stasiun televisi dan disiarkan secara langsung pun tetap menggunakan jenis komunikasi satu arah, yaitu dari

media televisi dan atau radio (katakanlah demikian) kepada khalayak, dan tidak mencangkup arah sebaliknya (jenis komunikasi dua arah).

Kampanye di era teknologi informasi dan komunikasi juga dilakukan melalui internet. Sebuah blog atau situs, atau bahkan hanya sebuah akun twitter atau facebook dapat dipergunakan untuk merekayasa suatu citra kelompok kepentingan politik tertentu, kemudian berkembang dan dipergunakan untuk pengenalan sebuah gagasan atau ide politik tertentu kepada khalayak atau suatu kelompok tertentu yang diharapkan mendapatkan feedback/timbal balik/tanggapan. Kampanye melalui media online saat ini merupakan yang paling banyak dikerjakan oleh hampir semua kelompok pemangku kepentingan politik. Format pengemasan informasinya pun beragam dan berlapis-lapis, dari penggunaan website, blog, koran, dan majalah online, serta dilengkapi juga dengan penerbitan grup dan akun facebook serta twitter (Sayuti, 2014:108-109).

Pesan-pesan dari suatu kampanye politik lazimnya memuat gagasan yang ditawarkan oleh para kandidat atau partai politik kepada para khalayak calon pemilih. Pesan tersebut lazimnya berisi butir-butir pembicaraan mengenai berbagai persoalan kebijakan. Butir-butir pembicaraan yang memuat gagasan-gagasan utama kampanye tersebut penyampaianya diulang berkali-kali agar menciptakan kesan akhir mendalam pada calon pemilih. Bagi kandidat pemenang pemilihan umum, pesan kampanye politik harus terus disempurnakan sehingga kemudian menjadi agenda politik harus terus disempurnakan sehingga kemudian

menjadi agenda politik dan program politik pembangunan sang kandidat di kantor pemerintahannya ketika kelak berkuasa (Sayuti, 2014:110).

Kampanye politik memerlukan sebuah organisasi manajerial yang mampu secara profesional, merumuskan, merancang, serta mengimplementasikan aktivitas terprogram, mengendalikan dan mengevaluasi kerja dan kinerja kampanye politiknya. Seorang manajer profesional oleh karenanya diperlukan untuk memimpin, mengorganisasikan dan mengoordinasikan operasi-operasi kampanye politik yang diamanahkan oleh kandidat atau partai politik kedepannya. Para manajer kampanye beserta aparaturnya, seringkali secara terpisah dari kandidat yang dikampanyekannya melakukan berbagai kampanye yang jauh lebih feasible, lebih mengena dengan situasi calon pemilih audiens kampanye. Para manajer kampanye bahkan sering muncul dalam performa tampilan yang mencerminkan sebagai pemimpin yang lebih visioner dibanding kandidat yang dikampanyekannya. Situasi komparatif ini di antaranya karena seorang manajer kampanye haruslah orang yang mengerti visi, misi dan tujuan serta sasaran politik yang digagas oleh kandidat dan atau partai politik yang diusungnya. Namun, pada saat bersamaan juga haruslah seorang yang mampu memimpin secara manajerial pengelolaan kampanye politik untuk memenangkan kandidat atau partai politik tersebut (Sayuti, 2014:118).

Ruang lingkup strategi di sini tidak sebatas pada tataran konsep atau rencana yang sudah disusun partai atau tim pemenangan, namun yang

terpenting adalah bagaimana komunikasi politik yang terjadi antara partai atau tim pemenangan dengan calon pemilih tersebut mengimplementasikan nya di lapangan. Menurut Maswardi Rauf (1993) menyebutkan bahwa komunikasi politik sebagai objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah dan aktivitas komunikator sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dibagi dalam dua dimensi, yakni (1) sebuah kegiatan politik: penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain; (2) kegiatan ilmiah: kegiatan politik dalam sistem politik (Hikmat, 2010:36).

Secara umum, menurut Mahmi M. Hikmat (2010:34-41) dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Politik Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*. Bentuk-bentuk komunikasi yang disodorkan oleh para ilmuwan berbeda-beda, tetapi secara substansial sebetulnya sama. Terdapat beberapa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuan politiknya:

- 1) Retorika. Berasal dari bahasa Yunani-*rhetorica*, yang berarti seni berbicara. Menurut Aristoteles dalam karyanya *Retorika*, ada tiga jenis retorika, yakni (1) retorika diliberatif, yaitu retorika yang dirancang untuk memengaruhi khalayak dalam kebijakan pemerintah, yang difokuskan pada keuntungan atau kerugian jika suatu kebijakan diputuskan atau dilaksanakan; (2) retorika forensik, yaitu retorika

yang berkaitan dengan keputusan pengadilan; (3) retorika demonstratif, yaitu retorika yang mengembangkan wacana yang dapat menguji atau menghujat.

- 2) Agitasi politik. Berasal dari bahasa Latin, *agitare*. Artinya, bergerak atau menggerakkan, dalam bahasa Inggris, *agitation*. Menurut Harbert Blumer, agitasi dilakukan untuk membangkitkan rakyat kepada
- 3) Propaganda. Berasal dari bahasa Latin, *propagare* (menanamkan tunas suatu tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama Katolik. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda, yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar. Menurut W. Dobb, di negara demokrasi propaganda dipahami sebagai suatu usaha individu suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan, dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti.
- 4) *Public Relation (PR) Politics*. Tumbuh pesat di Amerika Serikat setelah Perang Dunia II, sebagai suatu upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik. Tujuan PR politik adalah menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).

- 5) Kampanye Politik. Bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Kampanye politik mempunyai ciri-ciri: sumber yang melakukannya selalu jelas; waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi; sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak; tujuannya tegas, variatif serta spesifik; modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi; modus tindakannya diatur kaidah dan kode etik; mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.
- 6) Lobi Politik. Istilah lobi sendiri sesungguhnya tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel karena yang hadir para politikus yang berbincangan politik (*political lobbying*) terjadi dialog (komunikasi antarpersona) secara informal namun penting. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsensus.
- 7) Lewat Media Massa. Menurut McLuhan, sebagai peluasan pancaindra manusia (*sense extention theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*) dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik; untuk khalayak yang lebih luas yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

Tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam sebuah sistem politik tertentu oleh komunikator politik kepada komunikan politik. Namun, secara khusus para ilmuwan memberikan batasan yang eksplisit tentang tujuan komunikasi politik ini sebagai berikut:

1) Citra Politik

Citra (*image*) adalah gambaran seseorang (figur) yang tersusun melalui persepsi yang bermakna melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan. Menurut Dan Nimmo (2000:6-7), citra politik terjalin melalui pemikiran dan perasaan secara subjektif yang akan memberikan penilaian serta pemahaman terhadap peristiwa politik tertentu.

2) Pendapat Umum

Pendapat umum diterjemahkan dari bahasa Inggris, *public opinion*, menurut William Albig (dalam Arifin, 2003:116), pendapat umum adalah hasil interaksi antara orang-orang dalam suatu kelompok. Maka itu, pendapat umum dapat diperincikan sebagai (1) pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian dan harapan-harapan dari individu, kelompok dalam masyarakat tentang masalah yang berhubungan dengan kepentingan umum atau persoalan sosial; (2) hasil interaksi, diskusi atau penilaian sosial antar individu berdasarkan pertukaran pikiran secara sadar dan rasional; (3) pendapat umum akan

dapat dikembangkan, diubah dan dibentuk oleh media massa; (4) bisa dilakukan pada penganut demokratis (keterbukaan).

### 3) Partisipasi Politik

Miriam Budiarto (dalam Faturahman dan Sobari, 2002:185) mengartikan partisipasi politik sebagai kegiatan seseorang/ kelompok untuk ikut serta aktif dalam memilih pemimpin negara dan secara langsung/tidak langsung memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*). Bisa berupa (1) fungsi agregasi kepentingan (*interest aggregation function*). Pada fungsi ini terdapat proses penggabungan kepentingan, untuk kemudian dirumuskan dan disalurkan kepada pemegang kekuasaan atau pemerintah yang memegang kekuasaan dan yang berwenang (*authority atau legalized power*) untuk dijadikan kebijakan publik (*public policy*). (2) fungsi artikulasi kepentingan (*articulation function*). Pada fungsi ini terjadi proses sintesis aspirasi individu-individu sebagai anggota kelompok yang berupa ide, pendapat yang kemudian dijadikan pola dan program politik

### 4) Sosialisasi Politik

Menurut David Easton dan Jack Denis, sosialisasi politik sebagai suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapat orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah laku. Robinson oleh Alexis S. Tan (dalam Harun dan Sumarno, 2006:82) mendefinisikan sosialisasi politik sebagai proses perubahan perilaku yang berhubungan erat dengan proses belajar dengan memahami peristiwa politik.

#### 5) Pendidikan politik

Pendidikan politik adalah usaha menanamkan, mengubah atau mempertahankan sistem nilai atau orientasi politik dengan mengaktifkan proses sikap, perilaku, sistem berpikir, serta pandangan seseorang atau kelompok, baik kader, simpatisan maupun masyarakat umum, yang dilakukan oleh politikus, profesional dan aktivis (sebagai komunikator politik) atau lembaga (organisasi) sebagai partai politik.

#### 6) Rekrutmen Politik

Rekrutmen politik adalah suatu usaha untuk mengajak individu-individu masuk ke dalam orientasi dan nilai politik yang pada akhirnya menjadikan anggota politik, baik sebagai simpatisan sampai menjadi kader politik dan pengurus organisasi politik.

Berdasarkan pengertian yang sudah disampaikan di atas, komunikasi politik dapat diartikan sebagai materi muatan yang berisi pesan-pesan politik (isu-isu politik, peristiwa politik dan perilaku politik individu-individu, baik sebagai penguasa maupun kemasyarakatan). Secara umum, tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam sebuah sistem politik tertentu oleh komunikator politik kepada komunikan politik.

Strategi pemenangan pilkada yang terencana dengan kebijakan kampanye yang tepat, komunikasi politik antar kandidat serta tim sukses

dengan calon pemilih yang baik, dapat dilakukan dengan pendekatan pemasaran. Secara garis besar, Firmanzah (2008:322) menyatakan beberapa argumen mengapa marketing politik dibutuhkan. Karena, (1) marketing politik memperluas keterlibatan semua pihak, mulai dari institusi politik hingga masyarakat dan swasta. Keterlibatan ini terjadi seiring dengan semakin meluasnya keterlibatan setiap kelompok masyarakat dalam aktivitas politik. (2) marketing politik mengintensifkan frekuensi dan kualitas maupun hubungan antara institusi politik dengan masyarakat. Melalui marketing politik, para kontestan dapat meningkatkan kualitas produk politik yang akan mereka tawarkan. Kehadiran marketing politik meningkatkan intensitas dan kualitas persaingan yang membuat masing-masing kontestan saling berlomba-lomba untuk mencoba memenuhi kebutuhan masyarakat. (3) marketing politik merupakan media distribusi dan edukasi politik. Marketing politik membantu pendistribusian informasi sampai ke plosok-plosok daerah dan sekaligus juga membantu masyarakat dalam memahami apa itu politik. (4) marketing politik membuka area politik yang selama ini 'tertutup' dan 'tabu' secara politik menjadi bisa didiskusikan dan dikritisi. Marketing politik memungkinkan adanya keterbukaan dan pemberitaan intensif dan ekstensif dari semua aktivitas politik, baik yang sudah, sedang maupun yang akan dilakukan para kontestan. (5) marketing politik memudahkan proses kontrol sosial masyarakat terhadap institusi politik. Masyarakat secara luas dapat mengevaluasi dan menilai kelayakan masing-masing kandidat.

Penggunaan metode marketing dalam bidang politik dikenal sebagai marketing politik (*political marketing*). Dalam marketing politik, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing untuk membantu politikus dan partai politik agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat. Hubungan ini diartikan secara luas, dari kontak fisik selama periode kampanye sampai dengan komunikasi tidak langsung melalui pemberitaan dimedia massa (Firmanzah, 2008:128).

Dalam hal ini marketing lebih dilihat secara filosofis dan relasional. Filosofis dalam arti marketing adalah mekanisme pertukaran antara dua pihak atau lebih. Antara kontestan dengan konstituen terdapat pertukaran ide, gagasan, ideologi, dan program kerja. Partai politik dan kandidat individu mencoba untuk menyusun program kerja yang sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu program kerja perlu dikomunikasikan dan mendapatkan umpan-balik (*feedback*) dari masyarakat, sehingga terbentuk hubungan yang relasional (Firmanzah,2008:148-149).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pemenangan adalah rencana yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh kandidat atau partai politik yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran yang ditentukan. Pencapaian tujuan tersebut tentu saja tidak dapat dilakukan melalui tindakan yang seadanya, melainkan harus didasari pengorganisasian tindakan secara sistematis dalam bentuk strategi.

Seperti halnya Strategi pemenangan, dalam mensukseskan pilkada Kabupaten Brebes perlu adanya upaya-upaya yang harus dilakukan seperti kampanye, dan komunikasi politik antar kandidat dan calon pemilih serta perlu adanya marketing politik dalam pencapaian tujuan tersebut yaitu memenangkan pilkada tersebut dan memperoleh kekuasaan yang hendak dicapai. Hal ini akan menentukan keberlangsungan proses demokrasi di masa yang akan datang. Informasi dan aspirasi politik akan sangat berguna, bukan hanya bagi partai-partai politik atau calon-calon pejabat publik, tetapi juga bagi masyarakat pada umumnya.

## **2. Pemilihan Kepala Daerah**

Dari sisi normatif, penyelenggaraan pilkada telah diatur melalui UU nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, sebagai pengganti UU nomor 22 tahun 1999. Seiring dengan itu, pemerintah juga telah mengeluarkan PP nomor 17 Tahun 2005 sebagai pengganti PP nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Dengan Pemilihan Kepala Daerah secara langsung, kepala daerah seperti gubernur (propinsi) dan bupati/walikota (Kabupaten/Kota) akan dipilih oleh rakyat. Pasal 56 ayat (1) UU No. 32 Tahun 2004 menyebutkan, “Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis, langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil” (Asfar, 2006:1).

Dengan demikian gubernur, bupati dan walikota yang masa jabatannya berakhir pada tahun 2005 dan setelahnya akan dipilih secara langsung oleh rakyat dalam suatu pemilihan langsung yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Perubahan sistematis pemilihan kepala daerah telah memberi kesempatan kepada masyarakat untuk memilih calon-calon kepala daerah (gubernur, bupati dan walikota) yang dikehendaknya secara langsung tanpa diwakili oleh DPRD. Sistem pemilihan secara langsung dengan mengumpulkan suara terbanyak seperti ini memerlukan upaya persuasif yang bertujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat agar turut berpartisipasi dalam demokrasi politik, karena partisipasi masyarakat dalam menyalurkan suara politiknya akan menentukan arah dan kebijakan pembangunan daerah selama setidaknya lima tahun ke depan (Yustian, 2008:19).

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2005 tentang Pemerintahan Daerah mengatur juga pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara demokratis. Penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dilakukan oleh KPUD (Grafika, 2008:150). Tugas berat terletak kepada pundak KPUD, Sebagai penyelenggara pilkada. Merekalah yang akan “*memandegani*” proses pemilihan kepala daerah, yang pada pemilu legislatif dan presiden tahun lalu dilakukan oleh KPU. Disinilah urgensinya untuk melakukan kajian, pemetaan dan evaluasi berbagai pilkada yang telah dilakukan diberbagai daerah, sebagai bahan

merumuskan desain perencanaan pilkada di masa mendatang (Asfar, 2006:2).

#### 1) Sistem Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung

Jika menyimak Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, yang didalamnya mengatur penyelenggaraan pemilihan kepala daerah secara langsung, sistem pilkada yang kita anut menggunakan sistem pemilihan dua putaran. Artinya, jika pasangan calon tidak berhasil mengumpulkan 50 persen plus satu suara atau lebih dari 25 persen suara, maka diadakan pilkada putaran kedua. Seperti yang tertuang dalam pasal 107 ayat (1), “Pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah yang memperoleh suara lebih dari 50% (lima puluh persen) jumlah suara sah ditetapkan sebagai pasangan calon terpilih”. Dan pasal 107 ayat (2), “apabila ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (!) tidak terpenuhi, pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah yang memperoleh suara lebih dari 25% (dua lima persen) dari jumlah suara sah, pasangan calon yang perolehan suaranya terbesar dinyatakan sebagai pasangan calon terpilih”.

Dalam konsep politik, sistem pemilihan di atas dikelompokkan dalam rumpun sistem pemilihan mayoritarian. Dalam literatur ilmu politik, formula pemilihan pada dasarnya dapat diklasifikasikan pada tiga model, yaitu formula mayoritarian (*majoritarian formula*),

formula perwakilan berimbang (*proportional representation formula*), dan formula semi proposional (*semiproportional formula*).

Formula mayoritarian pada dasarnya terdiri dari dua bentuk.

- a) Formula pluralitas. Formula ini merupakan bentuk paling sederhana dari formula mayoritarian. Beberapa istilah yang biasa dipakai untuk menunjuk formula pluralitas adalah *the first past the post*, mayoritas relatif (*relative majority*), atau pluralitas sederhana (*simple plurality*). Formula pluralitas ini bisa dipakai dalam pemilihan wakil tunggal (seperti pemilihan presiden, gubernur, bupati/walikota, dan sebagainya) atau pemilihan badan perwakilan rakyat (Asfar, 2006:3).
- b) Formula mayoritas. Bentuk paling sederhana dari formula mayoritas ini adalah formula mayoritas absolut. Pada formula ini seorang kandidat dinyatakan menang apabila berhasil mengumpulkan separuh suara pemilih ditambah satu. Rumus sederhana yang bisa dipakai untuk formula mayoritas absolut ini adalah  $50\% + 1$ . Siapapun kandidat yang berhasil mengumpulkan suara separuh lebih dari pemilih yang menggunakan hak pilihnya, maka ia berhak mewakili distriknya untuk duduk di kursi lembaga perwakilan rakyat. Formula ini dianggap oleh beberapa pihak lebih demokratis, karena kandidat yang menang dipilih atau didukung oleh separuh lebih pemilih. Dengan begitu, keberatan-keberatan yang ditunjukkan pada

formula pluralitas dapat tertutupi jika menggunakan formula mayoritas (Asfar, 2006:4).

Persoalannya adalah, bagaimana jika dalam pemilihan tersebut tidak ada satupun kandidat yang berhasil mengumpulkan separuh lebih suara. Pengalaman dibanyak negara yang menerapkan formula mayoritas, kasus semacam ini sering terjadi. Hal ini biasanya disebabkan oleh 3 hal: (1) banyaknya jumlah kandidat yang bertarung; (2) relatif meratanya kekuatan politik yang ikut bertarung, sehingga menyebabkan suara pemilih habis terdistribusi ke dalam semua kandidat atau partai politik (jumlah dukungan massa) masing-masing kandidat atau partai politik peserta pemilu, betapapun yang ikut bertarung hanya tiga atau empat kandidat; (3) tidak tercapainya koalisi diantara para kandidat yang bertarung dalam pemilu. Untuk mengatasi persoalan diatas, Lijphart mengajukan dua cara. *Pertama*, melalui apa yang ia sebut sebagai formula campuran pluralitas-mayoritas (*mixed majority-plurality*). *Kedua*, melalui formula mayoritas pada pemilihan kedua (*majority-runoff formula*). Sementara itu, formula *majority runoff* adalah pemilihan yang diikuti oleh hanya dua kandidat yang memperoleh suara terbesar pada pemilihan putaran pertama. Artinya, jika pada pemilihan putaran pertama tidak ada seorang pun kandidat yang berhasil mengumpulkan suara mayoritas, maka kemudian digelar pemilihan putaran kedua dengan hanya diikuti oleh dua kandidat yang pada

putaran pertama berhasil memperoleh suara terbesar. Formula *majority runoff* ini dapat menjamin pemenang berdasarkan suara mayoritas (Asfar, 2006:5).

Disamping kedua formula, cara lain yang dapat digunakan untuk mengatasi persoalan yang muncul akibat tidak terpenuhinya suara mayoritas pada pemilihan putaran pertama adalah dengan metode yang ditawarkan oleh Blaiss dan Massicote (2006:8), yang disebut sebagai formula suara alternatif (*alternative vote*). Formula ini dipakai di negara Australia untuk memilih anggota lembaga perwakilan rakyat dan di negara Irlandia untuk pemilihan Presiden. Prosedur pemilihan ini agak rumit, terutama pada saat penentuan siapa yang berhak sebagai pemenang pemilihan. Singkatnya, jika pada pemilihan putaran pertama tidak ada seorangpun kandidat yang berhasil mengumpulkan suara mayoritas, jalan keluar yang ditawarkan adalah melakukan pemilihan putaran kedua dengan menggunakan prinsip *preferential ballot*. Pada pemilihan putaran kedua ini, para pemilih diminta untuk merangking kandidat sesuai dengan preferensinya.

## 2) Kelembagaan dan Penciptaan Pilkada yang *free* dan *fair*

Dalam suatu sistem politik demokrasi, kehadiran pemilihan secara langsung yang bebas dan adil (*free and fair*) adalah suatu keniscayaan. Bahkan, sistem politik apapun yang diterapkan oleh

suatu negara sering kali menggunakan pemilu sebagai klaim demokrasi atas sistem politik yang dibangunnya. Sistem demokrasi liberal, sistem komunis, sistem otoriter atau semi otoriter sebagaimana yang banyak diterapkan diberbagai negara dunia ketiga, hampir semuanya telah melakukan pemilihan secara langsung dalam memilih elit-elit politiknya, baik di eksekutif maupun legislatif. Pemilihan langsung telah menjadi universal dari kehidupan masyarakat politik internasional. Oleh karena itu, bisa dipahami jika banyak ilmuwan politik yang menggunakan pemilihan langsung sebagai tolak ukur pelaksanaan demokrasi di suatu Negara. Seperti kata Rannay, "*No free elections, no democracy*". Dalam konteks semacam ini, keberadaan pilkada sebagai parameter demokrasi bukan terletak pada ada dan tidaknya pilkada, namun lebih pada tingkat pelaksanaan pilkadanya. Artinya, semakin pilkada itu dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip demokrasi seperti dijalankan secara *free and fair* maka semakin demokratis suatu negara (Asfar, 2006:7).

Ada beberapa alasan mengapa pilkada yang *free and fair* sangat penting bagi kehidupan demokrasi di suatu negara, khususnya di negara-negara dunia ketiga. Pertama, melalui pilkada yang *free and fair* memungkinkan suatu komunitas politik melakukan transfer kekuasaan secara damai. Oleh karena itu, agar proses perantian kekuasaan dapat berjalan secara mulus dan damai, diperlukan adanya

seperangkat aturan main yang memungkinkan hal itu terjadi. Dan dalam perspektif kehidupan politik modern, jalan satu-satunya yang paling mungkin adalah melalui pilkada yang bebas dan adil. Kedua, melalui pilkada yang *free and fair* akan tercipta pelembagaan konflik. Diakui atau tidak, sistem demokrasi menuntut adanya kebebasan menyuarakan kepentingan dan konflik secara terbuka. Adanya pilkada secara bebas dan adil, memungkinkan pihak-pihak yang berkonflik menahan diri dan memanfaatkan pilkada sebagai sarana untuk berkonflik (Asfar, 2006:8).

Dalam buku *The Guidelines for International Election Observing* disebutkan setidaknya 4 kondisi minimum yang harus dipenuhi untuk mengidentifikasi pemilu (termasuk didalamnya pilkada) yang *free and fair*, yang kemudian dikembangkan ke dalam 3 prinsip dasar untuk menentukan keabsahan suatu pilkada, yaitu:

- a) Tidak adanya pembatasan-pembatasan yang tidak rasional terhadap partai politik maupun pemilih. Suatu pilkada dapat dikatakan *free and fair* apabila pelaksanaan pilkada tersebut memberikan kesempatan secara luas kepada partai politik dan para pemilih untuk menggunakan pilkada sebagai sarana untuk memperjuangkan kepentingannya. Hal ini dapat tercapai jika tidak ada aturan hukum yang membatasi partai politik atau pemilih untuk menggunakan hak-hak politiknya. Kalau ada pembatasan-pembatasan, hal itu harus masuk akal dan dapat

ditoleransi. Misalnya, seorang yang dicabut hak pilihnya oleh pengadilan.

- b) Para partisan seperti pemerintah, militer, partai politik dan sebagainya menghormati hak-hak warga negara, khususnya hak tentang kebijakan mengespresikan kepentingannya, kebebasan membentuk asosiasi-asosiasi, kebebasan berkumpul dan berserikat. Disamping itu, para partisan juga harus memberikan informasi yang memadai kepada warga negara atau pemilih tentang para kandidat dan isu-isu politik yang diangkat, dengan begitu, setidaknya pada masa kampanye, pemilih harus memperoleh informasi yang cukup tentang isu-isu politik dan calon kepala daerah yang diajukan oleh partai politik.
- c) Adanya jaminan yang cukup bagi pemilih untuk menggunakan hak suaranya secara rahasia dan bebas dari intimidasi. Artinya, para pemilih dapat menggunakan hak pilihannya tanpa diketahui oleh orang lain, dan adanya jaminan tidak ada intimidasi dari pihak lain, khususnya dari pihak aparat keamanan, pemerintah dan partai politik. Tiadanya intimidasi disini bukan hanya dalam bentuk tindakan fisik, tetapi juga melalui perilaku dan ancaman yang bersifat verbal.
- d) Adanya jaminan bahwa proses pemberian suara dan perhitungan suara berjalan secara aman. Bukan hanya aman dalam pengertian harifah, tetapi juga dalam konteks bahwa prosesnya berlaku adil.

(untuk mengukur keabsahan suatu pilkada, keempat kondisi minimum di atas kemudian diperluas dalam prinsip-prinsip berikut).

- e) Tidak ada perlakuan diskriminasi khususnya didalam memperlakukan kontestan pilkada, para pemilih, dan hak-hak politiknya.
- f) Perlindungan dan pelaksanaan hak-hak politik warga. Termasuk peraturan dan prosedur pengadilan, dan semacamnya bebas dari campur tangan dan kepentingan politik penguasa.
- g) Adanya keyakinan yang baik tentang integritas dan kredibilitas proses pelaksanaan pilkada, termasuk adanya jaminan bahwa proses pelaksanaan pilkada tersebut berjalan secara transparan dan para pemilih memahami hak-hak politiknya, seperti prosedur pemungutan suara dan sebagainya (Asfar, 2006:10).

Sementara itu, Ozbudun (dalam Asfar, 2006:11) mengajukan 3 kriteria utama untuk mengukur apakah proses pemilihan itu dijalankan secara kompetitif *-free and fair-* atau tidak. Ketiga kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Adanya hak pilih universal bagi orang dewasa (*universal adult suffrage*). Artinya, setiap warga negara dewasa mempunyai hak pilih yang sama tanpa membedakan jenis kelamin, agama, suku, etnis, faham, keturunan, kekayaan, dan semacamnya, kecuali mereka dicabut haknya berdasarkan undang-undang. Hak pilih

universal ini pada umumnya dapat difungsikan untuk dua pemilihan: (1) pemilihan para pejabat eksekutif, baik yang dipusat maupun yang di daerah; dan (2) pemilihan para wakil untuk lembaga perwakilan rakyat yang bertugas mengontrol eksekutif atau legislatif yang bertugas membuat undang-undang (Putranto, 1981). Betapapun prinsip ini sebenarnya telah berlaku secara universal di hampir semua negara yang menerapkan pemilu, namun beberapa negara masih belum menerapkan prinsip ini secara sungguh-sungguh.

- b) Adanya proses pemilihan yang adil (*fairness of voting*). Untuk mengukur apakah suatu pilkada dijalankan secara *fair* atau tidak, dapat diamati melalui beberapa instrumen berikut: (1) adanya jaminan kerahasiaan dalam proses pemilihan atau pencoblosan (*secret ballot*), yang harus diejawantahkan dalam undang-undang pilkada; (2) adanya jaminan bahwa prosedur penghitungan suara dilakukan secara terbuka (*open counting*), di mana semua warga negara mempunyai akses dan berhak menyaksikan prosesnya; (3) tidak adanya kecurangan-kecurangan dalam proses pemilihan, baik di tingkat pendaftaran, kampanye, pencoblosan sampai pada tingkat penghitungan suara (*absence of electoral fraud*); (4) tidak adanya kekerasan, baik kekerasan politik yang dilakukan oleh aparat keamanan/pemerintahan, partai politik peserta pilkada, maupun para pemilih (*absence of violence*); dan (5) tidak adanya

intimidasi, khususnya dalam proses pemilihan suara atau pencoblosan (*absence of intimidations*).

- c) Adanya hak khususnya bagi partai politik untuk mengorganisasi dan mengajukan para kandidat, sehingga para pemilih mempunyai banyak pilihan untuk memilih diantara para calon yang berbeda baik secara kelompok maupun program-programnya. Hak semacam ini menyiratkan adanya dua persyaratan berikut: (1) pilkada haruslah memberi keleluasaan partai politik untuk memanager dan mencalonkan kandidatnya tanpa seleksi terlebih dahulu dari pihak pemerintah atau aparat keamanan, sebagaimana lazimnya pelaksanaan pilkada di Indonesia pada masa Orde Baru; (2) menghilangkan berbagai aturan yang bisa membatasi kelompok-kelompok tertentu baik karena faham maupun orientasi kebijakan untuk terlibat dalam proses pemilihan.

### 3) Pemilukada dan Demokrasi

Salah satu wujud dan mekanisme demokrasi di daerah adalah pelaksanaan pemilihan umum kepala daerah (pemilukada) secara langsung. Pemilukada merupakan sarana manifestasi kedaulatan dan pengukuhan bahwa pemilih adalah masyarakat di daerah. Pemilukada juga memiliki tiga fungsi penting dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah.

- a) Memilih kepala daerah sesuai dengan kehendak bersama masyarakat di daerah sehingga ia diharapkan dapat memahami dan mewujudkan kehendak masyarakat di daerah.
- b) Melalui pilkada diharapkan pilihan masyarakat di daerah didasarkan pada visi, misi, program serta kualitas dan integritas calon kepala daerah, yang sangat menentukan keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan di daerah.
- c) Pemilukada merupakan sarana pertanggungjawaban sekaligus sarana evaluasi dan kontrol publik secara politik terhadap seorang kepala daerah dan kekuatan politik yang menopang.

Melalui pemilukada masyarakat di daerah memutuskan apakah akan memperpanjang atau menghentikan mandat seorang kepala daerah, juga apakah organisasi politik penopang masih dapat dipercaya atau tidak. Oleh karena itu, sebagai bagian dari pemilu, pemilukada harus dilaksanakan secara demokratis sehingga betul-betul dapat memenuhi peran dan fungsi tersebut. Pelanggaran dan kelemahan yang dapat menyesatkan atau membiasakan esensi demokrasi dalam pemilukada harus diperbaiki dan dicegah (Gaffar, 2012:86).

### 3. Incumbent

Secara harfiah *Incumbent* berasal dari bahasa latin yang bermakna “bukti”, secara sederhana bahwa *incumbent* adalah calon kepala daerah yang telah terbukti. Penyifatan selanjutnya tergantung bagaimana selama dia menjabat sebagai Bupati, Walikota, Gubernur bahkan Presiden.

Terbukti gagalkah, sukseskah atau mungkin terbukti korupsi. Pada kitab Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia, kata TAHANA dirujuk ke kata TAKHTA yang berarti singgasana, kursi kerajaan, kedudukan, geta, mahkota, kekuasaan, kehormatan, persemayaman, posisi, tahana.

Menurut Salomo Simanungkalit dari Harian Kompas mengusulkan kata 'pertahana' sebagai padanan kata 'incumbent' (Kompas, 12 Maret 2013:2). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Tahana mempunyai arti Kedudukan; Martabat (kebesaran, kemuliaan, dan sebagainya) dan kata 'bertahana' yang berarti bersemayam; duduk'. Jika kita berpedoman pada pola pembentukan kata bahasa Indonesia, kata 'pertahana' dapat diterima. Coba kita lihat analogi sebagai berikut: tinju-bertinju-petinju, tatar-bertatar-petatar. Maka: tahana-bertahanan-pertahana. Dari segi arti juga bisa diterima. Kata 'pertahana' dapat kita diartikan 'yang sedang memegang jabatan.

Dalam istilah seputar Pilkada, pertahana sering mengacu pada orang yang telah atau sedang menjabat. Sebagai contoh dalam pemilihan bupati dan wakil bupati, kata pertahana artinya mereka yang menduduki jabatan bupati dan wakil bupati yang pada saat akan dilangsungkannya Pilkada. Pertahana disini bisa disejajarkan dengan incumbent, sehingga pertahana artinya sama dengan incumbent.

Dalam konteks pencalonan incumbent dalam sebuah pilkada, tentu membutuhkan beberapa modal yang kemudian dapat menjadi satu

kekuatan dalam meraup dukungan atau suara masyarakat. Modal-modal tersebut yakni modal sosial dan modal politik. Modal sosial merupakan modal yang ditetapkan oleh *incumbent* selama menduduki jabatan. Dalam artian, bagaimana selama masa jabatannya dia membangun interaksi yang baik dengan masyarakat, baik itu masalah pembangunan, pendidikan, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat.

Modal sosial ini dikumpulkan guna mendapat kepercayaan dari masyarakat dengan harapan dalam pilkada mendatang *incumbent* dapat kembali terpilih. Hubungan-hubungan yang diawali pada masa kampanye dengan program-program kerja sebagai komitmen awal, tentu akan menjadi gerbang dalam mengumpulkan modal sosial untuk pilkada selanjutnya. Kedua adalah modal politik, salah satunya yaitu penggunaan kendaraan politik yakni partai politik dalam proses pencalonan. Partai politik dianggap mampu berperan sebagai tempat pengkaderan regenerasi kepemimpinan dalam sebuah sistem politik, yang mana dianggap mampu memberikan pendidikan politik yang dapat menjadi modal bagi para calon kepala daerah.

Melalui posisinya, para *incumbent* itu akan berusaha membuat kebijakan-kebijakan yang diarahkan untuk memberi kesan kepada para pemilih bahwa mereka menaruh perhatian yang besar kepada rakyat. Di samping itu dimaksudkan sebagai langkah untuk memenuhi janji-janji yang pernah diucapkan sebelum menjabat, orientasi kebijakan seperti itu

dimaksudkan sebagai bukti kepada para pemilih bahwa para *incumbent* itu memang layak untuk dipilih.

Secara politik, kegagalan *incumbent* terpilih sebagai Kepala Daerah kembali merupakan pertanda bahwa mereka tidak mampu membangun akuntabilitas kepada masyarakat. Kegagalan ini biasanya berkaitan dengan persepsi masyarakat bahwa Kepala Daerah tersebut dipandang memiliki kekurangan-kekurangan di masa kepemimpinannya dan adanya praktek-praktek penyalahgunaan kekuasaan. Implikasinya, kepercayaan masyarakat kepada Kepala Daerah itu berkurang. Realitas demikian berimplikasi pada ketidakmampuan untuk melakukan akumulasi modal sosial.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pertahana atau yang dalam bahasa Inggris: incumbent, dalam dunia politik adalah pemegang suatu jabatan politik yang sedang menjabat. Pertahana sering digunakan dalam kaitannya dengan pemilihan umum, dimana sering terjadi persaingan antara kandidat pertahana dan nonpertahana.

#### **4. Kajian Hasil-Hasil Penelitian Yang Relevan**

Penelitian ini mengenai strategi pemenangan pada pilkada 2017 (studi kasus pada: Incumbent Kabupaten Brebes). Berdasarkan eksplorasi peneliti, ditemukan tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Yang pertama adalah penelitian dari Yuddi Yustian pada tahun 2008 yang berjudul “Strategi kampanye politik calon Incumbent dan pendatang baru dalam pemilihan kepala daerah (studi kasus: Tim kampanye pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf di Kota Bogor, Jawa Barat)”. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan melakukan perbandingan pada tahap-tahp perencanaan kegiatan kampanye politik, pada pemilihan kepala daerah Jawa Barat yang dilakukan oleh tim kampanye calon Incumbent dan pendatang baru.

Kedua, penelitian dari Inda Nur Aminah pada tahun 2014 yang berjudul “Strategi politik calon Legislatif Incumbent pada pemilu 2014 (studi kasus pemanfaatan program peningkatan produksi beras nasional di Kabupaten Jenepono)”. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis pemanfaatan program peningkatan Produksi Beras Nasional (P2BN) oleh caleg Incumbent menjelang pemilihan legislatif 2014 di Kabupaten Jenepono.

Ketiga, penelitian dari Arifin Lerah pada tahun 2013 yang berjudul “Strategi Incumbent dalam pemenangan pemilihan kepala daerah di Kabupaten Sitaro tahun 2013”. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran politik (*political marketing*) pasangan Toni Supit dan Sisca Salindeho dalam memenangkan pemilukada di Kabupaten Sitaro Provinsi Sulawesi Utara Periode 2013-2018.

Keempat, penelitian dari Veronika Ina Assan Boro pada tahun 2009 yang berjudul “Pemasaran politik legislatif petahana dalam memenangkan pemilu anggota DPRD Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2009 (kajian strategi politik dan Buaram produk politik)”. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa pemasaran politik para kandidat petahana dalam memenangkan pemilu anggota legislatif tahun 2009 di DPRD Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur berdasarkan daerah pemilihan (dapil) kandidat.

Kelima, penelitian dari Isra Miranti pada tahun 2016 yang berjudul “Strategi pendekatan Sani-Nurdin terhadap kelompok paguyuban pada pemilukada tahun 2015 di Kecamatan Tebing”. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan yang dilakukan oleh pasangan Sani-Nurdin terhadap kelompok paguyuban di Kecamatan Tebing.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan kelima penelitian yang relevan tersebut adalah penelitian yang dilaksanakan menekankan pada strategi pemenangan yang dilakukan calon kepala daerah Incumbent dalam memenangkan pemilihan kepala daerah dan untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi pemenangan pilkada langsung 2017 di daerah Kabupaten Brebes.

## **B. Kerangka Berpikir**

Pemilihan kepala daerah (PILKADA) merupakan salah satu wadah untuk memperoleh kekuasaan, karena adanya rekrutmen politik yakni proses seleksi

yang dilakukan rakyat terhadap tokoh-tokoh yang akan menduduki jabatan sebagai bupati di daerah Kabupaten Brebes, aktor-aktor yang terlibat didalam sistem pemilihan kepala daerah adalah rakyat, partai politik, dan calon kepala daerah.

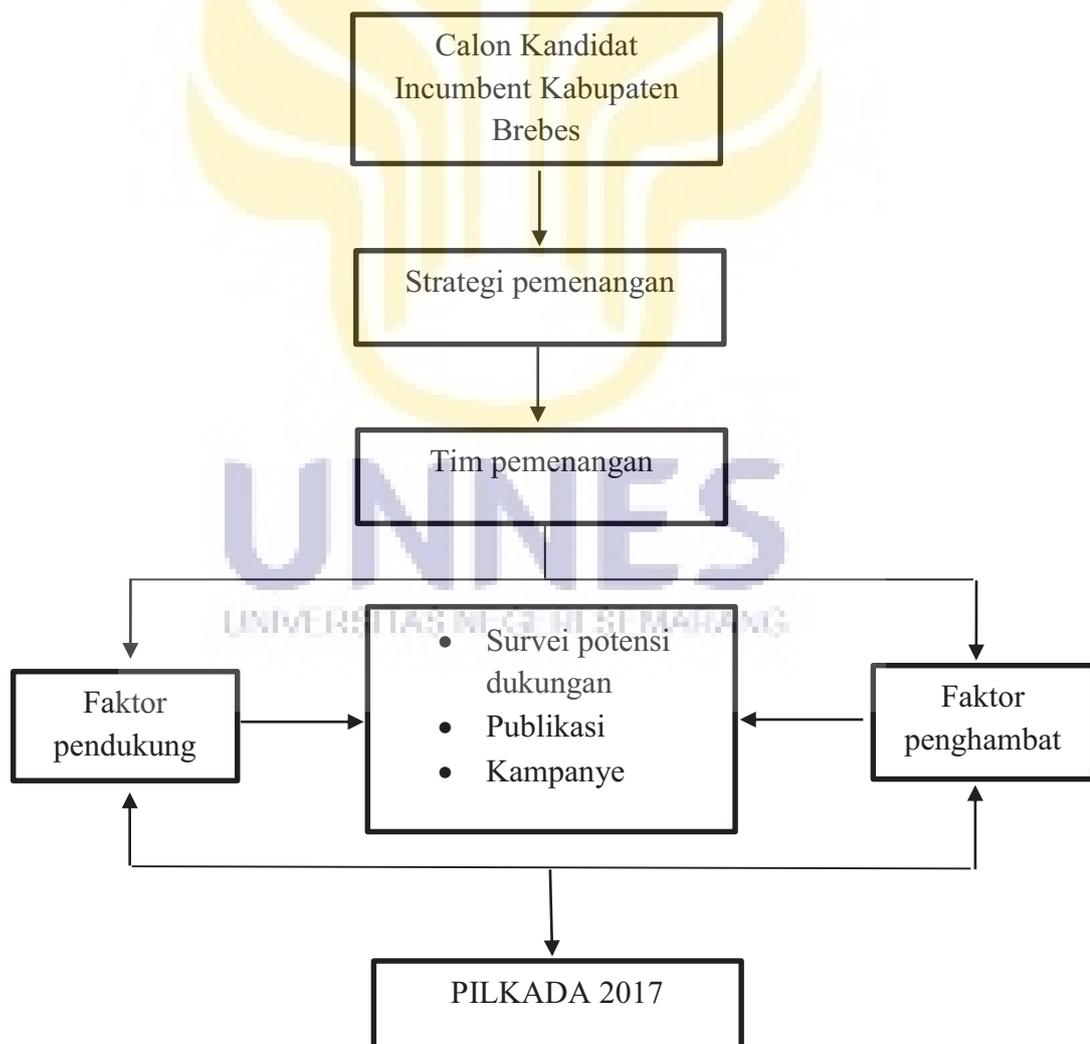
Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan strategi pemenangan adalah rencana yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh kandidat atau partai politik yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran yang ditentukan. Suatu strategi harus mampu menggambarkan cara atau langkah-langkah yang akan ditempuh. Ruang lingkup strategi di sini tidak sebatas tataran konsep atau rencana yang sudah disusun partai atau tim pemenangan, namun yang terpenting adalah bagaimana partai atau tim pemenangan tersebut mengimplementasikannya di lapangan.

Strategi untuk menggaet dukungan pemilih salah satunya direalisasikan melalui kegiatan kampanye. Kampanye merupakan semua agenda partai atau perorangan yang berkaitan dengan pengumpulan massa, parade, orasi dengan pemaparan program kerja dan mempengaruhi opini publik, pemasangan atribut partai (misalnya umbul-umbul, poster, spanduk), dan pengiklanan partai lewat media cetak maupun elektronik, dengan maksud untuk sosialisasi program kerja dan mempengaruhi opini publik.

Strategi pemenangan pilkada yang terencana dengan kebijakan kampanye yang tepat, tentu saja dapat menimbulkan pro dan kontra yang menjadikan faktor penghambat dan pendukung bagi tim pemenangan untuk

merealisasikannya di lapangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam memenangkan suatu pemilihan kepala daerah langsung membutuhkan strategi pemenangan yang sistematis dan strategis dalam kampanye, sehingga memungkinkan pasangan incumbent dapat memenangkan pilkada di Kabupaten Brebes. Berdasarkan uraian di atas maka dalam penelitian ini kerangka pemikiran teoritis yang diajukan adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1. Kerangka Berpikir**



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemenangan yang digunakan pasangan *incumbent* meliputi mempertahankan basis pendukung yang merupakan petani dan jamaah NU, rajin blusukan ke desa guna membangun rasa kekeluargaan dan strategi personal ini tidak lepas dari keinginannya untuk bisa mengetahui secara langsung keluhan-keluhan masyarakat, menepati janji-janji politiknya dalam mensejahterakan petani dengan upaya menstabilkan harga bawang merah yang menjadi *icon* suatu daerah dengan cara melarang bawang impor masuk ke wilayah Kabupaten Brebes dan membangun ekonomi kerakyatan, mengerti trend yang sedang terjadi dikalangan pemilih pemula. Dengan demikian pasangan *incumbent* hadir di tengah masyarakat dengan menjadikan dirinya sebagai bagian dari masyarakat tersebut. Merupakan strategi pemenangan yang dibentuk oleh pasangan *incumbent* memberikan pengaruh bagi hasil pemilu karena pasangan *incumbent* memiliki massa dalam jumlah yang besar. Hal ini menjadi sebuah keuntungan yakni massa yang dimiliki oleh

2. pasangan koalisi diarahkan untuk memberikan dukungan dengan memasarkan keunggulan yang dimiliki oleh pasangan *incumbent* agar memudahkan tim pemenangan *incumbent* dalam meraup suara dari para pemilih.
3. Faktor pendukung dalam koordinasi pemenangan pilkada tahun ini adalah Sarana prasarana, kesadaran masing-masing kader dalam menghadapi tantangan dan tahapan tertentu seperti konsolidasi, pembinaan, penggalangan, penyerangan dan komitmen. Karena tanpa adanya komitmen semua strategi yang telah dirancang atau dibuat akan buyar atau tidak terlaksana. Sedangkan faktor penghambat koordinasi dalam pemenangan pilkada adalah kecemburuan sosial antar pribadi, semua orang ingin diperankan, walaupun orang yang diperankan belum tentu pas. Bahasanya orang dipolitik itu saya bisa, saya mau, kemauan ada tetapi skilnya belum tentu bisa. Letak geografis Kabupaten Brebes yang sangat luas, cuaca yang tidak mendukung. Peta politik, contohnya basis lawan rival. Cara mengatasi hambatan tersebut yaitu dengan cara melakukan komunikasi yang tidak terputus kepada semua tim sukses pada semua tingkatan dan menyediakan transportasi saat kampanye akbar, harus ada pasukan cadangan yang profesional, menunggu sampai cuaca atau situasi yang memungkinkan karena masuk di daerah rival kita meningkatkan kewaspadaan.

## B. Saran

1. Perlu adanya pengawasan dari lembaga pemerintah lainnya serta dari masyarakat akan program-program yang direncanakan oleh *incumbent* jika sudah terpilih.
2. Bagi *incumbent* kiranya dapat melaksanakan seluruh program-programnya semasa kampanye dulu serta hal-hal yang dapat membawa kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Brebes.
3. Bagi masyarakat kiranya dapat memperoleh pembelajaran politik dari seluruh aktivitas pemilukada, baik itu semasa kampanye maupun proses pemilihan, agar pemilukada selanjutnya dapat terlaksana dengan lebih baik lagi sehingga menghasilkan pemimpin yang mengayomi masyarakat di Kabupaten Brebes.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alfian, M. Alfian. 2012. *Kekuatan Pemimpin*. Jakarta Selatan: Kubah Ilmu.
- Asfar, Muhammad. 2006. *Mendesain Manajemen Pilkada*. Surabaya: Pustaka Eureka.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. 2010. *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik Pembelajaran Politik Pemilu 2009*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gaffar, M. Janedjri. 2012. *Politik Hukum Pemilu*. Jakarta: Konstitusi press.
- Grafika, Redaksi. Sinar. 2008. *Peraturan Lengkap Pilkada*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Hikmat, M. Mahmi. 2010. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maleong, J. Lexy. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rachman, Maman. 2015. *5 Pendekatan Penelitian*. Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama.
- Sayuti, Solatun. Dulah. 2014. *Komunikasi Pemasaran politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Boro, A, Veronika Ina. 2009. Artikel' *Pemasaran Politik Legislatif Petahana dalam Memenangkan Pemilu Anggota DPRD Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2009 (Kajian Satrategi Politik dan Buaran Produk Politik'*. Nusa Tenggara Timur.

- Lerah, Arifin. 2013. Artikel' *Strategi Incumbent Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sitaro Tahun 2013*'. Universitas Sam Ratulangi. Sulawesi Utara.
- Miranti, Isra. 2016. Artikel' *Strategi Pendekatan Sani-Nurdin Terhadap Kelompok Paguyuban Pada Pemilukada Tahun 2015 di Kecamatan Tebing*'. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjungpinang.
- Sugiarto, Bowo. Dkk. 2013. Artikel' *Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Kepala Daerah Head Of Regency Election Winning Strategy*'. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.
- Qalbi, Nurul. 2013. Artikel' *Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pasangan Muhammad Ramdhan Pomanto-Syamsu Rizal Dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar Tahun 2013*'. Universitas Ichsan Gorontalo. Gorontalo.

### **Skripsi**

- Aminah, I. Nur. 2014. Skripsi' *Strategi Politik Calon Lefislatif Incumbent Pada Pemilu 2014 (Studi Kasus Pemanfaatan Program Peningkatan Produksi Beras Nasional di Kabupaten Jeneponto)*'. Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Pamungkas, Sigit. 2009. *Perihal Pemilu*. Yogyakarta: Laboratorium Jurusan Ilmu Pemerintahan dan Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Yustian, Yuddi. 2008. Skripsi' *Strategi Kampanye Politik Calon Incumbent dan Pendaftar Baru Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus: Tim Kampanye Pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf di Kota Bogor, Jawa Barat)*'. Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat.

### **Internet**

<http://nuansa-nuansabahasaindonesia.weebly.com/esai-konten/incumbent-petahana> (diupload pukul 08:36:13 pm 02 Februari 2016)

<https://indipress.wordpress.com/2008/05/24/melacak-makna-incumbent/>

(diupload 24 Mei 2008)

<http://tunaskreativita.blogspot.co.id/2013/03/bahasa-incumbent-inkamben-atau-petahana.html> (diupload 06.44 12 Maret 2013)

<http://tunaskreativita.blogspot.co.id/2013/03/bahasa-incumbent-inkamben-atau-petahana.html> (diupload 1:04 am 24 Juli).

<http://www.kamuskbbi.web.id/arti-kata-pemenangan-kamus-bahasa-indonesia-kbbi.html> (diupload 2016).

<https://abratchevolution.blogspot.co.id/2014/04/sejarah-kabupaten-brebes-dan-wilayah.html>

