



**STRATEGI PEMENANGAN ANGGI NOVIAH
DALAM PEMILIHAN CALON LEGISLATIF
KABUPATEN INDRAMAYU TAHUN 2019**

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Program Studi Ilmu Politik

Oleh:

Lilis Kholidah

NIM 3312416068

JURUSAN POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Juli 2020

Pembimbing Skripsi



Andi Suhardiyanto, S. Pd., M.Si

NIP 197610112006041002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Politik Dan Kewarganegaraan



Drs. Tijan, M.Si

NIP 196211201987021001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 6 Agustus 2020

Penguji I



Martien Herna Susanti, S.Sos., M.Si

NIP 197303312005012001

Penguji II



Erisandi Arditama, S.IP. MA

NIP 198705012018031001

Penguji III



Andi Suhardiyanto, S. Pd., M.Si

NIP 197610112006041002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Drs. Moh. Solehatul Mustofa, M.A

NIP 196308021988031001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atas temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Juli 2020



Lilis Kholidah

NIM 3312416068

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Seseorang dapat memimpin suatu negara hanya dengan membantunya melihat pandangan yang cerah. Seorang pemimpin adalah penyalur dalam harapan”. -

Napoléon Bonaparte

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Mama Wadi dan Mimi Neni Khusnaeni yang selalu menyertai langkah saya dengan do'a, memberikan dukungan baik semangat maupun materi, sehingga saya bisa menyelesaikan ini semua. Tidak lupa juga adik-adik saya Venti Andini, Nuroh Jamilah, dan Nayla Putri Azkiyah yang selalu menghibur dan memberikan semangat.
2. Pembimbing saya, Bapak Andi Suhardiyanto, S. Pd., M.Si yang telah membimbing dengan sabar, mengarahkan dan memotivasi kepada saya hingga skripsi ini dapat selesai.
3. Keluarga Besar Ma Rub yang telah menjadi rumah kedua saya, memberikan semangat, mendoakan dan memberikan kasih sayang seperti orang tua saya sendiri.
4. Sahabat saya, Siti Zaenab yang selalu menemani saat suka maupun duka, mendengarkan keluh kesah saya, menemani penelitian saya, saling *support* dan berbagi cerita satu sama lain.
5. Teman-teman saya selama kuliah di Prodi Ilmu Politik, Bio Rahma Yuana, Delia Rakhma Dian Fazni, Chyntia Laily Trias Novianti sebagai pendengar yang baik dan mengisi hari-hari saya di Unnes.
6. Teman – teman kost saya, Melynda, Anugerah Mutiara Ardini, dan Lulu Windy Kinasih, terima kasih telah menjadi bagian teman penulis sejak awal perkuliahan sampai semester akhir pada masa – masa skripsi.
7. Teman saya selama kuliah di Unnes, Choris Satun Nikmah, Oktama Alvina, Dewi Ismi yang bersedia menemani saya makan dan selalu ada saat saya butuhkan, tidak lupa juga Damai Aji dan Hasan Basri yang selalu siap direpotkan dan siap menemani travelling.
8. Iriekun yang terdiri dari Prima, Rifda, Tasya, Dwi, Fira, Khasan, Dimas, Fajar, teman yang selalu memotivasi secara online, teman bermain dan berbagi cerita.
9. Teman-teman organisasi dan KKN dari kalian saya belajar banyak hal dan mendapat pengalaman yang berharga.

PRAKATA

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019”. Penyelesaian skripsi ini untuk dapat memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A., Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
3. Bapak Drs. Tijan, M.Si., Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
4. Bapak Moh. Aris Munandar, S.Sos., M.M., Ketua Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
5. Bapak Andi Suhardiyanto, S.Pd., M.Si., Dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Politik dan Kewarganegaraan dan seluruh staff serta karyawan Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.

7. Bapak Sahali, SH., Sekretaris DPC PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu selaku informan yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini.
8. Ibu Anggi Noviah, S.IP., selaku informan yang telah memberikan data dan informasi terkait penelitian ini.
9. Bapak H. Heri Wahyu Hartomo atau dikenal dengan Pak Heri Garam, selaku informan yang telah memberikan data dan informasi terkait penelitian ini.
10. Ibu Warli selaku informan yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini.
11. Ibu Marpu'ah selaku informan yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini.
12. Bapak dan Ibu saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya hingga saat ini.
13. Seluruh teman-teman Ilmu Politik Angkatan 2016 yang saya cintai.
14. Symphony FIS Choir Universitas Negeri Semarang
15. Keluarga besar Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang

Terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, Juli 2020

Penulis

SARI

Kholidah, Lilis. 2020. *Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019*. Skripsi. Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Andi Suhardiyanto, S.Pd., M.Si. 180 halaman.

Kata Kunci : Strategi Pemenangan, Pemilihan Calon Legislatif, Caleg Muda

Strategi pemenangan calon legislatif yaitu rencana yang telah dipersiapkan oleh calon legislatif beserta tim pemenangannya secara matang dalam kurun waktu yang lama untuk mensukseskan suatu pemilihan umum guna menuju suatu kemenangan. Penelitian ini tentang strategi pemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019. Anggi Noviah merupakan caleg termuda dari PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu yang terpilih menduduki kursi DPRD Kabupaten Indramayu Periode 2019-2024 dengan perolehan suara sebanyak 2.745 suara. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengetahui strategi pemenangan Anggi Noviah dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 (2) Mengetahui pelaksanaan strategi pemenangan Anggi Noviah dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif. Sumber data penelitian meliputi sumber data primer dan sekunder alat dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Uji validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Data penelitian yang telah terkumpul kemudian dianalisis meliputi pengumpulan data; penyajian data; dan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemenangan Anggi Noviah yaitu dengan pembentukan tim gisell (Anggi Selly), perumusan program kerja, pemetaan massa, *branding* dan *positioning*, strategi *marketing* politik, komunikasi politik, kampanye politik dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats), serta pendekatan terhadap petani, tokoh masyarakat dan tokoh agama. Faktor pendukung sosok Anggi Noviah di kenal masyarakat sebagai anak muda yang ramah dan berani. Selain itu, Anggi Noviah memiliki tim yang solid dan mendapat dukungan dari organisasi masyarakat Kabupaten Indramayu berupa materi maupun massa.

Saran penulis dalam penelitian ini yaitu bagi caleg terpilih kiranya dapat melaksanakan seluruh program-programnya semasa kampanye dulu serta hal-hal yang dapat membawa kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Indramayu khususnya dapil IV.

ABSTRACT

Kholidah, Lilis. 2020. Anggi Noviah's winning strategy in the 2019 Legislatif Candidate Election for Indramayu Regency. Skripsi. Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Andi Suhardiyanto, S.Pd., M.Si. 180 pages.

Keywords: Winning Strategy, Election of Legislatif Candidates, Young Candidates

The winning strategy for legislatif candidates is a plan that has been carefully prepared by the legislatif candidates and their winning teams over a long period of time to make a general election successful in order to win. This research is about Anggi Noviah's winning strategy in the election of legislatif candidates for Indramayu Regency in 2019. Anggi Noviah is the youngest candidate from the PDI Perjuangan Indramayu Regency who was elected to the DPRD Indramayu Regency for the 2019-2024 period with 2,745 votes. The objectives of this study are: (1) Knowing the winning strategy for Anggi Noviah in the 2019 Legislatif Candidate Election for Indramayu Regency (2) Knowing the implementation of Anggi Noviah's winning strategy in the 2019 Legislatif Candidate Election for Indramayu Regency.

This research uses a qualitative method approach. Sources of research data include primary and secondary data sources. Data collection tools and techniques using interviews and documentation. The data validity test in this study used the source triangulation technique. The research data that has been collected is then analyzed including data collection; presentation of data; and conclusion or verification.

The results showed that Anggi Noviah's winning strategy was the formation of a gisell team (Anggi Selly), work program formulation, mass mapping, branding and positioning, political marketing strategies, political communication, political campaigns using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threats), as well as approaches to farmers, community leaders and religious leaders. The supporting factor for the figure of Anggi Noviah is known to the public as a friendly and brave young man. In addition, Anggi Noviah has a solid team and has received support from community organizations in Indramayu Regency in the form of material and mass.

The author's suggestion in this study is that the elected candidates are able to carry out all their programs during the previous campaign and things that can bring welfare to the people in Indramayu Regency, especially in electoral district IV.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PRAKATA	v
SARI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat teoritis	9
2. Manfaat praktis	9
E. Batasan Istilah	9
1. Strategi Pemenangan	10
2. Perolehan Suara.....	11
3. Pemilu Legislatif 2019	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Deskripsi Teoritis	13
1. Strategi Pemenangan	13
2. Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Umum Legislatif	27
B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	46
C. Kerangka Berfikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	51

A. Latar Penelitian	51
B. Fokus Penelitian	52
C. Sumber Data Penelitian	53
D. Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	54
1. Wawancara	54
2. Dokumentasi	55
E. Uji Validitas Data	55
F. Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian	59
1. Gambaran Umum Kabupaten Indramayu	59
2. Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019	65
3. Pelaksanaan Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019.....	83
B. Pembahasan.....	102
1. Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019	102
2. Pelaksanaan Strategi Pemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019	118
BAB V PENUTUP.....	120
A. Simpulan	120
B. Saran	120
DAFTAR PU STAKA	120
Lampiran-lampiran	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Komposisi DPRD Kabupaten Indramayu

Tabel 1.2. Perolehan Suara Daerah Pilihan IV Kabupaten Indramayu

Tabel 2.1. Strategi Politik Menurut Peter Schroder

Tabel 4.1. Penduduk Kabupaten Indramayu Menurut Kecamatan Berdasarkan
Jenis Kelamin

Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia 15 Tahun Keatas

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Berpikir

Bagan 4.1. Strategi Pemenangan Anggi Noviah

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Peta Kabupaten Indramayu

Gambar 4.2. Acara Deklarasi Tim Gisell

Gambar 4.3. Kegiatan bersama masyarakat sekitar

Gambar 4.4. Program Ngopi

Gambar 4.5. Program Kartu Aspirasi Terpadu

Gambar 4.6. Program Kerja Untuk Meningkatkan Potensi Masyarakat

Gambar 4.7. Desain Baliho

Gambar 4.8. Bimbingan Strategi Pemenangan bersama Konsultan Politik LSI
Riko Pahlawan

Gambar 4.9. Kampanye *Door To Door*

Gambar 4.10. Kampanye melalui media

Gambar 4.11. Kampanye Berdasarkan Pemetaan Massa

Gambar 4.12. Perolehan Kursi Partai Politik

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrument Penelitian

Lampiran 2. Pedoman Wawancara PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu

Lampiran 3. Pedoman Wawancara Anggi Noviah

Lampiran 4. Pedoman Wawancara Tim Pemenangan

Lampiran 5. Pedoman Wawancara Warga Sekitar

Lampiran 8. Sertifikat Perolehan Suara pada Pemilihan Calon Legislatif Dapil IV
Kabupaten Indramayu Tahun 2019

Lampiran 9. Laporan Dana Kampanye

Lampiran 10. Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang menerapkan sistem demokrasi dalam pemerintahannya. Paham demokrasi yang diterapkan di Indonesia memiliki makna bahwa kedaulatan ditangan rakyat. Penyaluran demokrasi secara langsung dilakukan melalui Pemilihan Umum atau Pemilu untuk memilih pemimpin (presiden, gubernur, walikota dan bupati) dan legislatif atau anggota lembaga perwakilan. Pemilihan legislatif merupakan suatu cara memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk di lembaga perwakilan, sekaligus memberi kesempatan kepada masyarakat untuk memilih wakil-wakil mereka secara langsung.

Pada pemilihan legislatif tahun 2009, Indonesia menerapkan Pemilu dengan sistem proporsional terbuka. Melalui sistem ini, para pemilih tidak lagi memilih partai politik melainkan memilih calon legislatif. Penetapan calon legislatif terpilih pada suatu daerah dilakukan berdasarkan perolehan suara terbanyak.

Pemilu untuk memilih calon anggota legislatif atau anggota lembaga perwakilan tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang

menjelaskan bahwa Pemilu ini diselenggarakan setiap lima tahun sekali berlandaskan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

Asas luberjurdil (langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil) ini merupakan syarat mutlak untuk mewujudkan wakil rakyat yang berkualitas, dapat dipercaya dan dapat menjalankan fungsi kelembagaan legislatif secara optimal. Setiap warga negara yang berhak memilih bebas menentukan pilihannya sendiri yang menurutnya layak untuk dipilih sesuai hati nurani, tanpa tekanan dan paksaan dari orang lain karena setiap warga negara akan dijamin keamanannya oleh negara.

Di negara demokrasi Pemilu dianggap sebagai tolak ukur dari demokrasi itu sendiri. Budiardjo (2013: 461) menjelaskan bahwa hasil Pemilu yang diselenggarakan secara terbuka dengan kebebasan berpendapat dan kebebasan berserikat ini dianggap sebagai partisipasi dan aspirasi masyarakat. Di dalam Pemilihan umum terdapat menang dan kalah, dimana kemenangan Pemilu merupakan tujuan utama dari partai politik. Partai politik pada umumnya menyiapkan kader terbaik dan berpengalaman guna mendapatkan daya tarik dari masyarakat. Setiap partai politik dan kader yang dicalonkan berlomba-lomba menampilkan yang terbaik dengan bermacam-macam cara untuk memperoleh dukungan dari masyarakat.

Pemilihan umum untuk memilih anggota Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Periode 2019-2024 telah dilaksanakan pada 17 April 2019. Penelitian ini tentang Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

(DPRD) atau Pemilu Legislatif tingkat Kabupaten/Kota yaitu di Kabupaten Indramayu tahun 2019, KPU Kabupaten Indramayu mengumumkan Daftar Calon Tetap (DCT) Anggota DPRD Kabupaten Indramayu sebanyak 565 berasal dari 16 partai politik yaitu PKB, Gerindra, PDI Perjuangan, Golkar, Nasdem, Garuda, Berkarya, PKS, Perindo, PPP, PSI, PAN, Hanura, Demokrat, PBB, dan PKP Indonesia yang tersebar di VI Daerah Pilihan.

Daerah Pilihan I meliputi Kecamatan Arahau, Balongan, Cantigi, Indramayu, Lohbener, Pasekan, dan Sindang. Daerah Pilihan II meliputi Kecamatan Juntinyuat, Karangampel, Kedokan dan Krangkeng. Daerah Pilihan III meliputi Kecamatan Bangodua, Widasari, Kertasemaya, Sliyeg, Jatibarang, Sukagumiwang, dan Tukdana. Daerah Pilihan IV meliputi Kecamatan Cikidang, Lelea, Losarang, dan Trisi. Daerah Pilihan V meliputi Kecamatan Kroya, Gabuswetan, Kandanghaur, dan Bongas. Daerah Pilihan VI meliputi Kecamatan Hargeulis, Anjatan, Sukra, Gantar, dan Patrol. Dari 565 calon legislatif yang tersebar di enam daerah pilihan yang lolos menjadi anggota Anggota DPRD Kabupaten Indramayu sebanyak 50 kursi dari 9 partai politik (Sumber Data: <https://kab-indramayu.kpu.go.id> diakses pada 30 Oktober 2019).

Tabel 1.1 Komposisi DPRD Kabupaten Indramayu tahun 2019

Nama Partai	Perolehan Kursi	%
Golkar	22 kursi	44 %
PKB	7 kursi	14%
PDI Perjuangan	7 kursi	14 %
Gerindra	6 kursi	12 %
Demokrat	3 kursi	6 %
PKS	2 kursi	4%

Nasdem	1 kursi	2 %
Hanura	1 kursi	2 %
Perindo	1 kursi	2 %
TOTAL	50 kursi	

Sumber: <https://kab-indramayu.kpu.go.id>

Alfian (dalam Yusri, 2016: 1) menjelaskan bahwa setiap partai politik memiliki strategi politik dan kader yang berkualitas untuk mendapatkan suara dari masyarakat, strategi politik ini menentukan kemenangan dalam setiap pelaksanaan pemilihan umum. Peneliti memilih lokasi penelitian di daerah pilihan IV Kabupaten Indramayu. Wilayah Dapil IV ini terdiri dari Kecamatan Cikedung, Lelea, Losarang, dan Trisi. Di daerah pilihan IV dimenangkan oleh enam calon anggota legislatif yang berasal dari partai pengusung yaitu Golkar, PKB, Demokrat, Gerindra, dan PDI Perjuangan. Berikut perolehan suara pada Pemilihan Calon Anggota Legislatif Kabupaten Indramayu Dapil IV tahun 2019.

Tabel 1.2. Perolehan Suara Daerah Pilihan IV Kabupaten Indramayu tahun 2019

No.	Nama Calon	Perolehan Suara Sah
1.	Tarwidi	8.055 suara
2.	Warli	7.765 suara
3.	M. Sholihin	4.306 suara
4.	Taryadi	3.438 suara
5.	M. Ali Akbar	2.782 suara
6.	Anggi Noviah	2.745 suara

Sumber: <https://kab-indramayu.kpu.go.id>

Pada pemilihan umum calon anggota legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 terdapat fakta menarik bahwa calon anggota legislatif muda yang baru terjun ke ranah politik mendapat sambutan baik dari masyarakat

dan berhasil memenangkan Pemilu legislatif yaitu Anggi Noviah nomor urut 3 dari PDI Perjuangan yang masih berusia 23 tahun.

Kabupaten Indramayu merupakan salah satu basis terbesar suara Partai Golongan Karya (Golkar) di Jawa Barat. Masyarakat Kabupaten Indramayu dinilai mempercayai pemimpin yang berasal dari Partai Golkar, maka dari itu dapat dikatakan bahwa masyarakat tidak yakin dengan kehadiran orang baru di dunia politik. Pasca-reformasi 1998, Kabupaten Indramayu telah mengalami empat kali Pemilihan Bupati (Pilbup), yaitu pada tahun 2000, 2005, 2010 dan 2015. Sejak itu sirkulasi elite kekuasaan dipegang oleh keluarga Yance. Yance menjabat sebagai bupati Indramayu dua periode tahun 2000-2010 dan memenangkan istrinya untuk dua periode tahun 2010-2020 (sumber Data: <https://populicenter.org/1463-2/> diakses pada 16 Januari 2020).

Anggi Noviah bukan kader Partai Golkar maupun keluarga berpengaruh. Anggi Noviah merupakan kader dari PDI Perjuangan namun dapat memenangkan pemilihan calon legislatif di Kabupaten Indramayu artinya masyarakat mempercayai sosok Anggi Noviah bukan melihat dari asal partai politik beliau. Sehingga dalam kemenangan menjadi anggota DPRD Kabupaten Indramayu tahun 2019 ini merupakan sebuah kerja kerasnya selama ini dengan berbagai macam usaha sehingga dapat mencapai keberhasilan.

Anggi Noviah melakukan kampanye politik secara kolektif bersama Selly A. Gantina yang merupakan calon anggota DPR RI. Selly juga

merupakan Wakil Bupati Kabupaten Cirebon serta pernah menjabat sebagai anggota DPRD Jawa Barat dua periode yaitu pada periode 2004-2009 dan periode 2009-2013 dari Dapil VIII Jawa Barat. Anggi dan Selly melakukan kampanye politik dengan cara *Door To Door* yang dinamakan Gerakan Sehari Bertemu dengan 150 Masyarakat bersama tim pemenangan yang dinamakan Tim Gisell (Anggi Selly).

Menurut Yusri (2016: 11) bahwa keberhasilan calon legislatif merebut hati para pemilih tidak terlepas dari lamanya seorang caleg itu berkecimpung di dunia politik. Calon Legislatif (Caleg) senior tentu memiliki pengalaman yang lebih dan daya tarik tersendiri bagi masyarakat karena sosoknya telah dikenal sehingga mereka lebih mudah menang dalam Pemilu legislatif. Seorang caleg dibentuk sedemikian rupa sehingga bisa menumbuhkan image yang positif bagi dirinya maupun bagi partai politik. Hal ini tidak terjadi pada caleg muda, caleg yang tidak begitu dikenal oleh masyarakat sehingga membutuhkan strategi yang lebih tepat untuk dapat mempromosikan dirinya.

Anggi Noviah sebagai caleg baru dan masih muda memenangkan Pemilu legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 dengan perolehan suara sebanyak 2.745 suara. Anggi Noviah terpilih sebagai anggota DPRD Kabupaten Indramayu Periode 2019-2024 dan sebagai anggota DPRD Kabupaten Indramayu termuda di Indramayu (Sumber dari: <https://cirebon.tribunnews.com/2019/08/14/anggi-nofiah-sosok-wanita-dari->

keluarga-broken-home-hingga-jadi-anggota-dprd-indramayu-termuda diakses pada 17 Januari 2020).

Kemenangan caleg muda merupakan fenomena yang langka. Kelangkaan ini karena caleg muda belum mempunyai reputasi politik yang memadai dibandingkan caleg yang lebih berpengalaman atau senior. Keterlibatan caleg muda dalam politik dapat dikatakan sebagai wajah baru, Anggi Noviah sebagai caleg muda mampu dan memiliki peluang dalam memenangkan pemilihan calon anggota legislatif.

Penelitian ini penting untuk dilakukan, bagaimana rancangan dan pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh Anggi Noviah sehingga memperoleh suara masyarakat Kabupaten Indramayu khususnya di Dapil IV. Dimana strategi merupakan kunci kemenangan seorang caleg dan memiliki peran yang sangat penting dalam kemenangan tersebut. Fenomena ini terjadi pastinya akan muncul banyak pertanyaan dari benak seseorang karena kemenangannya. Oleh karena itu, perlu adanya suatu penelitian untuk mengetahui strategi pemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif di Kabupaten Indramayu tahun 2019.

B. Rumusan Masalah

Sugiyono (2008: 35) menjelaskan bahwa rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Rumusan masalah harus berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemenangan Anggi Noviah dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemenangan Anggi Noviah dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?

C. Tujuan Penelitian

Sugiyono (2008: 290) menjelaskan bahwa dalam sebuah penelitian mempunyai dua tujuan yaitu tujuan secara umum dan secara khusus. Tujuan penelitian secara umum adalah untuk menemukan, mengembangkan dan membuktikan pengetahuan. Sedangkan tujuan penelitian secara khusus adalah untuk menemukan sesuatu yang belum pernah ada atau belum diketahui. Maka dari itu, tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui strategi pemenangan Anggi Noviah dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemenangan Anggi Noviah dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian memiliki manfaat. Manfaat penelitian merupakan kelebihan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun penjelasan dari manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian dari aspek teoritis dapat dikatakan manfaat penelitian bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang yang berkaitan.

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan tentang politik.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis merupakan kelebihan penelitian ini dalam kehidupan masyarakat. Dimana manfaat secara praktis dapat menjadi solusi yang digunakan oleh masyarakat terkait masalah-masalah sosial yang berkaitan. Manfaat praktis penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran politik dalam menentukan pilihannya dan ikut berpartisipasi secara langsung dalam demokrasi.
- b. Bagi calon legislatif yang lain, penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan strategi pemenangan untuk memenangkan suatu pemilihan calon anggota legislatif yang akan datang.
- c. Bagi partai politik, penelitian ini dapat memberikan manfaat terkait strategi pemenangan yang ada kaitannya dengan komunikasi politik, kampanye politik, dan *marketing* politik.

E. Batasan Istilah

Menurut Sugiyono (2016: 207) dalam penelitian kualitatif batasan masalah disebut dengan fokus, yang berisi pokok masalah yang masih

bersifat umum. Agar tidak menimbulkan adanya perbedaan pengertian, perlu adanya pembatasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar pembahasan dapat fokus dalam penelitian ini. Penjelasan dari beberapa batasan istilah sebagai berikut.

1. Strategi Pemenangan

Strategi merupakan mekanisme bagaimana seseorang atau kelompok dengan ide yang dipahaminya sesuai sasaran dan arah tindakan yang mengenai kegiatan untuk mencapai kesuksesan. Dalam hal ini mampu memenangkan suatu pertarungan politik berdasarkan ide politik sehingga memperoleh dukungan dari masyarakat. Strategi politik menurut Schroder (dalam Nafisa, 2019: 13) merupakan strategi yang digunakan untuk memenangkan kandidat tertentu dalam berbagai pesta demokrasi baik ditingkat pusat maupun daerah. Sedangkan strategi pemenangan itu sendiri adalah suatu cara yang sistematis dan tersusun jelas, baik itu jangka panjang maupun jangka pendek untuk memenangkan kandidat yang akan maju didalam suatu pemilihan umum. Strategi pemenangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh Anggi Noviah dalam meningkatkan perolehan suara dalam rangka memenangkan suatu pemilihan umum calon anggota legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

2. Perolehan Suara

Perolehan suara merupakan hasil perhitungan suara masyarakat dalam Pemilu, baik Pemilu untuk memilih pemimpin atau anggota lembaga perwakilan yang akan mewakili suara rakyat. Perolehan suara dibagi dua yaitu perolehan suara sah dan tidak sah, dimana perolehan suara sah ini diperoleh dari masyarakat dengan mencoblos partai politik atau kandidat calon dari partai politik, selain itu dianggap suara tidak sah. Perolehan suara yang dimaksud adalah perolehan suara Anggi Noviah sebagai calon anggota legislatif dalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019 dengan perolehan suara sebanyak 2.745 suara.

3. Pemilu Legislatif 2019

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pemilihan umum yang dilaksanakan harus berdasarkan pada asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota merupakan agenda penting setiap lima tahun sekali. Pemilu legislatif merupakan suatu proses memilih seseorang untuk menjadi anggota lembaga perwakilan yang akan mewakili suara rakyat, dimana masyarakat bebas menentukan pilihannya sendiri yang menurutnya layak untuk dipilih sebagai wakil rakyat.

Pemilu legislatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemilihan umum yang dilaksanakan untuk memilih anggota DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) tingkat kabupaten di Kabupaten Indramayu pada tahun 2019.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teoritis

1. Strategi Pemenangan

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratos* yang berarti tentara dan *agein* yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategia* yang berarti memimpin atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Istilah strategi digunakan dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai awal industrialisasi. Kemudian meluas keberbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi, politik dan komunikasi politik. Hal ini sangat penting dalam upaya memenangkan kompetisi dalam pemilihan umum, dan pengambilan keputusan politik lainnya (Arifin, 2011: 236).

Menurut Firmanzah (2008) dalam Linuhung (2017: 12) menjelaskan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang harus dipikirkan jauh-jauh hari dan bukan *instant*. 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 guna mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam hal waktu dan ukuran.

Pemenangan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seseorang atau satu kelompok tertentu untuk mencapai kemenangan. Dengan demikian strategi pemenangan dapat diartikan sebagai sebuah rencana yang telah dipersiapkan secara matang dalam kurun waktu yang lama untuk mensukseskan suatu pemilihan umum seorang kandidat atau partai politik menuju kemenangan. Cangara (dalam Nafisa, 2019: 12) menjelaskan bahwa penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam kampanye, karena jika penetapan strategi yang keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, material dan tenaga.

Beberapa poin yang perlu diperhatikan mengenai strategi pemenangan dapat berjalan dengan lancar.

a. Strategi Politik

Strategi merupakan segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilihan umum. Strategi menyangkut berbagai kegiatan seperti menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan untuk para pemilih. Agar dapat memenangkan Pemilu, seorang kandidat harus membuat para pemilih berpihak dan memberikan suaranya dimana hal ini dapat dilakukan oleh seorang kandidat dalam memahami strategi politik (Prihatmoko dan Moessafa dalam Nurhidayat, 2019: 5).

Menurut Peter Schroder (2013: 7) strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Dimana langkah yang direncanakan secara cukup matang, baik oleh partai politik maupun pemerintah. Strategi politik sangat penting untuk partai politik, tanpa adanya strategi politik adanya perubahan jangka panjang sama sekali tidak akan dapat diwujudkan (Lerah dalam Betsiana, 2017: 12).

Tarjimin (2016: 21) berpendapat bahwa pada dasarnya strategi politik adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran masyarakat hingga mengarahkan masyarakat untuk memilih partai politik atau kandidat tertentu.

Tujuan dari strategi politik yaitu untuk memperoleh kekuasaan dan memiliki pengaruh sebanyak mungkin dengan cara memperoleh hasil yang baik pada saat Pemilu, agar dapat mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah kepada perubahan masyarakat (Schroder, 2013: 9). Firmanzah (2007: 123) dalam bukunya *marketing* politik mengatakan bahwa:

“Pendekatan dan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan untuk dapat memenangkan Pemilu. Para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran (size) pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan lainnya. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pencoblosan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi ini perlu diperlukan oleh

setiap kontestan karena pesaing juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik”.

Strategi politik merupakan suatu rencana dan tindakan untuk memperoleh kemenangan dan meraih kursi dalam Pemilu. Strategi politik saat ini digunakan untuk memenangkan calon atau kandidat tertentu dalam berbagai pesta demokrasi baik ditingkat pusat maupun daerah, mulai dari pemilah presiden, kepala daerah, Pemilu legislatif, bahkan yang terkecil yaitu pemilihan kepala desa. Strategi politik menciptakan berbagai macam kegiatan seperti menganalisa kekuatan suara yang dapat diraih dan metode pendekatan yang dilakukan terhadap para pemilih. Untuk membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku pemilih. Para pemilih yang menjatuhkan pilihan pada partai politik atau kandidat tertentu (Napir, 2016: 149-150).

Jadi strategi politik adalah suatu cara atau tindakan yang digunakan oleh partai politik atau seorang kandidat untuk memenangkan pemilihan umum. Tujuan akhir dari strategi politik yaitu untuk menuntun calon atau kandidat yang didukung menduduki jabatan yang diinginkan melalui pemilihan umum.

Peter Schroder (2013: 166) membagi strategi politik menjadi dua yaitu strategi *ofensif* dan strategi *defensif*. Strategi *ofensif* dibagi menjadi strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar, sedangkan strategi *defensif* terkait strategi untuk

mempertahankan pasar dan strategi menutup atau menyerahkan pasar.

Tabel 2.1. Strategi Politik Menurut Peter Schroder

Strategi Ofensif	Strategi Defensif
Strategi memperluas pasar (strategi persaingan)	Strategi mempertahankan pasar (strategi pelanggan, strategi multiplikator)
Strategi menembus pasar (strategi pelanggan)	Strategi menutup/menyerahkan pasar (strategi lingkungan sekitar)

Sumber: Peter Schroder (2013: 166)

Strategi *ofensif* selalu dibutuhkan jika partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau jika seorang eksekutif atau pemimpin ingin mengimplementasikan sebuah proyek. Strategi ofensif ini diterapkan pada saat kampanye Pemilu, dimana seorang kandidat satu dan partai politik dengan pesaing-pesaingnya harus menampilkan perbedaan yang jelas agar menjadi target untuk diambil pemilihnya. Dalam strategi ofensif harus menerapkan perbedaan atau keadaan yang saat itu menjadi keuntungan yang dapat diperoleh. Strategi ofensif terbagi dua, yaitu strategi perluasan pasar dan strategi menembus pasar.

Strategi perluasan pasar terbagi menjadi dua cara, yaitu dalam kampanye dan dalam penerapan kebijakan. Strategi ofensif perluasan pasar dalam kampanye atau Pemilu bertujuan untuk membentuk kelompok yang baru disamping kelompok pemilih yang sudah ada. Oleh karena itu harus ada penawaran yang baru

atau lebih baik bagi pemilih. Jadi maksud dari strategi ini adalah strategi persaingan yang faktual dimana partai politik atau para kandidat satu dengan yang lain saling bersaing untuk merebut hati pemilih dalam sebuah kompetisi.

Dalam penerapan kebijakan maksudnya adalah kebijakan baru atau kebijakan yang ditawarkan memiliki keuntungan bagi masyarakat. Kebijakan baru yang dirumuskan oleh partai politik atau seorang kandidat harus disosialisasikan kepada masyarakat agar masyarakat mengerti kebijakan baru yang ditawarkan.

Peter Schroder (2016:169) menjelaskan bahwa strategi menembus pasar bukan menyangkut ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif memberikan penawaran yang baru atau yang lebih baik. Melainkan penggalian potensi yang dimiliki warga secara lebih optimal. Jadi yang menjadi fokus strategi menembus pasar menyangkut pemasaran program yang bertujuan untuk meningkatkan potensi warga.

Strategi *defensif* terbagi dua yaitu strategi mempertahankan pasar dan strategi melepas atau menyerahkan pasar. Strategi mempertahankan pasar merupakan strategi dimana partai politik atau seorang kandidat mempertahankan pemilih. Partai politik atau seorang kandidat tetap berusaha memperkuat pemahaman para pemilih yang sebelumnya memilih mereka. Dengan tujuan agar memenangkan kompetisi. Strategi melepas atau menyerahkan pasar

memiliki dua arti seperti yang dikemukakan Peter Schroder (2016: 171), pertama yaitu sebuah partai yang ingin menyerah dan ingin melebur dengan partai lain atau dengan kata lain partai berkoalisi. Kedua, yaitu dalam Pemilu menggunakan kandidat atau calon biasanya kandidat atau calon yang berada dibawah kandidat atau calon terkuat akan mengarahkan pendukungnya untuk mendukung kandidat yang paling kuat.

Firmanzah (2007: 124) menjelaskan bahwa dalam strategi politik terdapat tiga metode atau cara yang dilakukan partai politik dan kandidat agar memenangkan pemilihan umum. Berikut penjelasan dari tiga cara tersebut.

- 1) Strategi penguatan. Strategi ini dibutuhkan dalam hubungan antara partai politik dengan konstituennya. Strategi penguatan juga bertujuan agar ikatan diantara partai politik dengan konstituen tidak melemah dan untuk menghindari masuknya pengaruh pesaing yang bisa menarik perhatian konsituennya.
- 2) Strategi menanamkan keyakinan. Strategi ini diterapkan pada jenis pemilih yang non-partisipan atau pemilih yang belum menentukan dukungannya. Strategi meyakinkan kepada pemilih bahwa kontestan yang bersangkutan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Adanya komunikasi dan informasi juga perlu dilakukan untuk meyakinkan para pemilih

agar tidak bimbang untuk menentukan pilihannya kepada suatu partai politik tertentu.

- 3) Strategi pengenalan dan merebut. Strategi ini digunakan kepada pemilih yang mendukung partai lain. Perlu adanya pengenalan agar pendukung partai lain tidak memandang negatif dan menganggap musuh. Namun harus menciptakan suasana damai dan harmonis. Dalam strategi ini perlu adanya kegiatan untuk menarik perhatian pendukung partai lain.

Perencanaan strategis untuk perubahan dan proses politik merupakan suatu analisa yang jelas dari keadaan kekuasaan, gambaran yang jelas tentang tujuan akhir yang akan dicapai dan pemusatan segala kekuatan untuk mencapai tujuan yang dimaksud. Politisi yang disebut baik ini yang berusaha merealisasikan rencana yang ambisius tanpa strategi, seringkali menjadi pihak yang harus bertanggungjawab dalam menciptakan kondisi sosial yang menyebabkan jutaan masyarakat menderita (Schroder, 2016: 9).

b. Analisis SWOT

Peter Schroder (2013: 25-33) menyatakan dalam strategi politik terdapat metode-metode dalam perencanaan strategis. Salah satunya yaitu model perencanaan politis. Dalam proses perencanaan politis terdapat pola yang perencanaannya berdasarkan SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu teori penyusunan strategi organisasi. Analisis SWOT memungkinkan organisasi

memformulasikan dan mengimplementasikan strategi utama sebagai tahap selanjutnya dalam pelaksanaan dan tujuan organisasi (Uber dkk, 2016: 4).

Menurut pola SWOT perencanaan strategi yang baik bekerja dengan dua tingkat. Ditingkat pertama, perencanaan strategi membuat gambaran yang jelas tentang arah yang hendak dicapai oleh organisasi (visi) dan apa yang menjadi tujuan serta alasan eksistensi organisasi tersebut (definisi atau *mission statement*).

Ditingkat kedua, perencanaan strategi dalam melakukan upaya untuk memposisikan organisasi berdasarkan realitas lingkungan operasionalnya. Terdapat dua jenis lingkungan yaitu lingkungan internal yang terdiri atas sumberdaya-sumberdaya, kekuatan, peluang serta tuntutan dari dalam organisasi tersebut. Sedangkan lingkungan eksternal merupakan wilayah dimana kekuatan atau faktor lain yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi tersebut. Perencanaan strategi harus bisa mengenali dan menilai peluang dan ancaman yang terjadi di lingkungan eksternal yang berhubungan dengan visi dan tujuan akhir organisasi.

Setelah membentuk visi atau pembentukan tujuan dan analisa lingkungan eksternal, suatu organisasi harus mengembangkan pilihan strategis atau jalan alternatif untuk mencapai tujuan akhir. Kemudian dalam analisis SWOT segala informasi dikumpulkan

dan dianalisis. Kemudian hasil dari analisis dapat menyebabkan perubahan pada misi, tujuan kebijakan atau strategi yang sedang dilakukan. Dalam penyusunan suatu rencana yang baik, perlu diketahui daya dan dana yang dimiliki pada saat memulai usaha dan mengetahui segala kelemahan yang ada.

Data yang terkumpul tentang faktor-faktor internal merupakan potensi didalam melaksanakan usaha yang direncanakan. Di sisi lain perlu diperhatikan faktor-faktor eksternal yang dihadapi yaitu peluang atau kesempatan yang ada untuk diperhatikan akankah timbul ancaman dan hambatan yang diperkirakan akan muncul dan mempenaruhi usaha yang dilakukan. Dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan perkembangan hubungan atau interaksi antar unsur-unsur internal seperti kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal seperti peluang dan ancaman (Uber dkk, 2016: 4).

Rangkuti dalam (Qalbi, 2015: 236) menjelaskan bahwa dalam menerapkan SWOT terdapat beberapa langkah yaitu sebagai berikut.

- 1) *Strength* merupakan upaya untuk menunjukkan dan mengkalkulasi kekuatan dalam mencapai tujuan;
- 2) *Weakness* merupakan cara untuk menutupi dan meminimalisir kelemahan;

- 3) *Oppurtunity* merupakan kemampuan mengelola peluang dalam mencapai tujuan; dan
- 4) *Treath* merupakan kemampuan seseorang atau organisasi meminimalisir setiap ancaman yang sewaktu-waktu terjadi.

c. **Branding dan Positioning Politik**

Branding menurut Haroen (dalam Nafisa, 2019: 22) merupakan kegiatan yang dilakukan untuk membangun persepsi dan kepercayaan orang lain. *Branding* merupakan kebutuhan dari setiap orang yang memiliki kepentingan untuk mendapatkan sesuatu dari orang lain melalui proses-proses komunikasi. *Branding* harus dilakukan secara terencana dengan matang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan seperti suatu kepentingan jabatan politik.

Mitsikopoulou (dalam Sandra, 2013: 280-281) menjelaskan bahwa *political branding* merupakan penggunaan taktik atau tahapan seorang kandidat untuk membangun citra politik. Dalam *political branding* ini tidak hanya elemen personal kandidat, tetapi juga berupa penampilan seperti gaya rambut dan pakaian yang memberi dampak jelas dalam citra kandidat. Pentingnya *branding* politik yaitu *branding* memasukan sisi emosional dengan memberikan tanda yang membuat para pemilih dapat memilih dengan mudah. Dengan adanya komunikasi yang lebih interaktif dan membangun, *branding* bisa mempunyai potensi untuk

membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki ketertarikan pada politik.

Berdasarkan realitas saat ini adanya persaingan tidak hanya terjadi pada partai politik saja tetapi persaingan terjadi pada calon anggota legislatif yang merupakan bagian dari pemilihan umum. Jadi, agar para kandidat atau calon anggota legislatif ini dapat menarik simpati masyarakat maka mereka melakukan *branding* diri atau dikenal dengan *personal branding*. Dimana *personal branding* ini merupakan upaya seorang kandidat untuk membangun dan menanamkan persepsi positif untuk mendapatkan dukungan masyarakat. *Citra* atau *image* harus berbeda antara satu kandidat dengan kandidat lain agar mudah diingat oleh masyarakat. Menurut Nimmo, *citra* seorang kandidat terbentuk dari atribut dan gaya personal seorang kandidat seperti apa yang dibayangkan oleh para pemilih (Hardiono, 2018: 24-25).

Prioritas utama seorang kandidat harus melakukan branding diri atau *personal branding*. Dimana *personal branding* merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, seperti kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, dan dari semua itu akan menimbulkan persepsi positif dari masyarakat sehingga digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen dalam Nafisa, 2019: 23).

Pich (dalam Fatmawati, 2018: 42-43) menjelaskan bahwa *branding* memiliki tujuan diantaranya: pertama, dapat membangun kesetiaan para pemilih, menguatkan keyakinan yang telah tercipta, membangun identitas, mengkomunikasikan nilai-nilai dari *brand* politik, dan membantu mereposisi sebuah partai. Kedua, dapat mengkomunikasikan nilai-nilai yang dianut oleh *brand* politik. Ketiga, membantu, mereposisi sebuah partai politik atau seorang kandidat. Keempat, memberikan jaminan kepada para pemilih, selain menyediakan visi jangka panjang atas masa depan politik. Kelima, memberikan wajah baru yang menarik bagi prediksi-prediksi politik yang monoton.

Firmanzah (2007: 196), mendefinisikan *positioning* sebagai semua kegiatan untuk menanamkan kesan di benak para konsumen agar mereka dapat membedakan produk dan jasa yang dihasilkan oleh organisasi tertentu. Dalam dunia politik, partai politik dan seorang kandidat harus mampu menempatkan produk politik dan *image* politik dalam benak masyarakat. Produk politik dan *image* politik harus memiliki perbedaan dibandingkan dengan produk politik yang lain. Masing-masing partai politik harus berusaha menjadi dominan dan menguasai benak masyarakat, ketika hal ini terjadi suatu partai politik akan selalu diingat dan menjadi acuan bagi masyarakat ketika mereka dihadapkan pada suatu permasalahan.

Nursal (dalam Riyadh, 2016: 35) menjelaskan bahwa *positioning* merupakan sebuah tindakan yang menempatkan diri pada posisi yang tepat agar dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan dibenak para pemilih agar produk politik tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Dalam persaingan untuk mendapatkan tempat tertinggi, partai politik harus mampu menempatkan produk politik dan *image* politik didalam hati masyarakat.

Untuk membedakan dengan yang lain, produk politik dan *image* harus memiliki sesuatu yang beda dengan yang lain agar tertanam dihati masyarakat. *Positioning* menjelaskan tentang kedudukan partai politik memiliki kedudukan yang berbeda dengan partai politik lainnya. Kedudukan berbeda ini berupa brand yang dituangkan melalui program, bentuk promosi, hingga citra kader-kadernya (Ikrimah, 2019: 5).

Positioning merupakan atribut pembeda yang membedakan seorang kandidat dengan kandidat lainnya. Atribut pembeda yang melekat pada diri seorang kandidat akan menjadi pembeda dengan kandidat lain yang menyentuh hati para pemilih. Tim pemenangan memiliki peran penting karena dalam hal ini tim pemenangan yang mengatur dan menyiapkan pada saat kampanye dilakukan sehingga memperoleh simpati dari para pemilih dan mensukseskan *positioning* pada saat kampanye (Sugiarto, dkk, 2014: 148).

Berdasarkan penjelasan mengenai *branding* dan *positioning* diatas, dapat disimpulkan bahwa *branding* dan *positioning* politik merupakan suatu usaha yang dilakukan seorang kandidat dan partai politik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Untuk membedakan partai politik dan seorang kandidat satu dengan yang lain, produk politik dan *image* harus memiliki sesuatu yang berbeda dengan yang lain agar tertanam dihati masyarakat.

2. Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Umum Legislatif

Pemilihan Umum legislatif merupakan Pemilihan Umum untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota.

Pemilihan legislatif (Pilleg) di Indonesia telah dilakukan sebanyak empat kali yaitu pada tahun 1999, 2004, 2009, dan 2019. Pemilihan ini akan menentukan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota. Pada tahun 2019, Pilleg ini diselenggarakan pada 17 April 2019 untuk memilih 575 anggota Dewan Perwakilan Rakyat, 136 anggota Dewan Perwakilan Daerah, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Se-Indonesia periode 2019-2024.

Pilleg di Indonesia memakai sistem multipartai, dimana setiap partai politik mewajibkan masing-masing anggota partai politik tertentu untuk mengikuti proses pemilihan umum atau pemilihan legislatif. Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia baik bersifat nasional maupun daerah merupakan tanggungjawab KPU (Komisi Pemilihan Umum). KPU bertugas untuk menyelenggarakan Pemilu, sementara untuk pengawasan Pemilu merupakan tugas dari BAWASLU (Badan Pengawas Pemilu).

Pada pelaksanaan Pemilu baik Pemilu eksekutif maupun legislatif, setiap partai politik atau seorang kandidat memiliki strategi kemenangan yang telah disusun dengan tim kemenangan. Dalam pemilihan umum legislatif, seorang caleg dengan tim kemenangan menyusun sebuah strategi, dimana strategi kemenangan ini merupakan suatu rancangan yang telah disusun sedemikian rupa guna memenangkan pemilihan umum.

Beberapa poin yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi kemenangan agar pemilihan umum legislatif dapat berjalan dengan lancar.

a. *Marketing Politik*

Suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan politik, seorang kandidat tertentu harus dapat membuat para pemilih berpihak dan memberikan suaranya. Hal ini akan dicapai apabila kandidat memperoleh dukungan yang luas dari para pemilih. Salah

satu cara untuk mendapatkan dukungan yaitu dengan menggunakan pemasaran (*marketing*). Pemasaran dapat bermanfaat bagi partai politik dan seorang calon untuk membangun hubungan dengan para pemilih. Penerapan metode dan konsep pemasaran dalam dunia politik disebut sebagai pemasaran politik atau *political marketing* (Rini, 2012: 180).

Marketing politik merupakan cara untuk merebut hati dan membuat para pemilih memilih kandidat yang diinginkan. Adanya persaingan menuntut para kandidat untuk memikirkan cara dan metode yang efektif dalam berkomunikasi dan meyakinkan para pemilih bahwa mereka layak untuk dipilih. Salah satu strategi *marketing* politik yaitu melalui kampanye politik. Kampanye adalah kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar memiliki wawasan, sikap, dan perilaku sesuai dengan keinginan pemberi informasi (Cangara, 2009 dalam Sugiarto, dkk 2014: 145).

Firmanzah (2008: 324) menyatakan bahwa *marketing* politik adalah aktivitas yang dilakukan oleh partai politik dan seorang kandidat dalam merancang isu-isu yang akan dipaparkan kepada masyarakat, mengkomunikasikan solusi yang ditawarkan saat terpilih, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap partai politik atau seorang kandidat yang terpilih.

Marketing politik menurut Nursal (dalam Nafisa, 2016: 25) adalah strategi kampanye politik untuk membentuk makna politis tertentu didalam pemikiran para pemilih untuk memilih kandidat tertentu. Makna politis inilah yang menjadi output penting dalam *marketing* politik untuk menentukan kandidat mana yang akan dipilih oleh para pemilih.

Sedangkan menurut Butler & Collins (dalam Arifin, 2011: 146) berpendapat bahwa pemasaran politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah partai politik atau kandidat dalam membangun kepercayaan dan citra publik.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *marketing* politik adalah teknik partai politik atau seorang calon dalam membangun hubungan dengan masyarakat. *Marketing* politik juga mengajarkan agar kandidat dan partai politik mampu merumuskan produk politik secara jelas melalui visi, misi, dan program yang ditawarkan. Ketika kata *marketing* diaplikasikan dalam dunia politik maka partai politik atau seorang kandidat untuk dapat memenangkan sebuah Pemilu harus mengetahui permasalahan mendasar dari masyarakat. Sehingga perlu diidentifikasi program-program yang ditawarkan bisa menjadi solusi atas permasalahan yang ada. Kemudian mampu meyakinkan para pemilih untuk memberikan suara ke suatu partai politik atau seorang kandidat (Sanjaya, 2017: 104).

Kontribusi *marketing* dalam dunia politik terletak pada strategi untuk dapat memahami dan menganalisis apa yang diinginkan dan dibutuhkan pemilih atau masyarakat. Aktivitas politik harus sesuai dengan aspirasi masyarakat. Yang diperhatikan oleh masyarakat adalah apa yang bisa dilakukan oleh partai politik atau kandidat untuk mengatasi permasalahan yang sedang masyarakat hadapi. Masyarakat sudah tidak meyakini janji politik, mereka semakin menuntut bukti dari janji politik yang telah diberikan selama kampanye (Scammell dalam Firmanzah (2007: 199). Menurut Nursal (dalam Firmanzah, 2008: 217) ada tiga pendekatan dalam *marketing* politik, yaitu *push marketing*, *pass marketing*, dan *pull marketing*.

a. Pendekatan *Push Marketing*

Pendekatan *push marketing* adalah usaha yang dilakukan oleh partai politik atau seorang kandidat untuk menyampaikan produk politik secara langsung. Dalam strategi ini, partai politik berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat perlu mendapatkan dorongan dan energi untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos kandidat tertentu. Hal ini didukung dengan pemberian alasan-alasan rasional maupun emosional dari partai politik atau kandidat untuk memotivasi pemilih agar bersedia mendukung suatu kontestan.

b. Pendekatan *Pass Marketing*

Pendekatan *pass marketing* politik adalah pendekatan melalui seseorang atau suatu kelompok yang mempengaruhi opini pemilih. Dengan adanya pihak yang berpengaruh akan dapat meneruskan pesan-pesan politik dari kandidat atau partai politik guna memengaruhi pendapat, keyakinan, dan pikiran publik.

c. Pendekatan *Pull Marketing*

Pendekatan *pull marketing* adalah pemasaran produk politik dengan memanfaatkan media. Media terdiri dari dua cara yaitu cara berbayar dan tanpa membayar. Media dengan cara membayar berkaitan dengan memasang iklan di beberapa media, misalnya radio, televisi, website, media cetak dan media luar ruang (poster, leaflet, bendera, spanduk, billboard, dan posko).

Sedangkan media tanpa pembayaran yaitu melalui berkaitan dengan kebutuhan media massa dengan berita. Keuntungan yang diperoleh tingginya kredibilitas informasi sementara kelemahannya yaitu kontestan tidak bisa mengendalikan isi dari berita yang dimuat. Strategi ini menitikberatkan pada pembentukan citra politik yang positif. Supaya simbol dan image politik dapat berdampak yang signifikan, kedua hal tersebut harus mampu membangkitkan sentimen. Para pemilih cenderung memilih partai atau kontestan

yang memiliki arah yang sama dengan apa yang masyarakat rasakan (Robinowitz dan Macdonald (1989) dalam Sanjaya, 2017: 107).

Adman Nursal (dalam Lubis, 2017: 4) menjelaskan bahwa pemasaran politik memiliki fungsi sebagai berikut: pertama, sebagai sarana untuk menganalisis posisi pasar, yaitu dengan memetakan persepsi dan preferensi para pemilih, baik konstituen terhadap kontestan-kontestan yang akan bertarung di Pemilu. Kedua, sebagai sarana untuk menetapkan tujuan objektif, *marketing* effort dan pengalokasian sumberdaya. Ketiga, sebagai sarana untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi alternatif-alternatif strategi. Keempat, sebagai sarana untuk mengimplementasikan strategi untuk membidik segmen-segmen tertentu yang menjadi sasaran berdasarkan sumberdaya yang ada. Kelima, sebagai sarana untuk memantau dan mengendalikan penerapan strategi untuk mencapai sasaran objektif yang telah ditetapkan.

Adapun pesan yang ingin disampaikan dalam konsep *marketing* politik seperti: pertama, menjadikan pemilih sebagai subjek bukan objek partai politika atau seorang kandidat. Kedua, menjadikan permasalahan yang dihadapi pemilih sebagai langkah awal dalam menyusun program kerja yang ditawarkan dengan berdasarkan ideologi masing-masing partai politik. Ketiga,

marketing politik tidak menjamin sebuah kemenangan, tetapi menyediakan alat untuk menjaga hubungan dengan pemilih sehingga akan terbangun kepercayaan, dan kemudian memperoleh dukungan berupa suara pemilih (Sanjaya, 2017: 104).

Menurut Niffenegger (dalam Firmanzah, 2007: 203) terdapat empat strategi dalam *marketing* politik yang dapat digunakan oleh caleg yaitu produk, promosi, harga, dan penempatan. Pertama, produk (*product*). Produk yang ditawarkan institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks. Produk yang dimaksud merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen atau pemilih. Dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai politik atau caleg terpilih. Produk politik dibagi dalam tiga kategori yaitu *party platform* (platform partai), *past record* (catatan masa lampau), dan *personal characteristic* (ciri pribadi). Produk utama dari sebuah institusi politik adalah platform partai yang berisikan konsep, identitas ideologi dan program kerja sebuah institusi politik. Selain itu, apa saja yang dilakukan partai politik di masa lalu berkontribusi pada pembentukan sebuah produk politik. Maka dari itu, karakteristik atau ciri seorang kandidat memberikan citra, simbol, dan kredibilitas sebuah produk politik.

Karakteristik produk menurut O'Shaughnessy (dalam Firmanzah, 2007: 205) sebagai berikut.

- a. Partai politik menjual produk yang tidak nyata (*intangible product*);
- b. Sangat terkait dengan sistem nilai (*value laden*);
- c. Didalamnya melekat janji dan harapan akan masa depan;
- d. Didalamnya terdapat visi yang bersifat atraktif;
- e. Kepuasan yang dijanjikan tidaklah segera tercapai, tetapi hasilnya lebih bisa dinikmati dalam jangka panjang; dan
- f. Tidak pasti dan bisa ditafsirkan macam-macam (*multi-interpretable*).

Buttler dan Collin (dalam Firmanzah, 2007: 205) menyatakan terdapat tiga dimensi penting yang harus dipahami dari sebuah produk politik, 1) *person/party/ideology* (pribadi/partai/ideologi), 2) *loyalty* (kesetiaan), 3) *mutability* (bisa berubah-ubah). Seorang calon atau kandidat, partai politik, dan ideologi partai merupakan identitas sebuah institusi politik yang ditawarkan kepada para pemilih. Para pemilih akan menilai dan menimbang seorang kandidat, partai politik, dan ideologi yang mana kiranya akan berpihak dan mewakili suara para pemilih.

Kedua, promosi (*promotion*). Promosi merupakan upaya periklanan, promosi untuk sebuah partai politik. Institusi politik dapat bekerja sama dengan agen iklan dalam membangun slogan, jargon, dan citra yang akan ditampilkan. Selain itu, pemilihan media juga perlu diperhatikan, tidak semua media tepat untuk

melakukan promosi. Dalam melakukan promosi harus dipikirkan dengan matang media yang paling efektif untuk mentransfer pesan politik. Promosi ini dapat dilakukan melalui lisan maupun tulisan. Terdapat promosi melalui media seperti tv, radio dan media cetak.

Promosi bisa dilakukan oleh institusi politik melalui debat di TV. Dalam hal ini publik berkesempatan melihat pertarungan program kerja yang ditawarkan oleh masing-masing institusi politik. Selain itu, promosi juga dapat dilakukan melalui pergerakan massa dalam jumlah besar untuk menghadiri sebuah tabligh akbar atau temu kader. Selain itu, adanya media promosi institusi politik lainnya yaitu lambang, simbol, dan warna bendera partai partai politik yang disebar melalui pamflet, umbul-umbul dan poster selama periode kampanye. Promosi dalam hal ini terkait dengan publikasi partai politik. Maka dari itu, promosi dapat dibedakan tiga kategori yaitu advertising, publikasi dan event debat.

Ketiga, harga (*price*). Dalam *marketing* politik harga dikategorikan dalam tiga hal yaitu harga ekonomi, harga psikologis, dan citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan selama kampanye. Mulai dari biaya iklan, publikasi, biaya ‘rapat-akbar’ sampai ke biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologi mengenai kenyamanan masyarakat dengan

latar belakang etnis, agama, dan pendidikan caleg. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan citra seorang caleg. Caleg harus membentuk persepsi masyarakat bahwa dirinya mampu memberikan citra positif sehingga menjadi kebanggaan daerah atau nasional.

Lock dan Harris (1996) melihat bahwa tidak ada pengenalan harga ketika seseorang melakukan proses pembelian produk politik. Hal ini yang membedakan pembelian politik dengan komersial. Harga yang harus dibayar para pemilih adalah kepercayaan (*trust*) dan keyakinan (*beliefs*) pada partai politik atau kandidat yang akan didukung. Agar memiliki legitimasi, partai politik dan kandidat harus mendapatkan kepercayaan masyarakat, dengan harapan akan menjadi pemenang dalam pemilihan umum. Apa yang diberikan masyarakat adalah kepercayaan dan keyakinan kepada kandidat. Inilah harga yang harus dibayar oleh para pemilih pada saat pemungutan suara.

Keempat, penempatan (*place*). Penempatan ini berkaitan dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Kampanye politik memang harus bisa menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Suatu institusi politik harus mampu mengidentifikasi dan memetakan karakteristik masyarakat secara geografis. Identifikasi dilakukan dengan melihat konsentrasi penduduk di

setiap daerah, penyebarannya, dan kondisi fisik geografisnya. Pemetaan dilakukan secara demografis, dimana pemilih dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, kelas sosial, pemahaman akan dunia politik, kepercayaan akan agama dan etnis. Keberpihakan pemilih, misalnya saja berapa pendukung tradisional, berapa pendukung partai politik atau kandidat lain, berapa jumlah massa mengambang (*floating mass*) dan berapa persentasi Golput.

Sistem distribusi diartikan sebagai suatu jaringan yang terdiri dari orang dan institusi yang terkait dengan aliran produk politik kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat dapat merasakan dan mengakses produk politik dengan mudah. Dalam dunia politik, distribusi produk politik sangat berkaitan dengan mekanisme jangkauan dan penetrasi produk politik sampai ke daerah dan pelosok.

Masyarakat yang berada dalam jarak yang jauh akan merasakan bahwa produk politik suatu kandidat lebih baik dibandingkan dengan kandidat lain. Pemilihan media seperti koran, TV, radio, internet, majalah, brosur, pamflet dan poster yang sebar ke daerah merupakan salah satu bentuk fisik dari distribusi dalam konteks pemasaran politik. Selain itu, kunjungan partai politik dan kandidat ke daerah-daerah dapat dikategorikan dalam distribusi politik.

b. Komunikasi Politik

Heryanto & Rumaru (2013: 2), menjelaskan komunikasi politik dalam kajian politik merupakan upaya-upaya pembentukan kesepakatan. Dimana kesepakatan ini menyangkut bagaimana pembagian sumber daya kekuasaan atau bagaimana kesepakatan tersebut dibuat. Sementara komunikasi politik dalam kajian komunikasi dipahami sebagai pesan yang didapatkan bercirikan politik untuk mempengaruhi pihak lain dalam pencapaian tujuan yang direncanakan. Dengan demikian, fokus pertama adalah pada aktivitas politik, dan yang kedua adalah fokus pada pesan bercirikan politik.

Sunarto (2016: 14), menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan fungsi untuk penyaluran informasi atau pesan-pesan politik dari pemerintah kepada masyarakat maupun dari masyarakat kepada pemerintah. Melalui komunikasi politik ini aspirasi masyarakat dapat sampai kepada penentu kebijakan, sebaliknya kebijakan pemerintah dapat tersebarluaskan pada masyarakat. Fungsi dari komunikasi politik ini terkait dengan munculnya kritik, saran, dan masukan dari masyarakat kepada pemerintah, serta terbentuknya publik opini yang sangat mempengaruhi kebijakan pemerintah.

Sedangkan M. Setiadi dan Kolip (2013: 284) menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan proses penyampaian

informasi tentang politik dari pemerintah kepada masyarakat juga dari masyarakat kepada pemerintah.

Jadi, dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud komunikasi politik merupakan tindakan untuk menyampaikan informasi berupa pesan-pesan politik oleh partai politik atau seorang kandidat kepada pihak lain atau masyarakat. Dengan demikian, inti dari komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada masyarakat sehingga masalah yang dibahas mengenai kegiatan politik dapat mengikat suatu kelompok atau masyarakat tertentu.

Komunikasi pada hakikatnya menggambarkan proses peyampaian informasi-informasi politik. Untuk mengembangkan komunikasi yang netral yaitu pemberian atau penyampaian informasi-informasi secara tidak memihak (Hasan, 2006: 31).

Adapun tujuan dari komunikasi politik menurut Arifin (2011: 177-231) adalah untuk memperoleh citra politik, opini publik, partisipasi politik dan kebijakan publik serta memenangkan pemilihan umum.

a. Citra dapat didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. Citra politik tersusun melalui persepsi yang bermakna tentang gejala

politik dan menyatakan makna melalui kepercayaan, nilai, dan harapan dalam bentuk pendapat pribadi.

b. Opini publik menurut Arifin (dalam Arifin, 2011: 194-195) adalah sebagai berikut.

1) Pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian, dan harapan rata-rata individu kelompok dalam masyarakat tentang suatu hal yang berhubungan dengan kepentingan umum atau persoalan-persoalan sosial;

2) Hasil interaksi, diskusi atau penilaian sosial antar individu tersebut yang berdasarkan pertukaran pikiran yang sadar dan rasional yang dinyatakan baik lisan maupun tulisan;

3) Isu atau masalah yang didiskusikan adalah hasil dari apa yang dioperkan oleh media massa (media cetak maupun elektronik); dan

4) Opini publik hanya dapat berkembang pada negara-negara yang menganut paham demokrasi. Dimana adanya kebebasan kepada warga negaranya untuk menyatakan pendapat dan sikapnya, baik lisan maupun tulisan.

c. Partisipasi politik dan kebijakan politik. Partisipasi merupakan keterlibatan individu-individu dalam bermacam-macam tindakan dalam kehidupan politik. Keikutsertaan rakyat dalam kegiatan politik dengan cara memberikan suara dalam pemilihan umum dan memengaruhi kebijakan publik, merupakan

konsekuensi atau efek komunikasi politik yang sangat penting. Partisipasi dalam memengaruhi kebijakan politik hanya dapat terjadi jika partai politik atau kandidat memenangkan pemilihan umum, pilpres, atau pilkada.

- d. Pemilu (pemilihan umum). Salah satu tujuan komunikasi politik adalah memenangkan Pemilu. Kegiatan komunikasi politik yang berkaitan langsung dengan komunikasi politik yaitu kampanye dan pemungutan suara. kampanye pemilihan umum merupakan suatu usaha untuk memengaruhi masyarakat secara persuasif atau tidak memaksadengan melakukan kegiatan retorika, public relations, pemasaran politik, komunikasi massa, lobi dan tindakan politik.

c. Kampanye Politik

Kampanye merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan tingkah laku para pemilih. Perubahan ini karena ingin dicapai melalui himbauan, ajakan, dan janji sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menentukan pilihan politiknya pada partai politik atau kandidat tertentu (Sanjaya, 2017: 108).

Arifin (2011: 152), kampanye politik adalah sebuah bentuk komunikasi politik yang terorganisasi dalam waktu tertentu juga dilakukan oleh seorang, kelompok orang, dan organisasi politik untuk memperoleh dukungan politik dari

masyarakat. Kampanye politik merupakan salah satu agenda dalam proses Pemilu yang memiliki peraturan sendiri yang didalamnya terdapat jadwal, tata cara, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika melakukan pelanggaran. kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang, sekelompok orang atau organisasi politik untuk membentuk dan membina citra (*image*) dan opini publik yang positif, agar terpilih dalam suatu pemilihan (Arifin (2010) dalam Arifin, 2011: 154).

Lilleker & Negrine (dalam Firmanzah, 2008: 271) mendefinisikan bahwa kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia Pemilu kepada semua kandidat, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan memengaruhi opini publik dengan memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan.

Sedangkan Lock dan Harris (dalam Firmanzah, 2008: 275), menjelaskan bahwa kampanye politik terkait erat dengan pembentukan *image* politik. Dalam kampanye politik terdapat dua hubungan yang harus dibangun, yaitu internal dan eksternal. Hubungan internal adalah suatu proses antara anggota-anggota partai dengan masyarakat pendukungnya untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka.

Sementara hubungan eksternal dilakukan untuk memberitahukan image yang akan dibangun kepada pihak luar partai politik, termasuk media-massa dan masyarakat. Faktor utama penyebab seseorang dapat meraih kemenangan yaitu sejauhmana kemampuannya dalam mencitrakan diri sehingga masyarakat mengenal dan bersimpati pada kandidat tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kampanye politik adalah kegiatan yang berikan oleh panitia Pemilu dalam periode tertentu kepada partai politik atau seorang kandidat untuk mengenalkan dan menawarkan program politik yang telah mereka siapkan kepada masyarakat.

Kampanye memiliki beberapa metode yang dikemukakan oleh Heryanto & Rumaru (2013: 22), metode kampanye yang dilakukan oleh peserta Pemilu adalah sebagai berikut.

- a. Pertemuan terbatas;
- b. Tatap muka;
- c. Penyiaran melalui media cetak dan media elektronik;
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum;
- e. Pemasangan alat peraga di tempat umum;
- f. Rapat umum; dan
- g. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan.

Menurut Arifin (2011: 155-156) terdapat beberapa jenis kampanye politik yaitu kampanye *dialogis*, kampanye *monologis*, dan kampanye *organisasi*. Penjelasan dari beberapa jenis kampanye politik sebagai berikut.

- a. Kampanye *Dialogis*. Kampanye dialogis disebut juga kampanye tatap muka (antarpersonal) merupakan kampanye yang dilakukan tanpa media perantara. Seorang kandidat bertemu dan berdialog secara langsung dengan para calon pemilih, berjabat tangan dan bercanda, dan melakukan foto bersama. Kampanye *dialogis* dapat dilakukan di sebuah gedung atau tempat yang luas dan dihadiri oleh puluhan bahkan ratusan orang. Dalam kegiatan ini seorang kandidat melakukan pidato dengan gaya retorik dan juga dilakukan sesi tanya jawab dengan para calon pemilih, sehingga tercipta suasana *dialogis* yang baik.
- b. Kampanye *Monologis*. Kampanye *monologis* disebut juga kampanye massa merupakan kampanye yang ditujukan kepada massa yang dilakukan di lapangan terbuka. Melakukan persuasi kepada masyarakat dengan menggunakan retorika yaitu menampilkan para juru kampanye dengan cara menyampaikan pidato atau orasi politik secara bergantian. Dalam hal ini komunikasi politik dilakukan secara satu arah (monolog) tanpa ada dialog. Selain

itu kampanye massa secara monolog dapat dilakukan melalui radio, televisi, surat kabar, spanduk, baliho, poster dan selebaran.

- c. Kampanye *Organisasi*. Kampanye organisasi merupakan kampanye politik yang dilakukan dengan mengandalkan dukungan suatu organisasi tertentu. Setiap calon atau kandidat yang ingin sukses dalam kampanye politik harus memiliki tiga jenis organisasi yaitu partai politik, organisasi sosial, dan organisasi penyokong. Memanfaatkan ketiga jenis organisasi tersebut untuk memperoleh dukungan.

Kampanye dalam pemilihan umum memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin dengan cara memperoleh hasil yang baik dalam pemilihan umum, agar dapat mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah kepada perubahan masyarakat (Schroder, 2016: 9).

B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian relevan sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini, pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani Subekti (2015) tentang Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Kabupaten Bantul Dapil V Pada Pileg 2014. Penelitian yang dilakukan Fitri Subekti menekankan pada pada strategi kampanye, dimana dilakukan dengan cara sosial keagamaan dan sosial kemasyarakatan. Dengan cara sosial keagamaan ini cenderung mengedepankan masyarakat yang seagama, tetapi

strategi yang dilakukan dengan cara sosial masyarakat mengedepankan nilai-nilai persamaan tanpa adanya sesuatu yang lebih mengedepankan suku, ras, dan agama.

Penelitian yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Sulastri Damayanti (2014) tentang *Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota DPR RI Periode 2014-2019*. Penelitian yang dilakukan Sulastri Damayanti menekankan pada *marketing politik* dengan menggunakan konsep pasar politik, produk politik, dan *positioning politik*. Beberapa cara yang digunakan dalam komunikasi politik yaitu tatap muka dan media. Dalam upaya *positioning politik* dengan cara menanamkan image kedekatan dengan masyarakat, media, dan kerja nyata. Beberapa kegiatan yang dilakukan Ledia melalui tatap muka seperti wayang dakwah, seminar, pelatihan pemadam kebakaran, dan silaturahmi. Sedangkan media menggunakan media cetak, elektronik, dan media sosial.

Selanjutnya penelitian yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Yusri (2016) tentang *Strategi Caleg Muda Dalam Meraup Suara Pemilih Pemula (Studi Kasus Kemenangan Syauqi Futaqi Dari Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2014 Di Kabupaten Bireuen)*. Dalam penelitian Yusri menunjukkan bahwa strategi kemenangan Syauqi ini karena adanya pendekatan kepada pemilih pemula dengan cara melakukan edukasi politik dan melakukan silaturahmi. Dan ada beberapa faktor lain yaitu usia Syauqi yang masih muda, ia bersikap *low profile*, dan kekuatan pamor Syauqi.

Berbeda dengan penelitian yang akan saya lakukan strategi yang digunakan Anggi Noviah bersama Tim Gisell lebih menekankan pada *branding* Anggi Noviah yaitu peduli terhadap masyarakat. Peduli dalam hal ini membantu dalam percepatan urusan pemerintahan untuk melayani masyarakat seperti membantu dalam pembuatan Kartu Keluarga (KK), Akta Kelahiran, Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Identitas Anak (KIA), dan sebagainya. Strategi ini dilakukan pada saat pelaksanaan kampanye dengan cara *Door To Door*. Strategi pemenangan ini memainkan *marketing* politik, komunikasi politik, *branding* dan *positioning*, serta analisis SWOT dari Anggi Noviah. Sehingga dalam pelaksanaan strategi tersebut Anggi Noviah terpilih menjadi anggota termuda DPRD Kabupaten Indramayu periode 2019-2024 dan untuk mengetahui faktor yang mendukung dalam pelaksanaan strategi tersebut.

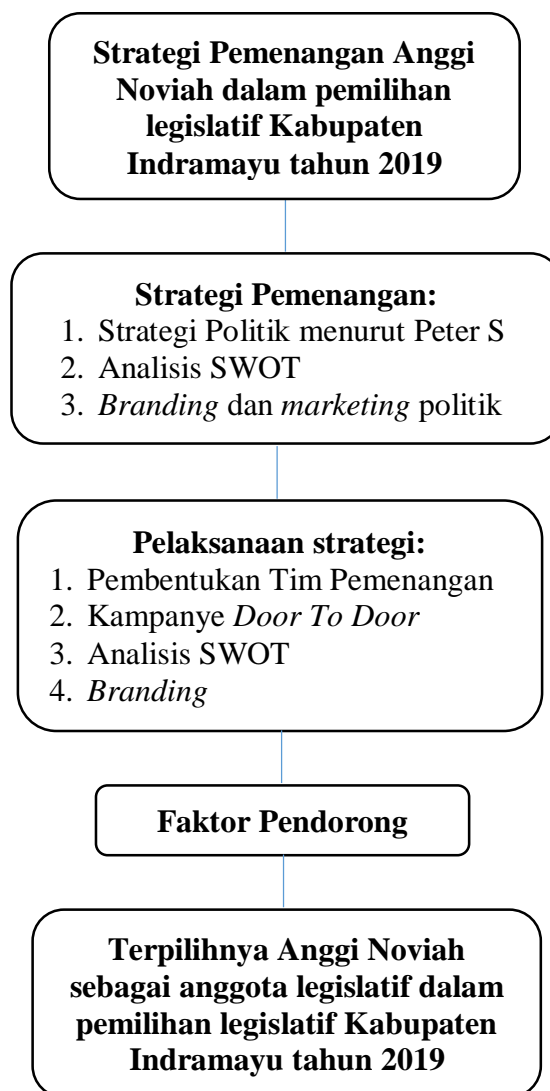
C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir dalam penelitian menggambarkan alur pemikiran peneliti mengenai fokus dalam penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan Anggi Noviah dalam memperoleh suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019. Dalam rangka menarik perhatian masyarakat dan memperoleh suara sehingga memenangkan pemilihan umum, setiap calon memiliki strategi yang berbeda disesuaikan dengan karakteristik dari masyarakat.

Sebelum melakukan penelitian mendalam, peneliti telah melakukan penelitian awal untuk mendapatkan gambaran yang ada di lapangan mengenai strategi yang dilakukan oleh Anggi Noviah. Berdasarkan penelitian awal yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian tersebut. Pertama mengenai strategi pemenangan yang dilakukan oleh Anggi Noviah yaitu menggunakan strategi politik menurut Peter Schroder, analisis SWOT, *branding* dan *positioning*, dan *marketing* politik. Setelah melakukan penelitian awal, peneliti menemukan pelaksanaan strategi pemenangan ini dimulai dengan pembentukan tim pemenangan yang dinamakan Tim Gisell, Kampanye *Door To Door* dengan memanfaatkan analisis SWOT, dan *Branding* dengan tujuan mencari pendukung sebanyak-banyaknya agar dapat memenangkan pemilihan umum.

Selain itu, pelaksanaan strategi pemenangan dengan cara pendekatan yang dilakukan Anggi Noviah dan Tim Gisell pada petani, dimana masyarakat Kabupaten Indramayu sebagian besar bermata pencaharian sebagai Petani, upaya yang dilakukan Anggi Noviah ini dalam pembentukan *image* dimata masyarakat. Anggi Noviah mengunjungi langsung petani di sawah beberapa wilayah Dapil IV Kabupaten Indramayu dan membantu para petani saat mengalami kekeringan akibat adanya mafia air. Selain itu, para pemuda-pemudi Kabupaten Indramayu yang tidak termasuk ke dalam Tim Gisell juga turut membantu dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan Anggi Noviah yang disebut sebagai relawan.

Melihat dari strategi pemenangan yang dilakukan dan faktor pendorong kemenangan lainnya, termasuk dalam pelaksanaan strategi pemenangan. Hal ini dilakukan untuk mencari dukungan dari masyarakat, hingga akhirnya Anggi Noviah terpilih menjadi anggota termuda DPRD Kabupaten Indramayu periode 2019-2024. Berdasarkan uraian diatas maka untuk mempermudah memahami alur berpikir, peneliti menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut.



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Latar Penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas, yaitu mengenai strategi pemenangan Anggi Noviah dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya motivasi, peranan, persepsi, dan perilaku dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks khusus secara alamiah (Moleong, 2017: 7).

Menurut Sugiyono (2016: 292), tempat penelitian merupakan tempat di mana situasi sosial yang akan diteliti. Penentuan lokasi ini bertujuan agar memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Dipilihnya lokasi penelitian di Daerah Pilihan (Dapil) IV yang meliputi Kecamatan Cikedung, Lelea, Losarang, dan Trisi di Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat dengan alasan seorang caleg baru dan masih muda terpilih sebagai anggota legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 artinya ia diberi kepercayaan oleh masyarakat sekitar untuk duduk di kursi DPRD Kabupaten Indramayu Periode 2019-2024. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan karena peneliti ingin fokus pada strategi pemenangan yang digunakan oleh anggota legislatif terpilih beserta tim pemenangan sehingga

dapat memenangkan kontestasi politik tersebut dan belum pernah diadakan penelitian yang serupa khususnya mengenai strategi pemenangan calon legislatif di Kabupaten Indramayu.

Penelitian akan dilakukan di beberapa tempat, diantaranya kantor KPU Kabupaten Indramayu untuk mencari tahu data atau rekapitulasi perolehan suara pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 yang diperoleh Dapil IV Kabupaten Indramayu. Lalu mengunjungi kantor DPC PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu untuk menanyakan perihal strategi partai pengusung dalam pemenangan caleg baru. Kemudian peneliti terjun langsung ke Daerah Pilihan IV Kabupaten Indramayu dengan cara wawancara kepada masyarakat sekitar.

B. Fokus Penelitian

Spradley (dalam Sugiyono, 2016: 209) menyatakan bahwa fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Penentuan fokus didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari lapangan. Kebaruan informasi dapat berupa upaya untuk memahami secara lebih luas dan mendalam tentang situasi sosial, keinginan untuk menghasilkan hipotesis dari situasi sosial yang akan diteliti.

Adapun fokus dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Pelaksanaan strategi pemenangan meliputi : pembentukan tim pemenangan dan analisis SWOT, hingga penerapan strategi pemenangan dengan tujuan mencari pendukung sebanyak-banyaknya agar dapat memenangkan pemilihan umum.

2. Faktor-faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi pemenangan tersebut.

C. Sumber Data Penelitian

Menurut Lofland dan Lofland (1984) sumber data dalam penelitian kualitatif merupakan kata-kata dan tindakan. Kemudian data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2017: 157). Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Adapun maksud dari sumber data primer dan data sekunder sebagai berikut.

1. Data Primer

Menurut Subagyo (2004: 87) data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan baik yang dilakukan melalui wawancara dan observasi. Data ini diperoleh secara mentah dari masyarakat dan masih memerlukan analisa lebih lanjut.

Dengan demikian yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah caleg terpilih yaitu Anggi Noviah yang mampu memberikan gambaran serta menjelaskan bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan sehingga dapat memenangkan Pemilu Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019, Sahali, SH selaku Sekretaris DPC PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu sebagai partai pengusung, Heri Wahyu Hartono selaku ketua tim pemenangan, dan Marpu'ah dan Warli yang merupakan masyarakat sekitar yang berada di dapil IV Kabupaten Indramayu.

2. Data Sekunder

Selain data primer, terdapat data sekunder yang dibutuhkan penulis dalam penelitian ini untuk memperkuat data sebelumnya. Menurut Subagyo (2004: 88) data sekunder merupakan data yang diperoleh atau berasal dari bahan kepustakaan. Bahan kepustakaan tidak hanya berupa teori-teori yang telah matang dan siap untuk dipakai tetapi dapat pula berupa hasil-hasil penelitian yang masih memerlukan pengujian kebenarannya. Data sekunder sebagai pelengkap dengan melalui petugas atau tanpa melalui petugas dengan mencari sendiri dalam file-file yang tersedia.

Data sekunder yang diperoleh yaitu rekapitulasi hasil perhitungan suara calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 Dapil IV, Berita Acara, dan Laporan Dana Kampanye.

D. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpuln data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2016: 224). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Wawancara

Esterberg (2002) menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya

jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016: 231). Wawancara yang digunakan penulis adalah wawancara terstruktur. Dengan wawancara terstruktur ini peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dalam penelitian ini wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan yaitu sebagai berikut.

- a. Anggi Noviah
- b. Sahali, SH sekretaris DPC PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu
- c. Heri Wahyu Hartono, ketua tim pemenangan
- d. Marpu'ah dan Warli, warga Kabupaten Indramayu Dapil IV

2. Dokumentasi

Menurut Moleong (2002: 161), dokumen sudah lama digunakan sebagai sumber data dalam penelitian yang dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, dan untuk meramalkan. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu rekapitulasi hasil perhitungan suara calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 Dapil IV, Berita Acara, dan Laporan Dana Kampanye.

E. Uji Validitas Data

Menurut Miles and Huberman (1992) dalam Aman (2007: 9), untuk menjamin validitas data yang dikumpulkan dalam penelitian, peneliti dapat menggunakan teknik informan review atau umpan balik dari informan. Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek validitas. Dimana yang diuji dalam mendapatkan

data yang valid yaitu data yang diperoleh. Data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi di lapangan (Sugiyono, 2016: 268-269).

Uji validitas data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasih. Menurut Moleong (2002: 178), triangulasih merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut. Terdapat beberapa triangulasih diantaranya traingulasih sumber, triangulasih metode, penyidik dan triangulasih teori. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan merupakan triangulasih sumber. Maksud dari triangulasi sumber ini merupakan triangulasih yang membandingkan dan mengecek suatu informasi yang diperoleh.

Dengan demikian, triangulasih yang digunakan penulis adalah triangulasih sumber, dimana untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber atau sumber yang berbeda. Dengan membandingkan hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan yang dikatakan didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, dan lain sebagainya. Penulis mengambil tentang bagaimana strategi pemenangan Anggi Noviah dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019, maka pengumpulan data yang diperoleh melalui caleg terpilih, ketua DPC PDI Perjuangan, ketua tim pemenangan, KPU dan masyarakat sekitar.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016: 244), analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, kemudian dikembangkan menjadi hipotesis. Analisis data yang dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengangkat fakta di lokasi penelitian, dan fenomena-fenomena yang terjadi selama penelitian dan menyajikan apa adanya dengan menjabarkan secara rinci kenyataan di lapangan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang dibahas, sehingga memudahkan untuk dirangkum untuk melanjutkan bab selanjutnya. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu.

Penulis menggunakan analisis data di lapangan model Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2008: 246), terdapat beberapa komponen dalam analisis data yaitu data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification*. Berikut penjelasan dari ketiga komponen tersebut.

a. Data *reduction* (reduksi data) merupakan data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah dirangkum akan memberikan

gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

- b. Data *display* (penyajian data). Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Menurut Miles and Huberman (1984) bahwa penyajian data yang paling sering digunakan adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.
- c. *Conclusion drawing/verification*. Langkah ketiga dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Indramayu

a. Kondisi Geografis

Kabupaten indramayu terletak pada posisi $107^{\circ} 52^{\circ} - 108^{\circ} 36^{\circ}$ Bujur Timur dan $6^{\circ} 15^{\circ} - 6^{\circ} 40^{\circ}$ Lintang Selatan. Kabupaten Indramayu terletak di wilayah administrasi Provinsi Jawa Barat. Lokasi Kabupaten indramayu terdapat di bagian utara Jawa Barat atau dikenal dengan istilah wilayah pantai utara atau pantura. Batas-batas wilayah Kabupaten Indramayu sebagai berikut: 1) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Subang; 2) Sebelah Timur berbatasan dengan Laut Jawa dan Kabupaten Cirebon; 3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Majalengka, Kabupaten Sumedang, dan Kabupaten Cirebon; 4) Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa.



Gambar 4.1 : Peta Kabupaten Indramayu

Sumber : <https://peta-hd.com/peta-kabupaten-indramayu/>

b. Luas Wilayah

Kabupaten Indramayu terdiri dari 31 kecamatan terdiri atas 317 desa dan 8 kelurahan. Pusat pemerintahan berada di Kecamatan Indramayu. Kabupaten Indramayu memiliki luas wilayah 204,011 Ha atau 2.040.110 Km dengan panjang garis pantai 147 Km yang membentang sepanjang pantai utara antara Kabupaten Cirebon - Kabupaten Subang, dengan banyaknya desa pantai 36 desa dari 11 kecamatan. Kabupaten Indramayu memiliki luas wilayah 204,011 Ha terdiri dari Tanah Sawah Irigasi 116.675 Ha, Tanah Kering 87.336 Ha, dan Tanah Sawah Non Irigasi 92.795 Ha.

c. Kondisi Demografis

Jumlah penduduk Kabupaten Indramayu berdasarkan kelompok jenis kelamin tercatat dan berdasarkan usia 15 tahun keatas yang termasuk dalam angkatan kerja di BPS Kabupaten Indramayu pada tahun 2018 sebagai berikut.

Tabel 4.1 Penduduk Kabupaten Indramayu Menurut Kecamatan Berdasarkan Jenis Kelamin

Wilayah Kecamatan	Penduduk Menurut Jenis Kelamin (Jiwa)	
	Perempuan	Laki-laki
1. Hargeulis	43.793	45.451
2. Gantar	33.235	33.897
3. Kroya	29.879	31.387
4. Gabuswetan	26.934	27.799
5. Cikedung	19.773	19.941
6. Terisi	26.625	28.225
7. Lelea	23.408	23.609
8. Bangodua	13.735	14.202
9. Tukdana	24.747	26.059
10. Widasari	16.215	17.407
11. Kertasemaya	30.449	31.434
12. Sukagumiwang	19.661	19.658
13. Krangkeng	30.468	32.318
14. Karangampel	29.153	31.114
15. Kedokanbunder	20.801	22.296
16. Juntinyuat	36.540	40.326
17. Sliyeg	28.100	30.354
18. Jatibarang	33.574	35.689

19. Balongan	19.188	20.510
20. Indramayu	52.075	61.822
21. Sindang	24.258	25.207
22. Cantigi	12.786	13.801
23. Pasekan	11.055	12.039
24. Lohbener	29.793	31.359
25. Arahan	21.718	22.764
26. Losarang	25.439	26.666
27. Kandanghaur	41.385	43.456
28. Bongas	22.995	23.909
29. Anjatan	39.444	41.745
30. Sukra	20.480	22.512
31. Patrol	26.260	28.265
Kabupaten Indramayu	833.966	885.221
Jumlah		1.719.187

Sumber : BPS Kabupaten Indramayu

Menurut data dari BPS Kabupaten Indramayu menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Indramayu berjenis kelamin laki-laki lebih tinggi 1% dibanding perempuan. Dengan jumlah penduduk laki-laki 833.966 dan perempuan 885.221 dapat dikatakan bahwa jumlah perempuan di Kabupaten Indramayu lebih banyak dibanding laki-laki.

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia 15 Tahun Keatas

Golongan Umur	Jumlah penduduk Angkatan Kerja Menurut Golongan Umur (Jiwa) Tahun 2018
15-19	53.568
20-24	96.341
25-29	91.166
30-34	94.071
35-39	98.164
40-44	89.394
45-49	91.635
50-54	88.591
55-59	61.415
60-64	48.684
65+	33.824
Jumlah	846.853

Sumber : BPS Kabupaten Indramayu

Menurut data dari BPS Kabupaten Indramayu, jumlah penduduk Kabupaten Indramayu berdasarkan usia 15 tahun keatas, sekitar 49% dari jumlah keseluruhan sudah memiliki hak untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum.

Kabupaten Indramayu merupakan daerah yang memiliki kaum milenial sangat tinggi dengan jumlah penduduk yang berusia 20-24 tahun berjumlah 96.341.

Walaupun Kabupaten Indramayu berada di Jawa Barat dimana dikenal dengan tanah Pasundan yang berbudaya dan berbahasa Sunda, namun sebagian besar penduduk Kabupaten Indramayu menggunakan bahasa Cirebon dialek Indramayu atau biasa disebut dengan *Basa Dermayon*, sementara penduduk yang dibagian selatan dan barat daya menggunakan Bahasa Sunda khas Indramayu yang disebut *Sunda Parean* (Purnama, 2016: 336).

d. Mata Pencaharian

Sebagian besar masyarakat Kabupaten Indramayu bermata pencaharian sebagai petani. Kabupaten Indramayu masih nomor satu penghasil padi terbesar se-Provinsi Jawa Barat. Menurut BPS, SAKERNAS 2003 dalam Darmawan dan Budi (2017: 151) menjelaskan bahwa data penduduk Kabupaten Indramayu berdasarkan sektor usaha utama menunjukkan 52,71 persen penduduk yang berusia diatas 10 tahun bekerja disektor pertanian. Selain padi, terdapat hasil bumi lain yaitu mangga. Jenis mangga khas Indramayu disebut mangga cengkir. Mangga ini dapat ditemukan di sepanjang jalur utama Kabupaten Indramayu karena banyak pedagang buah mangga sebagai oleh-oleh khas Indramayu. Dari hasil bumi ini, maka Kabupaten Indramayu mendapat julukan sebagai Kota Mangga.

2. Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019

Peneliti melakukan penelitian tentang strategi pemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019. Penerapan strategi ini memberikan hasil yang baik dari seorang Anggi Noviah beserta tim Gisell.

Strategi pemenangan Anggi Noviah dengan menggunakan strategi politik menurut Peter Schroder yaitu strategi *ofensif* dan *defensif*. Dimana strategi *ofensif* ini dilihat melalui program kerja yang disusun lebih realistis dibanding caleg lain. Sementara strategi *defensif* yaitu cara Anggi Noviah dalam mempertahankan pemilih.

Kemudian analisis SWOT, dimana strategi ini digunakan Anggi Noviah agar dapat mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada. Anggi Noviah memiliki kekuatan, dikenal sebagai anak muda yang ramah dan berani, memiliki jaringan seperti Organisasi Masyarakat (Ormas) Permak Indramayu yaitu Ormas yang peduli akan daerahnya. Anggi Noviah juga selalu menerima aspirasi dari masyarakat. Sementara kelemahan Anggi Noviah yaitu dana kampanye yang minim karena sejak awal Anggi Noviah tidak menekankan dana kampanye. Selain itu, jumlah tim pemenangan yang minim.

Adapun peluang yang dimiliki Anggi Noviah dilihat dari program kerja yang telah disusun berbeda dengan caleg lain. Beberapa program kerja yang disusun merupakan aspirasi dari masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat itu sendiri. Yang terakhir yaitu ancaman. Di dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 ini, khususnya Dapil IV Kabupaten Indramayu terdapat *incumbent* yang mencalonkan diri, hal ini menjadi ancaman bagi Anggi Noviah karena beliau merupakan wajah baru di Pemilihan Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

Strategi pemenangan selanjutnya yaitu *branding* dan *positioning* berupa pakaian non formal, desain slogan yang memicu banyak pertanyaan masyarakat dan sebutan atau nama lain dari Anggi Noviah yaitu *Wong Enom Sing Grenyengan*.

Selanjutnya *marketing* politik, Anggi Noviah menggunakan strategi *marketing* politik yaitu produk politik, dilihat dari sosok Anggi Noviah itu sendiri. Kemudian *pull marketing*, dimana dalam memasarkan produk politik dengan memanfaatkan media, dan *pass marketing*, pendekatan melalui tokoh agama dan tokoh masyarakat.

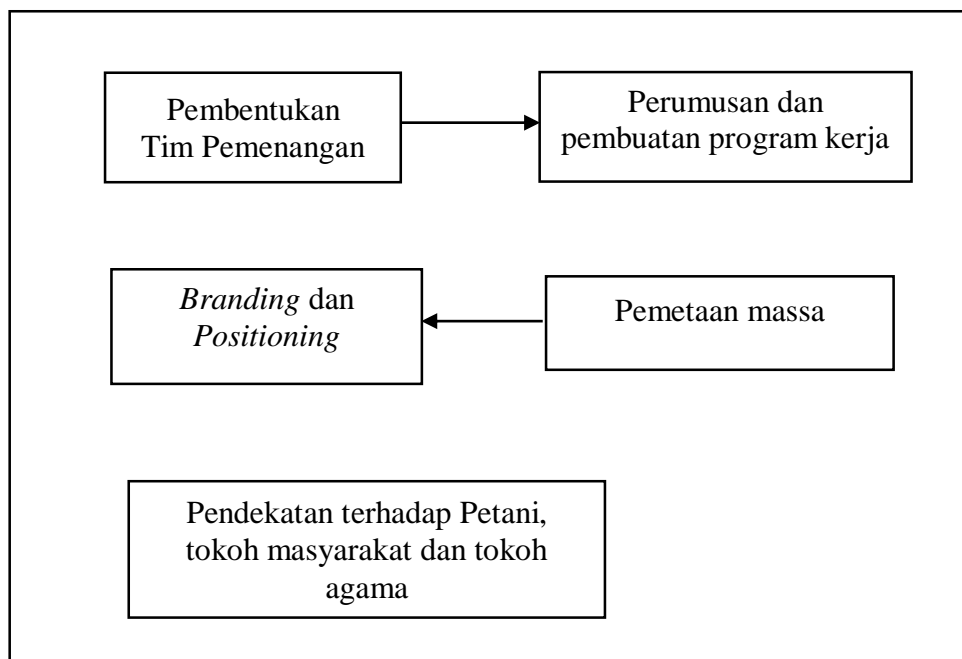
Kemudian, komunikasi politik. Anggi Noviah menyampaikan program kerja yang telah disusun menggunakan komunikasi politik. Hal ini disampaikan pada saat kampanye politik. Anggi Noviah menyampaikan sekaligus mendengarkan apa yang menjadi

permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat saat itu, sehingga nantinya akan dicarikan sebuah solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Jadi dalam penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemenangan Anggi Noviah dengan menggunakan strategi politik menurut Peter Schroder, analisis SWOT, branding dan positioning, kampanye politik, marketing politik, dan komunikasi politik.

Setelah melakukan wawancara dengan Anggi Noviah dan Tim Gisell diketahui bahwa ketika mencalonkan diri sebagai calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019, Anggi Noviah menggunakan strategi pemenangan yaitu pembentukan tim pemenangan, perumusan program kerja, *branding* dan *positioning*, komunikasi politik, dan pendekatan terhadap petani, tokoh masyarakat dan tokoh agama dengan tujuan mencari pendukung sebanyak-banyaknya agar dapat memenangkan pemilihan umum.

Dari data tersebut, peneliti menggambarkan melalui sebuah bagan sebagai berikut;



Bagan 4.1 Strategi Pemenangan Anggi Noviah

Penulis menggambarkan strategi pemenangan dalam sebuah bagan diatas berdasarkan apa yang disampaikan Anggi Noviah pada saat pelaksanaan wawancara. Dengan melihat dari rancangan strategi pemenangan yang telah disusun oleh Anggi Noviah dan tim pemenangannya. Maka hal selanjutnya yang akan dilakukan adalah bagaimana melaksanakan strategi pemenangan tersebut. Berikut adalah penjelasan mengenai pelaksanaan strategi pemenangan oleh Anggi Noviah dan tim pemenangan.

Pertama yaitu pembentukan tim pemenangan, Anggi Noviah membentuk tim pemenangan bersama Bapak H. H. Heri Wahyu Hartono sebagai Ketua Tim Pemenangan dan beberapa orang yang sudah terbentuk. Anggi Noviah menetapkan beliau sebagai ketua tim

dengan alasan beliau merupakan seorang wirausaha. Anggi Noviah mengatakan bahwa,

“alasan saya memilih H. Heri sebagai ketua tim pemenangan karena beliau merupakan wirausaha. H. Heri merupakan pemilik pabrik garam terbesar di Kecamatan Losarang, Kabupaten Indramayu. Saya berkenalan dengan beliau dan diperintahkan untuk mencari teman seperjuangan namun ditingkat provinsi, akhirnya saya menggandeng Selly A. Gantina sebagai calon legislatif Dapil Jawa Barat 8 dengan alasan karena nomor urut yang sama yaitu nomor urut 3” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Awal mula membentuk tim pemenangan Anggi Noviah dan Selly A. Gantina mendeklarasikan bahwa mereka merupakan calon legislatif Dapil IV Kabupaten Indramayu dengan nomor urut 3 dan calon legislatif Dapil Jawa Barat 8 dengan nomor urut 3 tahun 2019 pada 3 Oktober 2018. Deklarasi ini dilaksanakan di Hotel Flamingo, Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu.

Sementara untuk anggota tim pemenangan, Anggi Noviah menjaring anggota tim dengan melihat kesetiaan membantu dan ketersediaan waktu luang. Seperti yang disampaikan oleh Anggi Noviah dalam wawancara bahwa,

“untuk kriteria tim pemenangan saya mencari pemuda dan orang-orang yang banyak waktu luang dan belum memiliki istri, ibu-ibu yang memiliki jaringan sosial misalkan ketua senam, ketua arisan, ketua ibu-ibu masak, dan sebagainya” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Anggi Noviah bahwa pada saat itu, mereka hanya membuat undangan 70 orang, namun dengan menyebarkan informasi tentang pencarian tim pemenangan guna

mendukung kedua calon legislatif tersebut maka undangan membludak menjadi 200 orang dari berbagai kalangan. Dari 200 orang yang hadir disebut dengan Tim Gisell. Namun setelah selesai acara deklarasi Tim tersebut justru membuat tim pemenangan berkurang. Penyebabnya adalah Anggi Noviah beserta tim yang sudah ada memberikan amplop yang berisikan uang pengganti bensin. Dari 200 orang yang hadir di acara deklarasi Tim Gisell hanya 25 orang yang bertahan dan ditetapkan dengan sebutan “Tim Gisell”.

Tim Gisell merupakan orang-orang yang membantu Anggi Noviah dalam mencari pendukung selama masa kampanye berlangsung. Tim Gisell tidak dipilih secara langsung oleh Anggi Noviah, namun mereka merupakan Tim yang datang dengan sendirinya dan ingin mendukung Anggi Noviah. Hal ini juga sama dengan apa yang disampaikan oleh Bapak H. H. Heri Wahyu Hartono sebagai Ketua Tim Gisell ketika wawancara bahwa,

”awal mula itu saya dikenalkan teman dan menitipkan calon dari PDI Perjuangan, aktivis kampus Universitas Padjajaran dan aktivis Ormas di Indramayu. Dan saya datangin dan menanyakan Anggi kalau dia mau capek akan saya dukung kalau tidak saya juga tidak mau. Kemudian saya menyuruh Anggi untuk mencari patner yang sama dengan nomor dia (Nomor 3) setelah kurang lebih satu minggu, dapat bu Selly mantan Plt Bupati Cirebon. Kemudian untuk jumlah tim pemenangan waktu itu sekitar 30-an dan darimana saja yang mau bergabung silahkan yang tidak juga tidak apa-apa. Kami memberitahukan melalui facebook dan mereka yang datang sendiri ketempat saya” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Tim pemenangan Anggi Noviah dan Selly A. Gantina dapat dikatakan berjumlah sangat minim. Karena hanya 25 orang ditambah yang sudah terbentuk diawal, jadi totalnya sekitar 30 orang untuk melakukan kegiatan di empat Kecamatan. Setelah tim Gisell terbentuk, kemudian ditetapkan Tarino sebagai wakil ketua dan Dwi Prayitno sebagai Sekretaris. Selanjutnya Anggi Noviah menetapkan beberapa koordinator yang memegang kendali disetiap bidang yang berbeda seperti Koordinator Laporan Masyarakat yaitu Sunadi, Koordinator Layanan Adminduk Kecamatan yaitu Suherman, dan Koordinator Laporan Bidang Pertanian yaitu Robi Hermawan. Untuk anggota tim Gisell berjumlah 25 orang yang berasal dari berbagai kalangan dan wilayah yang ada di Dapil IV Kabupaten Indramayu.



Gambar 4.2 Acara Deklarasi Tim Gisell

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

Setelah membentuk Tim Pemenangan, selanjutnya merancang program kerja. Tim pemenangan ini lebih dikenal masyarakat dengan sebutan “Tim Gisell”. Anggi Noviah dan Tim Gisell mengatakan bahwa mereka tidak merancang visi misi secara protokoler atau tertulis. Hal ini serupa dengan apa yang dikatakan oleh bapak H. Heri Wahyu Hartono selaku ketua tim Gisell saat melakukan wawancara bahwa,

”sebenarnya menurut saya visi misi itu janji politik, jadi kami tidak berani merinci visi misi yang terlalu protokoler. Saya mengenalkan Anggi kepada masyarakat dengan Video Kasus Pajero mantan Bupati Indramayu. Video ini masuk berita nasional. Setiap kali saya sosialisasi saya selalu menunjukkan video ini kepada siapapun saya menganggap ini sebagai modal. Misalnya saja saya ikut ngopi dengan bapak-bapak di warung kopi yang saya mengenalkan bahwa di Kabupaten Indramayu ada caleg yang hebat. Mungkin dari situ masyarakat tergugah. Waktu itu saya tidak berharap banyak, yang penting saya sudah menyampaikan jika ingin mendukung ya silahkan main kerumah” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Perumusan program kerja melihat dari permasalahan yang ada di masyarakat. Anggi Noviah bersama tim Gisell seringkali mengadakan perkumpulan dan menyaring aspirasi dari masyarakat tentang permasalahan yang mereka hadapi. Anggi Noviah bersama tim Gisell terjun langsung ke lapangan dengan mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat sekitar baik kalangan orang tua maupun kalangan muda seperti maulidan di mushola atau masjid, acara masak ibu-ibu, turnamen bola, konser anak vespa, ngunjung buyut, pagelaran wayang, dan sebagainya. Dimana Anggi Noviah dapat melakukan interaksi dan komunikasi langsung dengan masyarakat,

sehingga dari adanya kegiatan tersebut dapat membuat Anggi Noviah dekat dengan masyarakat.



Gambar 4.3 Kegiatan bersama masyarakat sekitar

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

Anggi Noviah beserta tim Gisell melakukan strateginya dengan merumuskan program kerja beserta sasaran yang akan dijadikan rencana dalam melaksanakan strategi pemenangannya. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa Anggi Noviah dan Tim Gisell tidak menyusun visi misi yang tertulis dari pihak mereka karena tidak ingin menjanjikan sesuatu kepada masyarakat dapat dilihat di baliho yang telah dibuat. Namun tetap ada program kerja yang ditawarkan oleh Anggi Noviah dan Tim Gisell untuk masyarakat sekitar. Penjelasan beberapa program kerja diperoleh dari akun facebook tim pemenangan yang bernama Kenalan Anggi Noviah (<https://www.facebook.com/kenalan.noviah>). Program kerja ini dibuat berdasarkan kondisi masyarakat pada saat penyaringan aspirasi dengan terjun langsung ke lapangan. Program kerja ini berasal dari Akun

facebook tim pemenangan yang dinamakan Kenalan Anggi Noviah Adapun program kerja tersebut adalah sebagai berikut.

a. NGOPI (Ngobrol Aspirasi Bareng Anggi)

Ngopi merupakan salah satu program untuk mendiskusikan permasalahan yang ada di masyarakat. Sasaran dari program ini untuk seluruh lapisan masyarakat. Dengan adanya program Ngopi, respon masyarakat lebih terbuka dengan Tim Gisell mengenai apa saja permasalahan yang sedang mereka hadapi dan diharapkan Anggi Noviah bersama Tim Gisell dapat mencari solusi yang tepat dari adanya permasalahan yang ada. Program Ngopi dilaksanakan dengan cara *Door To Door* dan kumpul di suatu titik desa berdasarkan jadwal kampanye. Dampak dari adanya program Ngopi ini masyarakat lebih terbuka dan lebih mengenal sosok Anggi Noviah.



Gambar 4.4 : Program Ngopi

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

b. Kartu Aspirasi Terpadu

Kartu Aspirasi Terpadu merupakan selebaran kertas yang diberikan oleh Tim Gisell untuk masyarakat yang memilih Anggi Noviah agar mendapatkan pelayanan. Dalam program kartu aspirasi terpadu, Anggi Noviah akan memprioritaskan masyarakat yang memiliki kartu ini. Sasaran dari program kartu aspirasi terpadu merupakan seluruh lapisan masyarakat yang akan dibantu dalam kebutuhan mereka yang belum terpenuhi. Bentuk pelayanan kartu aspirasi terpadu tersebut seperti pengurusan adminduk, layanan kesehatan, kardus kasih dan rantang kasih. Dengan adanya program ini respon masyarakat sangat aktif dan menerima kehadiran Anggi Noviah. Penjabaran dari pelayanan tersebut akan dijelaskan dibawah ini.

1) Adminduk

Program adminduk atau administrasi kependudukan merupakan program dalam pembuatan administrasi kependudukan seperti KK, KTP, KIA, Akta Kelahiran dan Akta Kematian. Anggi Noviah mengatakan bahwa program ini terinspirasi dari seorang anak tukang jualan surabi di Desa Jatimunggul Kecamatan Terisi Kabupaten Indramayu yang tidak bisa sekolah hanya karena tidak memiliki akta kelahiran. Dalam membuat akta kelahiran di daerah tersebut dikenakan biaya, namun tukang jual surabi tidak mampu untuk membayar

biaya pembuatan akta kelahiran. Maka dari itu anak tukang jual surabi tidak bisa masuk sekolah. Berawal dari kejadian ini, Anggi Noviah beserta Tim Gisell memulai program kerja mereka untuk membantu dan mendampingi masyarakat dalam pembuatan administrasi kependudukan. Dalam pelaksanaan program adminduk ini Anggi Noviah dan Tim Gisell menyediakan mobil antar yang di bagian samping mobil terdapat tulisan “Layanan Aspirasi Terpadu Masyarakat”, jadi ketika masyarakat akan membuat adminduk maka akan di dampingi oleh Anggi Noviah atau tim Gisell untuk ke Kecamatan maupun ke Dinas Kependudukan Kabupaten Indramayu karena jarak dari daerah Dapil IV ke Kecamatan Indramayu sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Indramayu cukup jauh dengan jarak 26 Km atau sekitar 35 menit.

2) Layanan Kesehatan

Program layanan kesehatan merupakan program dari Anggi Noviah dan Tim Gisell untuk mengantar masyarakat sekitar yang sakit dan harus segera dibawa ke Rumah Sakit. Seperti yang sudah dikatakan diatas bahwa jarak Dapil IV ke pusat kota terbilang cukup jauh, sementara letak Rumah Sakit rata-rata di pusat kota maka program ini sangat membantu kebutuhan masyarakat. Dalam memanfaatkan program ini, masyarakat dapat menghubungi Anggi Noviah secara pribadi

melalui sms atau telepon atau bisa juga menghubungi Tim Gisell. Anggi Noviah ataupun Tim Gisell sangat terbuka untuk memberikan nomor pribadi mereka untuk di manfaatkan oleh masyarakat guna menolong mereka dalam hal kebaikan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Anggi Noviah dalam wawancara pada 6 Mei 2020. Anggi Noviah dan Tim Gisell akan mengantar dan menjemput masyarakat ke Rumah Sakit tanpa dipungut biaya atau gratis. Mereka juga tidak membatasi waktu bahkan 24 jam mereka siap membantu. Dalam program ini, Anggi Noviah dan Tim Gisell menggunakan mobil yang sama seperti pada program pendampingan pembuatan adminduk.

3) Kardus Kasih

Program kardus kasih merupakan program yang diterapkan oleh Anggi Noviah dan Tim Gisell untuk membantu kebutuhan masyarakat sehari-hari seperti sembako. Dalam program ini Anggi Noviah dan Tim Gisell memberikan anggaran sebesar Rp 250.000/orang. Dalam nominal tersebut dapat dibelikan sembako. Kemudian untuk pelaksanaan program ini masyarakat melapor terlebih dahulu, selanjutnya Anggi Noviah dan Tim Gisell meninjau terlebih dahulu apakah yang dilaporkan itu benar adanya, jika memang benar maka sembako dengan nominal tersebut akan diberikan ke masyarakat yang membutuhkan.

4) Rantang Kasih

Program rantang kasih merupakan program pribadi dari Anggi Noviah. Berdasarkan wawancara pada 6 Mei 2020, beliau mengatakan bahwa jika beliau memasak banyak maka beliau akan kirim atau mengantarkan masakan tersebut ke masyarakat yang memang kurang mampu dan beliau sendiri akan makan bersama dengan masyarakat tersebut.



Gambar 4.5 : Program Kartu Aspirasi Terpadu

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

Selain keempat program diatas, Anggi Noviah dan Tim Gisell juga melaksanakan program kerja untuk meningkatkan potensi masyarakat. Program kerja tersebut adalah sebagai berikut.

1) Forum Diskusi

Forum diskusi merupakan program kerja untuk meningkatkan potensi masyarakat, program forum diskusi ini dilaksanakan pada

tingkat Desa dan tingkat RT. Dalam forum diskusi ini Anggi Noviah dan Tim Gisell mengundang motivator dalam bidangnya. Namun waktu pelaksanaan dalam diskusi ini tidak efisien. Jadi memang sistemnya dengan mengumpulkan masyarakat di suatu titik. Anggi Noviah mengatakan dalam wawancara dengan peneliti bahwa program forum diskusi dengan mengundang motivator sudah satu kali terlaksana dan respon masyarakat sangat baik. Sasaran program forum diskusi ini untuk seluruh lapisan masyarakat, Anggi Noviah dan Tim Gisell mengharapkan dengan adanya program forum diskusi ini dapat meningkatkan potensi masyarakat sesuai bidang yang mereka tekuni misalkan bidang perdagangan, pertanian, dan lain sebagainya.

2) Seminar Ekonomi Kerakyatan

Program seminar ekonomi kerakyatan ini merupakan hasil dari program forum diskusi yang telah disepakati. Program yang telah terealisasi yaitu mengundang motivator dalam membuat ide bisnis secara online. Dimana jaman sekarang serba online, namun masyarakat sekitar belum memahami hal tersebut. Dari adanya seminar ini masyarakat diajarkan membuat ide bisnis secara online melalui facebook. Dan sasaran seminar yang telah terlaksana ini merupakan ibu-ibu pengrajin bambu. Namun tidak menutup kemungkinan jika terdapat anak muda yang memiliki kreativitas

dan memiliki usaha yang perlu di publikasikan seperti menggambar dengan media biji mangga atau biasa disebut *pelok pelem*.



Gambar 4.6 : Program Kerja Untuk Meningkatkan Potensi Masyarakat

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

Berbeda dengan calon legislatif lain yang memaparkan visi, misi, dan program kerjanya di baliho. Dalam baliho Anggi Noviah hanya memperlihatkan foto beliau, nomor urut, dan tagline. Adapun pengertian dari tagline merupakan baliho yang dibuat oleh pengiklan dalam bentuk visual maupun verbal yang mengungkapkan betapa pentingnya dari produk tersebut (sumber: <https://marketing.co.id>).

Berdasarkan wawancara dengan Anggi Noviah bahwa,

“saya diajarin strategi pemenangan oleh teman saya yang bekerja di LSI. Dengan modal yang sedikit tetapi saya bisa menang. Saya diajarin mulai dari pembuatan baliho, desain

baliho, hastag di media social, pengelolaan semuanya diajarin” wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Anggi Noviah mengatakan dalam wawancara pada 6 Mei 2020 bahwa tagline beliau berdasarkan arahan konsultan politik LSI yaitu Riko Pahlawan. Adapun tagline dalam baliho Anggi Noviah sebagai berikut.



Gambar 4.7 Desain Baliho

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

1) Muda, Berani, Bertindak, dan Bela Rakyat

Kata muda disini menandakan bahwa usia Anggi Noviah yang masih muda yaitu 23 tahun, kemudian kata Berani, Bertindak, dan Bela Rakyat beliau dan Tim Gisell selalu menunjukkan video Anggi Noviah yang sempat viral di media sosial nasional melakukan demonstrasi bersama organisasi masyarakat yang dinamakan Permak Indramayu (Pergerakan Masyarakat Anti

Korupsi) Indramayu terkait kasus gratifikasi mobil Pajero mantan Bupati Indramayu. Selain itu, Anggi Noviah berani melawan mafia air pada saat petani mengalami kekeringan dan melakukan advokasi di Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Indramayu. Hal ini menunjukkan bahwa Anggi Noviah merupakan sosok yang Berani, Bertindak, dan Bela Rakyat, walaupun yang beliau hadapi merupakan orang nomor satu di Kabupaten Indramayu.

2) #sahabatrakyat

Hastag ini bertujuan mengingatkan bagaimana cara agar masyarakat ingat dengan beliau. Dengan adanya sosialisasi di masyarakat, beliau ingin kenalan dengan masyarakat diluar masyarakat tersebut mendukung beliau ataupun tidak. Bertujuan agar masyarakat mampu membandingkan cara beliau bersosialisasi dengan cara bersosialisasi caleg lain.

3) Pilihlah caleg perempuan karena perempuan selalu nyata dan memberi arti

Berdasarkan wawancara dengan Anggi Noviah pada 6 Mei 2020 bahwa pada saat kampanye politik, terutama di kalangan ibu-ibu beliau selalu mengatakan kepada ibu-ibu kalau perempuan ya harus memilih perempuan dong karena hanya perempuan yang memberi arti.

4) Warna pink

Adanya warna pink di baliho ini ternyata memang mempengaruhi pola pikir masyarakat. Seperti yang dikatakan Anggi Noviah dalam wawancara bahwa, masyarakat mengetahui bahwa beliau dari PDI Perjuangan yang dikenal dengan warna merah. Dari sini masyarakat bertanya-tanya alasan mengapa terdapat warna pink di baliho beliau. Menurut Anggi Noviah bahwa warna pink ini merupakan lambang feminisme, dimana perempuan identik dengan warna pink.



Gambar 4.8 : Bimbingan Strategi Pemenangan bersama Konsultan Politik LSI Riko Pahlawan

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

3. Pelaksanaan Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019

Pelaksanaan strategi pemenangan Anggi Noviah dengan melakukan kampanye politik Anggi Noviah dan Tim Gisell memiliki target yaitu dalam satu hari harus bertemu dengan minimal 150 orang. Kegiatan ini yang dinamakan “Gerakan Sehari Bertemu dengan 150 Masyarakat”. Dalam pelaksanaannya dengan cara mengumpulkan

masyarakat, misalnya di mengumpulkan masyarakat Desa X di suatu titik dan *Door To Door*. Seluruh Tim Gisell yang berjumlah 25 orang ini selalu mengikuti Anggi Noviah, jadi tidak menyebar. Dari kegiatan ini, Anggi Noviah dan Tim Gisell meminta izin kepada masyarakat bahwa beliau merupakan calon legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019, menjabarkan profil Anggi Noviah, menjelaskan program kerja yang akan dilakukan, dan menjelaskan tata cara pencoblosan. Dapat dikatakan bahwa kegiatan ini untuk menyampaikan produk politik secara langsung kepada pemilih. Yang dimaksud produk politik yaitu Anggi Noviah itu sendiri. Kegiatan ini disebut sebagai pendekatan *push marketing* dalam *marketing* politik.



Gambar 4.9 : Kampanye *Door To Door*

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

Anggi Noviah melakukan kampanye politik secara langsung di 12 Desa dari total 39 desa di empat kecamatan dan kampanye politik

melalui media. Adapun media tersebut terdapat media cetak dan media online. Seperti yang dikatakan Anggi Noviah ketika wawancara bahwa,

“setiap saya selesai melakukan kegiatan di lapangan langsung di posting ke media online Facebook dan instagram pribadi saya. Nama akun facebook Kenalan Anggi Noviah wajib memposting kegiatan saya dan nama instagram saya Anggi Noviah update mengenai kegiatan saya. Selain facebook saya memperkenalkan diri saya melalui media cetak seperti poster, kaos, kalender, dan lainnya” (wawancara tanggal Mei 2020)

Anggi Noviah dan Tim Gisell melakukan kampanye politik menggunakan media. Media tersebut terdiri dari media cetak dan media online. Terdapat akun facebook yang bernama Kenalan Anggi Noviah (sumber: <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>) dengan memuat semua kegiatan sehari-hari Anggi Noviah dan Tim Gisell. Tidak hanya di akun facebook tersebut beberapa akun lain seperti akun facebook yang bernama Pakde Heri Garam (sumber: <https://www.facebook.com/pakde>). Akun ini milik H. Heri Wahyu Hartono selaku ketua Tim Gisell. Selain akun facebook, terdapat akun instagram yang bernama Anggi Noviah, akun pribadi milik Anggi Noviah.

Media merupakan peran yang sangat penting dalam kegiatan *marketing* politik, baik menyampaikan produk politik dengan menggunakan media cetak maupun media online dengan mengenalkan dan mensosialisasikan Anggi Noviah secara lebih luas. Hal ini disebut sebagai strategi *pull marketing* dalam *marketing* politik dilakukan melalui kampanye politik menggunakan media.



Gambar 4.10 : Kampanye melalui media

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

<https://www.instagram.com/angginoviah/?hl=en>

Anggi Noviah dan Tim Gisell melakukan pemetaan massa pendukung yang dikelompokkan berdasarkan usia, profesi, dan kultur budaya setempat. Pemetaan massa terdiri dari kalangan muda, kalangan orang tua, tokoh masyarakat, pedagang, petani, nelayan, dan yang lainnya. Setiap massa pendukung akan ditangani oleh Anggi Noviah dan seluruh Tim Gisell. Karena jumlah Tim Gisell yang minim jadi tidak ada pembagian dalam berbagai kalangan, namun Anggi Noviah dan Tim Gisell selalu kompak dan bersama dalam terjun ke lapangan.

Kampanye Anggi Noviah dilakukan dengan cara *Door To Door* seperti yang sudah dijelaskan, kampanye melalui media dan kampanye dengan mengumpulkan masyarakat disuatu titik atau disebut juga

sebagai kegiatan *Grasak Gresuk Ning Masyarakat* yang berarti mengunjungi masyarakat.

Pendekatan yang dilakukan oleh Anggi Noviah dan Tim Gisell di kalangan orang tua lebih menawarkan solusi atas permasalahan yang ada di masyarakat, H. Heri Wahyu Hartono mengatakan bahwa,

“kami menawarkan pendampingan adminduk seperti KK, KTP, Akta Kelahiran, dan lainnya. Kemudian di datalah masyarakat yang ingin membuat adminduk, adminduk itu ya skalanya memang kecil tetapi kegunaannya banyak” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Hal ini didukung dengan pendapat dari salah satu kalangan orang tua Desa Santing, Losarang yang bernama Ruswati ketika wawancara bahwa,

“bu Anggi menyampaikan bagi masyarakat yang belum mempunyai dan ingin membuat adminduk bisa datang langsung ke Sekre Gisell. Kemudian per RT juga di data siapa yang tidak mempunyai KK, KTP, KIA. Ayo dibuat nanti dibantu bu Anggi dan tim Gisell terus gratis tidak bayar. Kemudian dibagikan formulir, kalau saya waktu itu membuat KIA untuk anak saya lalu saya harus membawa fotokopi KK dan KTP saya” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Pendekatan dengan cara pendampingan dalam pembuatan adminduk. Dimana kegunaan dari adminduk ini sangat penting. Dengan adanya pendampingan dalam pembuatan adminduk ini mendapatkan respon yang positif dari masyarakat, karena menurut mereka jika membuat langsung itu dipersulit, harus membayar, jarak yang cukup jauh dan ongkos kendaraan umum yang dikeluarkan untuk menuju ke Kecamatan ataupun Dinas Kependudukan Kabupaten Indramayu.

Untuk metode pendekatan terhadap kalangan muda dengan cara memberi fasilitas umum untuk menunjang kegiatan yang digemari anak muda menurut Anggi Noviah dan Tim Gisell sudah cukup menarik perhatian kalangan muda untuk ikut mendukung program kerja Anggi Noviah. Berdasarkan wawancara dengan Anggi Noviah pada 6 Mei 2020 dan didukung wawancara bersama Tim Gisell pada 16 April 2020 bahwa di dapil IV Kabupaten Indramayu banyak kalangan muda terutama laki-laki, maka dari itu dengan melakukan pendekatan dengan cara mengadakan turnamen bola, perkumpulan anak vespa, dan fasilitas umum yang menunjang kegiatan yang digemari anak muda.

Kemudian pendekatan di kalangan berprofesi seperti petani. Anggi Noviah mengatakan bahwa,

“Dapil saya banyak petani, saat masa ketiga atau musim kemarau mereka kekeringan, nah disitu masih ada problem mafia air jadi ambil air harus bayar. Pada waktu itu ada petani yang harus bayar Rp 12.000.000 untuk mengairi sawahnya. Kemudian saya bilang ke Dinas PUPR Kabupaten Indramayu bagian Perairan. Saya ajak sekitar 30 petani menggunakan truk dan menyuruh membawa padi mereka untuk di tanam di Kantor Bupati. Akhirnya dari aksi mereka beberapa hari kemudian air keluar. Jadi seakan disitu saya jadi pahlawan buat mereka dan mulai dikenal di kalangan petani” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Hal ini didukung dengan pendapat dari salah satu petani Desa Santing, Losarang yang bernama Marpu’ah ketika wawancara bahwa,

“waktu itu petani mengalami kekeringan terus dibantu bu Anggi, beliau ke Indramayu Kota terus beberapa hari kemudian air keluar jadi petani pada senang sama bu Anggi karena sudah membantu petani dan orangnya juga ramah” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Penawaran solusi berupa pengairan sawah cukup mendapat simpati masyarakat dan menurut petani hal ini cukup penting bagi kelancaran bercocok tanam, apalagi ketika musim kemarau dan kekeringan.



Gambar 4.11 : Kampanye Berdasarkan Pemetaan Massa

Sumber : <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>

<https://www.instagram.com/angginoviah/?hl=en>

Branding dan *positioning* merupakan strategi selanjutnya yang dilakukan Anggi Noviah beserta Tim Gisell. *Branding* dan *positioning* disini dengan cara membangun figure melalui produk yang ditawarkan kepada masyarakat, sehingga Anggi Noviah mendapat ciri khas ditengah masyarakat. Anggi Noviah merasa *branding* ini sangat penting

untuk dilakukan, sehingga ketika beliau maju dalam pemilihan calon legislatif kabupaten Indramayu beliau melakukan *branding* secara mendalam. Hal ini dapat dilihat dari usaha Anggi Noviah dan Tim Gisell dalam membangun *personal branding* ketika kampanye dulu. Seperti yang disampaikan oleh Anggi Noviah ketika melakukan wawancara bahwa,

”kalau saya *personal branding* yang ingin bangun yaitu merakyat, saya mahasiswa yang baru lulus jadi disepelekan di masyarakat. Ada beberapa dewan yang kalau dengan petani dia menggunakan bahasa intelektual, jadi petani tidak mengerti. Kalau saya tidak, ada petani sedang makan bersama di sawah ya saya ikut makan bersama petani. *Citra* komunikasi yang saya bangun, saya ketika dengan petani ya saya seakan-akan jadi seorang petani. Maka dari itu mereka tidak sungkan dengan saya. Kemudian, kalau saya datang atau sosialisasi, saya menggunakan pakaian biasa saja, tidak menggunakan pakaian formal. Saya pakai sandal, jeans, kaos. Apalagi kalau ke petani saya pakai baju yang siap buat saya kotor-kotorin. Kemudian saya juga sering menggunakan pakaian berwarna hitam karena itu nasionalis. Sampai membuat masyarakat bingung dan bertanya kok PDI Perjuangan tidak merah” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Hal ini juga serupa dengan apa yang dikatakan oleh H. Heri yang merupakan ketua tim Gisell dalam wawancara bahwa,

“untuk membangun *personal branding*, saya mengenalkan Anggi Noviah sebagai *bocah enom sing grenyengan* dengan menunjukkan video tentang kasus mobil Pajero mantan Bupati Indramayu. Artinya disini anak muda yang aktif dan tidak bisa diam. Kemudian saya selalu mengatakan kepada Anggi Noviah selalu pakai pakaian berwarna hitam karena identik dekat dengan masyarakat. Anggi Noviah jarang sekali memakai baju partai” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Hal ini didukung oleh Ruswati yang mengatakan dalam wawancara bahwa,

“saya melihat bu Anggi berbicara dengan saya dan dengan teman-teman lain sama tidak membedakan walaupun saya orang biasa tetapi tetap ramah. Bu Anggi kalau datang sore hari pakai baju biasa, jarang menggunakan baju partai tetapi itu menandakan jika beliau memakai seragam berarti dari kantor langsung kesini, saya sudah hafal wajah bu Anggi walaupun beliau memakai seragam maupun tidak” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Dengan memakai pakaian hitam dan pakaian santai atau nonformal menandakan bahwa Anggi Noviah ingin membuat masyarakat tidak merasa sungkan dengan beliau. Begitupun dengan cara komunikasi beliau dengan masyarakat menjadi sorotan karena seakan-akan berkomunikasi dengan teman sebayanya. Hal ini karena Anggi Noviah ingin kenal oleh masyarakat melalui *citra* komunikasi dan kenalan dengan masyarakat menggunakan cara yang benar.

Melihat dari latar belakang dan pandangan masyarakat yang masih menganggap *no money no vote*. Anggi Noviah ingin masyarakat melihat beliau dari *figure* tidak dari uang. Dengan gaya berpakaian Anggi Noviah ternyata mendapat perhatian dari masyarakat. Sehingga masyarakat menganggap Anggi Noviah orang yang ramah. Anggi Noviah dipilih masyarakat dengan alasan tersebut. Dimana Anggi Noviah melakukan hal ini karena ingin membangun *branding* dirinya dimata masyarakat setempat dengan cara yang berbeda dari caleg pada biasanya.

Hal ini didukung oleh pendapat Marpu'ah ketika melakukan wawancara mengatakan bahwa,

“saya jujur waktu itu saya memilih bu Anggi karena beliau ramah dan membantu masyarakat. Kemudian waktu ada perkumpulan saya diberi kalender, gelas, dan diajari cara mencoblos” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Begitupun yang disampaikan oleh Ruswati ketika wawancara mengatakan bahwa,

“bu Anggi bilang kalau beliau ingin masyarakat memilih beliau karena keyakinan dan saya yakin karena bu Anggi orang yang ramah. Saya hanya diberi kalender yang ada foto bu Anggi dan gelas. Kemudian waktu itu membantu saya membuat KIA untuk anak saya” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Selain menggunakan pakaian santai atau non formal dan *citra* komunikasi. Anggi Noviah mendapat perhatian dari masyarakat karena tagline yang ada di baliho. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa tagline yang ada di baliho Anggi Noviah berdasarkan arahan Riko Pahlawan membuat masyarakat merasa bingung dan semakin penasaran dengan sosok Anggi Noviah. Hal ini mencuri perhatian masyarakat dan membuat Anggi Noviah semakin dikenal baik oleh masyarakat.

Selain itu, sebutan Anggi Noviah yang dikenalkan oleh H. H. Heri Wahyu Hartono selaku ketua tim Gisell yaitu *bocah enom sing grenyengan* sebagai ungkapan bahwa harus memilih anak muda yang tidak bisa diam melihat masyarakat diperlakukan tidak adil. Tim Gisell selalu memutar video Anggi Noviah melakukan protes terhadap pemerintah terkait kasus gratisikasi mobil pajero mantan Bupati Indramayu dan berhasil membuat masyarakat bersimpati. Hal ini selalu

dilakukan secara terus menerus oleh Tim Gisell selama masa kampanye.

Hal ini didukung oleh Marpu'ah ketika wawancara mengatakan bahwa,

“saya melihat bu Anggi itu perempuan tapi berani walaupun beliau masih muda, dibuktikan pada saat beliau membantu para petani yang mengalami kekeringan pada musim kemarau, beliau langsung ke Indramayu Kota untuk membantu mangairi sawah masyarakat setempat walaupun melawan orang tinggi” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Dengan dipilihnya pakaian non formal dan cara berkomunikasi hingga tagline ini diharapkan dapat memberikan dampak baik terhadap *branding* dan *positioning* yang dibangun oleh Anggi Noviah dan tim Gisell. Sehingga pesan politik yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami masyarakat.

Branding dan *positioning* yang telah direncanakan Anggi Noviah dan tim Gisell akan lebih maksimal ketika melibatkan peran tokoh masyarakat. Maka dari itu Anggi Noviah beserta tim Gisell mencari dukungan dengan melakukan pendekatan terhadap tokoh masyarakat. Hal ini dilakukan karena Anggi Noviah sudah memahami budaya yang ada di wilayah mereka yaitu masih adanya budaya *Ki Buyutan*. Dengan adanya dukungan dari tokoh masyarakat setempat diharapkan dapat mendapat lebih banyak dukungan dari masyarakat. Hal ini termasuk dalam penyampaian produk politik melalui pihak ketiga yang dinilai mampu mempengaruhi pemilih. Strategi pendekatan

ini merupakan strategi *pass marketing* dalam *marketing* politik, dimana tokoh tersebut dapat menyampaikan pesan politik seorang caleg kepada masyarakat. Anggi Noviah mengatakan dalam wawancara bahwa,

“saya melakukan pendekatan terhadap tokoh masyarakat, di dapil saya masih ada budaya *Ki Buyutan* atau *Ngunjung Buyut*, saya mendekati tokoh-tokoh *Ki Buyutan* dan dipemakaman kanda yang namanya ketua makam atau juru kunci saya dekati juru kunci karena memiliki banyak bawahan. Ketika ada acara pagelaran wayang saya dekati ketua acaranya. Disitu masyarakat banyak yang nonton pagelaran wayang dan nama saya disebut terus-terusan saat acara sedang dimulai jadi masyarakat bertanya-tanya dan dari situ yang belum kenal mulai mengetahui saya” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Pada saat melakukan pendekatan di tokoh masyarakat, Anggi Noviah mendapat sambutan baik dari tokoh masyarakat tersebut. Sehingga setelah kegiatan *ngunjung buyut* dan acara pagelaran wayang selesai sosok Anggi Noviah semakin dikenal oleh masyarakat.

Selain tokoh masyarakat, Anggi Noviah juga melakukan pendekatan terhadap tokoh agama, ketika wawancara Anggi Noviah mengatakan bahwa,

“saya melakukan pendekatan dengan tokoh agama di Desa Manggungan, Kecamatan Terisi. Saya mendekati penjaga masjid dan kiai. Saat itu, masjid tersebut ada acara mauludan dan lomba ngaji saya diundang untuk menghadiri acara tersebut” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Pendekatan terhadap tokoh Agama, Anggi Noviah juga disambut baik oleh masyarakat Desa Manggungan Kecamatan Terisi Kabupaten Indramayu. Kiai maupun masyarakat sangat menerima

kedatangan Anggi Noviah diacara Mauludan dan lomba ngaji di Desa Manggungan, Kecamatan Terisi Kabupaten Indramayu.

Anggi Noviah melakukan pendekatan terhadap tokoh agama karena melihat masyarakat setempat yang religius. Dimana tradisi *Ki Buyutan* ini bisa disebut dengan mengunjungi makam orang yang sudah lama meninggal atau biasa dikenal dengan sebutan berziarah. Menurut Merliana (2011: 489) bahwa tradisi ziarah berhubungan erat dengan kepercayaan atau keagamaan. Maksud dari ziarah di daerah ini yaitu berziarah di makan keramat. Hal ini termasuk dalam budaya spiritual pada masyarakat Indramayu. Maksud dari keramat adalah leluhur yang biasa disebut *Ki Buyut*.

Untuk pendekatan terhadap massa mengambang atau yang masih bingung belum dan belum menentukan pilihan politiknya, Wahyu Heri Hartono ketika wawancara mengatakan bahwa, “saya tidak pernah menekan masyarakat untuk memilih Anggi, nanti juga ada simpati tersendiri” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Hal ini didukung oleh Anggi Noviah ketika wawancara mengatakan bahwa,

“saya tidak pernah memaksa masyarakat harus memilih saya, saya selalu bilang ke masyarakat bahwa saya adalah caleg yang turun ke masyarakat dan ingin kenal dengan masyarakat. Kalau memang masyarakat ingin memilih saya, saya sangat berterimakasih kalo tidak juga ya tidak apa-apa” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Untuk pendekatan terhadap massa mengambang atau masyarakat yang belum menentukan pilihan politiknya memang Anggi Noviah dan Tim Gisell tidak memiliki strategi khusus untuk menarik perhatian massa mengambang.

Sementara untuk PDI Perjuangan, Anggi Noviah mengatakan bahwa partai politik hanya menjadi jembatan bagi beliau. Bahwa beliau dari PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu. Seperti yang dikatakan Anggi Noviah pada saat wawancara bahwa,

“kalau bantuan dari partai politik itu karena pelaksanaan kampanye bareng dengan Jokowi saya dapat kaos Jokowi 200pcs dan saya bagikan kaos Jokowi sama bendera partai ke pendukung saya. Kalo untuk caleg itu atas nama partai politik dan taktik” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Sahali, SH selaku sekretaris PDI Perjuangan, beliau mengatakan dalam wawancara bahwa,

“Kalau PDI Perjuangan mendukung itu pasti, terkait dengan diskusi, perumusan dan taktik strategi pemenangan itu ada, kita hampir setiap dua minggu sekali breafing di setiap dapil, komunikasi di setiap wilayah kecamatan, dan seluruh pengurus dari mulai DPC, PAC, Ranting, dan Anak Ranting kita kerahkan untuk membantu calon itu sendiri. Jadi support kita adalah support berupa dukungan dalam menghadapi Pemilu dengan kader yang sudah ada” (wawancara tanggal 9 April 2020)

Berdasarkan dari penjelasan diatas tentang strategi pemenangan yang dilakukan oleh Anggi Noviah berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa hal pertama yang dipersiapkan oleh Anggi Noviah sebagai calon legislatif Kabupaten Indramayu adalah pembentukan tim pemenangan yang dinamakan Tim Gisell, perumusan

program kerja, *branding* dan *positioning*, komunikasi politik, kemudian pendekatan terhadap petani, tokoh masyarakat dan tokoh agama.

Pelaksanaan strategi pemenangan Anggi Noviah dimulai dengan pembentukan tim pemenangan dengan tidak memilih atau membedakan sehingga tim pemenangannya terdiri dari berbagai kalangan. Setelah tim pemenangan atau Tim Gisell ini terbentuk, selanjutnya yang dilakukan adalah membuat program kerja bersama dengan Tim Gisell, dimana program kerja ini digunakan sebagai tujuan Anggi Noviah mencalonkan diri dan menjadi alasan mengapa Anggi Noviah pantas dipilih oleh masyarakat, karena melihat dari program kerja yang ditawarkan oleh Anggi Noviah menjadi solusi bagi permasalahan masyarakat setempat. Program kerja Anggi Noviah disusun melalui analisis SWOT.

Selanjutnya melakukan pemetaan massa. Pemetaan massa ini berdasarkan usia, profesi, dan budaya masyarakat setempat. Selanjutnya adalah *branding* dan *positioning* melalui pakaian berwarna hitam dan gaya berpakaian santai atau nonformal, dan sebutan *bocah enom sing grenyengan*. Melakukan komunikasi politik berdasarkan pemetaan massa dan menciptakan *citra* komunikasi yang baik. Terakhir melakukan pendekatan terhadap petani, tokoh masyarakat dan tokoh agama.

Pelaksanaan strategi pemenangan akan lebih mudah dilakukan jika terdapat faktor yang mendukung keberhasilan dalam pelaksanaan

strategi pemenangan. Selain strategi pemenangan yang diterapkan oleh Anggi Noviah dan Tim Gisell, peneliti juga menemukan beberapa faktor yang mendukung terpilihnya Anggi Noviah sebagai anggota DPRD Kabupaten Indramayu Periode 2019-2024. Hal ini menjadi kekuatan bagi Anggi Noviah dan Tim Gisell dalam melaksanakan strategi pemenangan. Anggi Noviah di masyarakat yang dikenal dengan orang yang ramah, walaupun Anggi Noviah bukan warga asli dari Dapil IV Kabupaten Indramayu, namun beliau mampu mengubah keraguan masyarakat tentang dirinya. Hal ini menandakan bahwa Anggi Noviah memiliki *branding figure* yang baik.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Anggi Noviah ketika melakukan wawancara bahwa,

“awalnya saya tidak ada niat untuk nyaleg tetapi PDI Perjuangan butuh kuota perempuan, dari situ saya memberanikan diri. Namun saya tidak ditempatkan di Dapil tempat tinggal saya jadi hal ini menjadi tantangan tersendiri buat saya. Terdapat faktor lainnya yaitu saya sudah muak dengan pemerintahan di Kabupaten Indramayu dan ingin adanya perubahan” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Pendapat tersebut didukung oleh pendapat yang disampaikan oleh Ruswati ketika wawancara bahwa,

“bu Anggi itu orangnya baik dan berani, beliau kan bukan warga Kecamatan Losarang tetapi warga Kecamatan Lohbener tetapi beliau berani kesini” (wawancara tanggal 16 April 2020)

Melihat dari kondisi masyarakat yang saat ini sudah tidak percaya dan cenderung apatis dengan pemerintah Kabupaten

Indramayu karena mereka tidak merasa adanya perubahan pasca Pemilu. Anggi Noviah menjadi sosok yang diinginkan oleh masyarakat.

Hal ini serupa dengan apa yang disampaikan Anggi Noviah ketika wawancara bahwa,

“menurut saya faktor yang sangat mendukung strategi kemenangan saya berjalan dengan baik yaitu adanya tim yang kompak dan bersatu, logistic juga bakal kalah kalau memiliki tim yang tidak kompak. Karena dengan adanya tim yang kompak itu tidak usah pakai logistic mereka sudah pasti bergerak ke masyarakat” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Anggi Noviah memiliki Tim yang solid. Dimana dengan adanya Tim yang solid ini berhasil menuntun Anggi Noviah menduduki kursi DPRD Kabupaten Indramayu Periode 2019-2024. Menciptakan tim yang solid memang sulit, apalagi dengan anggota yang minim. Namun Anggi Noviah dengan tegas mengatakan bahwa beliau bangga dengan tim pemenangannya. Mereka dengan ikhlas membantu Anggi Noviah dengan tidak melihat materi. Kinerja yang maksimal dari Tim Gisell mampu mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk memilihnya.

Terdapat hal yang mendukung strategi kemenangan Anggi Noviah berupa dukungan dari organisasi masyarakat. Karena Anggi Noviah merupakan bagian dari organisasi masyarakat Kabupaten Indramayu yang dinamakan Permak (Pergerakan Masyarakat Anti Korupsi) Indramayu. Dimana organisasi masyarakat ini yang membuat Anggi sempat viral di media social terkait kasus gratisifikasi mantan Bupati Kabupaten Indramayu. Adapaun dukungan tersebut dapat berupa materi, jaringan sosial, dan lain sebagainya. Dengan adanya dukungan

materi dapat mengatasi kebutuhan-kebutuhan Anggi Noviah selama masa kampanye. Sementara dukungan jaringan social suatu organisasi masyarakat dapat menambah pendukung atau dapat meningkatkan perolehan suara Anggi Noviah. Seperti yang disampaikan Anggi Noviah dalam wawancara bahwa,

“saya pernah mengantarkan ibu-ibu melahirkan namun dengan sesar, sementara beliau tidak memiliki biaya untuk membayar operasi sesar tersebut. Akhirnya saya bantu melalui advokasi dengan pihak rumah sakit dan Alhamdulillah berhasil. Dari kejadian ini saya semakin dikenal dikalangan ibu-ibu karena bisa menggratiskan biaya operasi sesar. Kemudian saya disumbang dari komunitas TKW Kuwait dari Arab Saudi yang ada di Dapil saya karena sodaranya dibantu operasi gratis dan diberi 200 pcs kaos ada foto saya” (wawancara tanggal 6 Mei 2020)

Dukungan materi dari Komunitas TKW Kuwait Arab Saudi di Dapil IV Kabupaten Indramayu tersebut sangat membantu Anggi Noviah selama masa kampanye berlangsung. Begitupun 200pcs kaos yang komunitas tersebut berikan sangat membantu selama masa kampanye untuk dibagikan ke masyarakat.

Selain bantuan materi dari Komunitas TKW Kuwait Arab Saudi di Dapil IV Kabupaten Indramayu, ada bantuan materi dari organisasi masyarakat lain yaitu Permak (Pergerakan Masyarakat Anti Korupsi) Indramayu. Dengan adanya bantuan materi ini dapat beliau gunakan untuk kepentingan masyarakat selama masa kampanye berlangsung. Anggi Noviah juga mengatakan dalam wawancara pada 6 Mei bahwa

beliau mendapatkan dukungan dari organisasi kepemudaan yaitu Karang Taruna Desa Manggungan Kecamatan Losarang.

Jadi, selain bantuan materi Anggi Noviah juga secara tidak langsung mendapatkan dukungan dari organisasi masyarakat seperti Komunitas TKW Kuwait Arab Saudi di Dapil IV Kabupaten Indramayu, Permak (Pergerakan Masyarakat Anti Korupsi) Indramayu, dan Karang Taruna Desa Manggungan Kecamatan Losarang. Organisasi masyarakat tersebut membantu Anggi Noviah dan Tim Gisell dalam kampanye politik, dimana Tim Gisell yang beranggotakan sangat minim dapat terbantu dengan adanya organisasi masyarakat yang mendukungnya. Dengan adanya dukungan dari organisasi masyarakat ini dapat meningkatkan perolehan suaranya, dengan mereka memilih Anggi Noviah dapat menambah perolehan suara beliau.

Berdasarkan penjelasan mengenai faktor yang mendukung pelaksanaan strategi pemenangan berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Anggi Noviah memiliki faktor yang mendukung yang berasal dari Anggi Noviah dan Tim Gisell dan dukungan materi maupun jaringan sosial dari organisasi masyarakat yang ada di Kabupaten Indramayu.

Faktor yang berasal dari Anggi Noviah itu sendiri berupa nilai jual Anggi Noviah di masyarakat yang dikenal dengan baik, walaupun Anggi Noviah bukan warga asli dari Dapil IV Kabupaten Indramayu, namun beliau mampu mengubah keraguan masyarakat tentang dirinya.

Hal ini menandakan bahwa Anggi Noviah memiliki *branding figure* yang baik dan yang kedua berupa kekompakan Tim Gisell. Adanya tim yang kompak membuat pelaksanaan strategi pemenangan berjalan dengan baik walaupun dengan jumlah tim yang minim. Selanjutnya berupa dukungan materi maupun jaringan sosial dari organisasi masyarakat seperti Komunitas TKW Kuwait Arab Saudi di Dapil IV Kabupaten Indramayu, Permak (Pergerakan Masyarakat Anti Korupsi) Indramayu, dan Karang Taruna Desa Manggungan Kecamatan Losarang.

B. Pembahasan

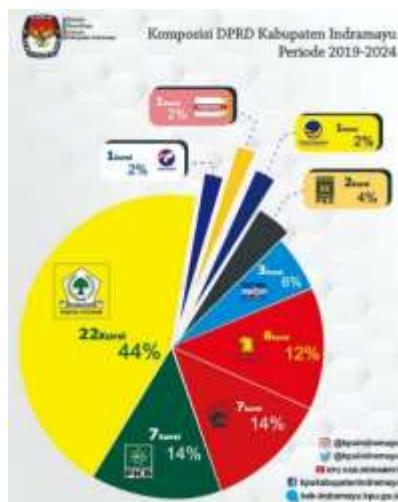
1. Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019

Anggi Noviah merupakan seorang calon legislatif perempuan yang berasal dari PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu. Kabupaten Indramayu merupakan daerah yang memiliki jumlah penduduk perempuan lebih banyak dibanding penduduk laki-laki. Dimana jumlah laki-laki sebanyak 833.966 dan jumlah perempuan 885.221. Anggi Noviah masih berusia 23 tahun. Dimana dari data BPS Kabupaten Indramayu, penduduk yang berusia 20-24 tahun berjumlah 96.341. Dari data yang diperoleh dapat dikatakan bahwa Kabupaten Indramayu memiliki jumlah generasi muda atau kaum milenial sangat tinggi.

Berdasarkan penjelasan diatas, Anggi Noviah merupakan seorang perempuan yang berani mencalonkan diri sebagai calon legislatif, dimana seorang perempuan selalu dipandang sebelah mata oleh masyarakat dalam hal politik dan juga usia muda beliau yang membuat masyarakat meragukan kemampuan beliau dalam hal berpolitik. Namun dari adanya anggapan seperti itu, Anggi Noviah membuktikan kepada masyarakat bahwa seorang perempuan dari generasi millenial mampu meyakinkan masyarakat untuk memilihnya menjadi wakil rakyat yang mengayomi.

Tentu dalam meyakinkan masyarakat perlu adanya strategi tertentu untuk membuat masyarakat yakin dengan pilihannya, maka dari itu Anggi Noviah dan Tim Gisell menyusun beberapa strategi untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Kabupaten Indramayu khususnya Dapil IV.

Strategi pemenangan dalam pemilihan calon legislatif merupakan sebuah rencana yang telah dipersiapkan secara matang dalam kurun waktu yang lama untuk mensukseskan suatu pemilihan umum menuju kemenangan. Strategi pemenangan harus dipersiapkan oleh calon legislatif Anggi Noviah dari PDI Perjuangan untuk memenangkan perebutan kursi yang diperoleh setiap partai politik tertentu. Seperti halnya strategi pemenangan yang dilakukan Anggi Noviah ketika mencalonkan diri dalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.



Gambar 4.12 : Perolehan Kursi Partai Politik

Sumber : KPU Kabupaten Indramayu

Menurut Cangara (dalam Nafisa, 2019: 12) menjelaskan bahwa penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam kampanye, karena jika penetapan strategi yang keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, material dan tenaga. Seorang caleg yang mencalonkan diri dalam suatu pemilihan umum harus memiliki strategi agar mencapai suatu kemenangan yang diinginkan.

Seperti halnya Anggi Noviah yang telah mempersiapkan strategi sebelum turun ke lapangan untuk mencari pendukung sebanyak-banyaknya. Dalam mempersiapkan strategi, Anggi Noviah menggunakan analisis SWOT untuk memperoleh kemenangan di Pemilihan Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019. Menurut Peter Schroder (2013: 25-33) menyatakan dalam strategi politik terdapat metode-metode dalam perencanaan strategis. Salah satunya yaitu model

perencanaan politis. Dalam proses perencanaan politis terdapat pola yang perencanaannya berdasarkan SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu teori penyusunan strategi organisasi.

Saat kampanye, Anggi Noviah setiap hari mengunjungi desa dari pagi sampai pagi dini hari, karena jika hanya sekedar datang masyarakat tidak akan sampai kenal sepenuhnya kepada beliau. Melihat dari sosok Anggi Noviah yang masih muda dan berasal dari keluarga biasa membuatnya tidak merasa pesimis, justru hal ini menjadi tantangan untuk Anggi Noviah walaupun memang peluang bagi caleg yang memiliki kerabat tokoh besar lebih terbuka, maka dari itu Anggi Noviah sangat bekerja keras untuk memenangkan pemilihan legislatif ini. Sebagai caleg pemula, Anggi Noviah menggunakan analisis SWOT untuk memenangkan pemilihan umum tersebut.

Penyusunan strategi ini dimulai dengan membentuk program kerja. Penawaran program kerja ini harus mendapatkan simpati untuk pemilih rasional, karena daerah ini yang masih beranggapan bahwa *no money no vote*, hal ini menjadi peluang bagi Anggi Noviah untuk membuat program kerja yang realistis dan berbeda dari caleg lain. Anggi Noviah juga memiliki kekuatan (*strength*), dikenal sebagai anak muda yang ramah dan berani, memiliki jaringan seperti Organisasi Masyarakat (Ormas) Permak Indramayu yaitu Ormas yang peduli akan daerahnya. Anggi Noviah selalu menerima aspirasi dari masyarakat.

Peluang yang dimiliki Anggi Noviah dilihat dari program kerja yang telah disusun berbeda dengan caleg lain. Beberapa program kerja yang disusun merupakan aspirasi dari masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat itu sendiri. Kemudian ancaman. Di dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019 ini, khususnya Dapil IV Kabupaten Indramayu terdapat *incumbent* yang mencalonkan diri, hal ini menjadi ancaman bagi Anggi Noviah karena beliau merupakan wajah baru di Pemilihan Legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

Anggi Noviah mengatakan dalam wawancara pada 6 Mei 2020 bahwa sudah tidak jamannya lagi melakukan politik uang karena bagi pemilih yang berpikir rasional akan bersimpati terhadap kerja keras yang beliau lakukan untuk masyarakat. Tetapi dalam melakukan kampanye, Anggi Noviah memiliki keterbatasan Tim Pemenangan. Dimana jumlah tim pemenangan yang minim menjadi kelemahan (*weakness*) dalam melakukan strategi pemenangan ini. Namun mereka mempunyai solusi untuk melaksanakan kampanye bersama atau Anggi Noviah, Tim Gisell tidak menyebar dan mendapat bantuan massa dari organisasi masyarakat yang mendukungnya.

Dilihat dari penjelasan diatas, hal pertama yang dilakukan yaitu membentuk tim pemenangan untuk membantunya dalam melaksanakan strategi dan pencari pendukung sebanyak-banyaknya. Tim pemenangan yang telah dibentuk diberikan pemahaman mengenai strategi apa saja

yang akan dilaksanakan ketika kampanye berlangsung untuk memenangkan pemilihan umum tersebut.

Selanjutnya yang dilakukan Anggi Noviah adalah merumuskan dan membuat program kerja yang akan beliau tawarkan kepada masyarakat sehingga dapat dijadikan perbandingan bagi masyarakat untuk memilih Anggi Noviah dengan melihat program kerja tersebut. Dalam menyampaikan program kerja yang telah disusun perlu terbentuk komunikasi politik antara Anggi Noviah atau Tim Gisell dan masyarakat. Hal ini bertujuan agar program kerja yang akan di sosialisasikan tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Menurut Heryanto & Rumaru (2013: 2), komunikasi politik dalam kajian politik merupakan upaya-upaya pembentukan kesepakatan. Dimana kesepakatan ini menyangkut bagaimana pembagian sumber daya kekuasaan atau bagaimana kesepakatan tersebut dibuat. Sementara komunikasi politik dalam kajian komunikasi dipahami sebagai pesan yang didapatkan bercirikan politik untuk mempengaruhi pihak lain dalam pencapaian tujuan yang direncanakan. Dengan demikian, fokus pertama adalah pada aktivitas politik, dan yang kedua adalah fokus pada pesan bercirikan politik. Yang dilakukan Anggi Noviah dalam melakukan suatu komunikasi politik dengan tujuan yaitu memperoleh *citra* politik dan opini publik.

Citra politik menurut Arifin (2011: 177-231) tersusun melalui persepsi yang bermakna tentang gejala politik dan menyatakan makna melalui kepercayaan, nilai, dan harapan dalam bentuk pendapat pribadi. Sedangkan opini publik merupakan sikap dan perasaan masyarakat kepada beliau dilihat dari cara Anggi Noviah berinteraksi. Anggi Noviah menyampaikan program kerja yang telah disusun, namun Anggi Noviah sekaligus mendengarkan apa yang menjadi permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat saat itu, sehingga nantinya akan dicarikan sebuah solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Hal ini juga disebut sebagai jenis kampanye politik yaitu kampanye *dialogis* dan kampanye *monologis*.

Menurut Arifin (2011: 155-156), kampanye *dialogis* disebut juga kampanye tatap muka (antarpersonal) merupakan kampanye yang dilakukan tanpa media perantara. Seorang kandidat bertemu dan berdialog secara langsung dengan para calon pemilih, berjabat tangan dan bercanda, dan melakukan foto bersama. Sedangkan kampanye *monologis* disebut juga kampanye massa, dimana kampanye yang dilakukan di lapangan terbuka. Kampanye seperti ini disebut juga sebagai *marketing* politik Anggi Noviah dengan melakukan pendekatan *push marketing*. Nursal (dalam Firmanzah, 2008: 217) menjelaskan pendekatan *push* marketing adalah usaha yang dilakukan oleh partai politik atau seorang kandidat untuk menyampaikan produk politik secara langsung.

Menurut Niffenegger (dalam Firmanzah, 2007: 203) terdapat strategi dalam *marketing* politik yang dapat digunakan oleh caleg yaitu produk politik. Produk yang dimaksud merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pemilih. Salah satu kategori produk politik yaitu *personal characteristic* (ciri pribadi), dimana karakteristik atau ciri seorang kandidat memberikan citra, simbol, dan kredibilitas sebuah produk politik.

Selama masa kampanye, Anggi Noviah ingin dikenal oleh masyarakat sebagai caleg yang benar-benar mendengar keluhan serta menyerap aspirasi masyarakat Kabupaten Indramayu. Anggi Noviah juga menyatakan bahwa seorang perempuan bisa berpartisipasi dan mampu mengambil bagian untuk memajukan daerah.

Anggi Noviah memiliki program kerja yang memajukan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Indramayu Dapil IV khususnya kaum perempuan, menjadikan masyarakat yang belum mengenal media sosial sebagai media penjualan menciptakan agar lebih memajukan ekonomi dirumah tangganya sendiri dengan memotivasi dan memfasilitasi dari pemerintah agar memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan melalui pelatihan tersebut.

Tentu saja pelatihan keterampilan itu berdasarkan yang mereka minati seperti membuat kerajinan hiasan dari pelok pelem dan kerajinan

bambu yang bisa dijual baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Untuk menyampaikan program kerja kepada masyarakat dengan melakukan pemetaan massa. Pemetaan massa disini merupakan strategi komunikasi politik agar tersampaikan secara efektif. Anggi Noviah dan Tim Gisell membagi pemetaan massa berdasarkan usia, profesi, dan budaya setempat.

Pemetaan massa tersebut merupakan kalangan tua, kalangan muda, pedagang, nelayan, petani, tokoh agama, tokoh masyarakat, dan lainnya. Dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat, Anggi Noviah melakukan komunikasi secara langsung dengan masyarakat untuk mencapai program kerja yang beliau tawarkan ketika mencalonkan diri sebagai calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

Program kerja yang disampaikan oleh Anggi Noviah kepada masyarakat dilakukan ketika kampanye berlangsung. Adapun Lilleker & Negrine (dalam Firmanzah, 2008: 271) mendefinisikan bahwa kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia Pemilu kepada semua kandidat, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan memengaruhi opini publik dengan memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan. Dalam periode yang diberikan oleh

panitia Pemilu kepada Anggi Noviah, beliau memanfaatkan kampanye dengan berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat untuk menyampaikan program kerja yang telah disusun dan mendengarkan permasalahan yang sedang masyarakat hadapi.

Kampanye politik untuk menyampaikan program kerja kepada masyarakat dilakukan berdasarkan pemetaan massa yang telah dibuat oleh Anggi Noviah dan Tim Gisell. Hal ini bertujuan agar informasi yang disampaikan akan tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Dengan adanya pemetaan massa yang telah disusun beberapa kategori, Anggi Noviah menargetkan sebagai target utama yaitu pemilih kalangan muda dan berprofesi sebagai petani. Karena mayoritas penduduk di Dapil IV Kabupaten Indramayu adalah petani dan pemuda-pemudi.

Bagi petani dengan berusaha membantu petani dalam mengairi sawah yang mengalami kekeringan pada musim kemarau dan bagi kalangan muda dengan menyediakan sarana dan prasarana dalam mendukung kegiatan mereka.

Selain melakukan komunikasi politik, Anggi Noviah dan Tim Gisell melakukan suatu *branding* dan *positioning* melalui atribut berupa pakaian, slogan dan sebutan atau nama lain dari Anggi Noviah. Menurut Mitsikopoulou (dalam Sandra, 2013: 280-281) bahwa *political branding* merupakan penggunaan taktik atau tahapan seorang caleg

untuk membangun citra politik. Dalam *political branding* ini tidak hanya elemen personal kandidat, tetapi juga berupa penampilan seperti gaya rambut dan pakaian yang memberi dampak jelas dalam citra kandidat. Dengan adanya komunikasi yang lebih interaktif dan membangun, *branding* bisa mempunyai potensi untuk membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki ketertarikan pada politik. Warna pakaian dan gaya berpakaian Anggi Noviah menjadi pembeda antara Anggi Noviah dengan kandidat lainnya. Hal ini bertujuan agar Anggi Noviah mudah diingat oleh masyarakat sehingga memudahkan pendukungnya untuk memilih karena memiliki perbedaan dengan kandidat lainnya.

Berdasarkan realitas saat ini, agar para kandidat dapat menarik simpati masyarakat maka mereka melakukan *branding* diri atau dikenal dengan *personal branding*. Dimana *personal branding* ini merupakan upaya seorang caleg untuk membangun dan menanamkan persepsi positif untuk mendapatkan dukungan masyarakat.

Citra atau *image* harus berbeda antara satu kandidat dengan kandidat lain agar mudah diingat oleh masyarakat. Sehingga prioritas utama seorang caleg harus melakukan *branding* diri atau *personal branding*. Dimana *personal branding* merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, seperti kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, dan dari semua itu akan

menimbulkan persepsi positif dari masyarakat sehingga digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014 dalam Nafisa (2019: 23).

Pada dasarnya, *personal branding* merupakan sebuah cara agar dikenal. Hal ini berarti Anggi Noviah melakukan *personal branding* untuk dikenal dengan cara kenalan dengan masyarakat. Anggi Noviah mengatakan alasan beliau menggunakan gaya berpakaian dan warna pakaian ketika melakukan *personal branding* yaitu karena ingin dikenal sebagai kaum millennial yang merakyat dan masyarakat merasa nyaman berbagi permasalahan yang sedang dihadapi kepada beliau dengan menggunakan pakaian nonformal.

Warna pakaian menandakan rasa cintanya kepada tanah air dan jiwa keadilan yang ingin beliau bangun. Menurut Anggi Noviah, hal tersebut memang sangat mengeco masyarakat dan membuat masyarakat semakin penasaran dengan dirinya. Sehingga pemilihan gaya berpakaian dan warna pakaian oleh Anggi Noviah dan Tim Gisell sangat berjalan efektif.

Selanjutnya, Anggi Noviah dan Tim Gisell juga mendekati tokoh agama dan tokoh masyarakat, dimana mereka merupakan sosok yang memiliki pengaruh di daerahnya. Anggi Noviah mendapat dukungan dari tokoh agama salah satu desa dan tokoh masyarakat di Dapilnya, sehingga masyarakat yang mendengar nama Anggi Noviah juga semakin penasaran dan mencari tahu tentang sosok Anggi Noviah.

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa kultur budaya masyarakat Dapil IV yang masih kental, maka tidak heran jika pengaruh tokoh agama dan tokoh masyarakat dijadikan sebagai acuan mereka dalam menentukan pilihan politik.

Pendekatan yang dilakukan Anggi Noviah terhadap tokoh agama dan tokoh masyarakat berarti bahwa Anggi Noviah menggunakan Pendekatan *pass marketing* dalam *marketing* politik. Menurut Nursal (dalam Firmanzah, 2008:217), pendekatan *pass marketing* adalah pendekatan melalui seseorang atau suatu kelompok yang mempengaruhi opini pemilih. Dengan adanya pihak yang berpengaruh akan dapat meneruskan pesan-pesan politik dari kandidat atau partai politik guna memengaruhi pendapat, keyakinan, dan pikiran publik.

Tim Gisell selalu membuktikan hasil kerja yang dilakukan oleh Anggi Noviah dalam membela masyarakat dengan cara menunjukkan video Anggi Noviah melakukan kritik bersama dengan Permak (Pergerakan Masyarakat Untuk Keadilan) Indramayu terkait kasus gratifikasi mantan Bupati Indramayu berupa mobil Pajero yang bersumber dari sosial media Youtube dengan nama channel cuplikcom diunggah pada 7 September 2017.

Dilihat dari penjelasan diatas bahwa Anggi Noviah juga melakukan kampanye politik dengan menggunakan media. Media

tersebut terdiri dari media cetak dan media online. Terdapat akun facebook yang bernama Kenalan Anggi Noviah (sumber: <https://www.facebook.com/kenalan.noviah>) dengan memuat semua kegiatan sehari-hari Anggi Noviah dan Tim Gisell. Tidak hanya di akun facebook tersebut beberapa akun lain seperti akun facebook yang bernama Pakde Heri Garam (sumber: <https://www.facebook.com/pakde>). Akun ini milik H. Heri Wahyu Hartono selaku ketua Tim Gisell. Selain akun facebook, terdapat akun instagram yang bernama Anggi Noviah, akun pribadi milik Anggi Noviah. Dimana akun-akun media online tersebut memposting kegiatan-kegiatan Anggi Noviah dan Tim Gisell selama masa kampanye sampai sekarang. Dari cara kampanye media tersebut termasuk dalam pendekatan *pull marketing* dalam teori *marketing* politik.

Menurut Nursal (2004) dalam Firmanzah (2008:217), pendekatan *pull marketing* adalah pemasaran produk politik dengan memanfaatkan media. Media terdiri dari dua cara yaitu cara berbayar dan tanpa membayar. Media dengan cara membayar berkaitan dengan memasang iklan di beberapa media, misalnya radio, televisi, website, media cetak dan media luar ruang (poster, leaflet, bendera, spanduk, billboard, dan posko).

Sedangkan media tanpa pembayaran yaitu melalui berkaitan dengan kebutuhan media massa dengan berita. Dari penjelasan tersebut,

dalam pendekatan *pull marketing*, Anggi Noviah menggunakan media tanpa membayar. Namun ada juga yang berbayar seperti pemasangan spanduk di sepanjang jalan Dapil IV Kabupaten Indramayu. Menurut Robinowitz dan Macdonald (1989) dalam Sanjaya (2017: 107) mengatakan bahwa strategi ini menitikberatkan pada pembentukan citra politik yang positif.

Menurut Peter Schoder (2013: 166), strategi politik dibagi menjadi dua yaitu strategi *ofensif* dan strategi *defensif*. Strategi *ofensif* dibagi menjadi strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar, sedangkan strategi *defensif* terkait strategi untuk mempertahankan pasar dan strategi menutup atau menyerahkan pasar.

Strategi *ofensif* yang dilakukan Anggi Noviah dengan cara menawarkan program kerja yang lebih realistis. Kemudian dengan membuktikan hasil kerja yang dilakukan oleh Anggi Noviah dalam membela masyarakat dengan cara menunjukkan video Anggi Noviah melakukan kritik bersama dengan Permak (Pergerakan Masyarakat Untuk Keadilan) Indramayu terkait kasus gratifikasi mantan Bupati Indramayu berupa mobil Pajero yang bersumber dari sosial media Youtube dengan nama channel cuplikcom diunggah pada 7 September 2017. Hal ini juga termasuk ke dalam strategi *ofensif*. Disampaikan kepada masyarakat ketika melakukan pendekatan massa, sehingga masyarakat dapat mempertimbangkan akan memilih caleg yang layak

itu seperti apa, dengan adanya bentuk penawaran yang baik untuk para pemilih.

Strategi semacam ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye untuk menjelaskan kepada masyarakat tentang penawaran yang lebih baik dibandingkan caleg lain. Jadi maksud dari strategi ini adalah strategi persaingan yang faktual dimana partai politik atau para kandidat satu dengan yang lain saling bersaing untuk merebut hati pemilih dalam sebuah kompetisi. Menurut Peter Schroder (2016:169) strategi menembus pasar bukan menyangkut ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif memberikan penawaran yang baru atau yang lebih baik. Melainkan penggalian potensi yang dimiliki warga secara lebih optimal. Jadi yang menjadi fokus strategi menembus pasar menyangkut pemasaran program yang bertujuan untuk meningkatkan potensi warga.

Strategi *defensif* terbagi dua yaitu strategi mempertahankan pasar dan strategi melepas atau menyerahkan pasar. Strategi mempertahankan pasar merupakan strategi dimana partai politik atau seorang caleg mempertahankan pemilih. Partai politik atau seorang caleg tetap berusaha memperkuat pemahaman para pemilih yang sebelumnya memilih mereka, artinya bahwa seorang caleg akan membina masyarakat dengan memberikan arahan kepada masyarakat agar tetap memilihnya. Dengan tujuan agar memenangkan kompetisi.

2. Pelaksanaan Strategi Pemenangan Anggi Noviah dalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019

Pelaksanaan dari strategi pemenangan merupakan kegiatan berupa penerapan suatu strategi yang telah dipersiapkan dengan baik oleh calon legislatif dengan tujuan untuk memperoleh pendukung sebanyak-banyaknya dan memenangkan pemilihan umum. Hal pertama yang dilakukan Anggi Noviah yaitu membentuk tim pemenangan untuk membantu pelaksanaan strategi yang telah dipersiapkan. Selanjutnya Anggi Noviah merumuskan dan membuat program kerja yang dilakukan pada waktu kampanye sampai terpilihnya Anggi Noviah sebagai anggota DPRD Kabupaten Indramayu periode 2019-2024.

Anggi Noviah menggunakan strategi pemenangan ketika kampanye berlangsung, strategi pemenangan tersebut yaitu menggunakan strategi politik menurut Peter Schroder, analisis SWOT, branding dan positioning, kampanye politik, marketing politik, dan komunikasi politik. Dari semua strategi pemenangan tersebut disatukan dan dilaksanakan oleh Anggi Noviah dan dibantu oleh Tim Gisell agar mencapai tujuan yaitu memenangkan pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

Tercapainya cita-cita politik dalam memperoleh kemenangan pileg jelas dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendukung pelaksanaan strategi pemenangan yang dilakukan oleh Anggi Noviah pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019.

Dukungan merupakan hal yang sangat penting demi tercapainya suatu kemenangan dalam Pemilu.

Faktor yang mendukung berupa nilai jual Anggi Noviah di masyarakat yang dikenal sebagai anak muda yang ramah dan berani. Anggi Noviah dikenal oleh masyarakat memiliki kepribadian yang baik. Selain itu, tim yang solid yaitu Tim Gisell. Menciptakan tim yang solid memang sulit, apalagi dengan anggota yang minim. Namun Anggi Noviah dengan tegas mengatakan bahwa beliau bangga dengan tim pemenangannya. Mereka dengan ikhlas membantu Anggi Noviah dengan tidak melihat materi. Kinerja yang maksimal dari Tim Gisell mampu mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk memilihnya dan berhasil menuntun Anggi Noviah menduduki kursi DPRD Kabupaten Indramayu Periode 2019-2024.

Faktor yang mendukung strategi kemenangan Anggi Noviah berjalan dengan baik, berupa dukungan dari organisasi masyarakat baik dukungan materi ataupun dukungan massa. Organisasi masyarakat yang mendukung strategi kemenangan Anggi Noviah yaitu Permak (Pergerakan Masyarakat Anti Korupsi Indramayu, Komunitas TKW Kuwait Arab Saudi di Dapil IV Kabupaten Indramayu, dan Karang Taruna Desa Manggungan Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019” dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Strategi pemenangan Anggi Noviah berhasil diterapkan, diawali dengan pembentukan Tim Gisell, perumusan program kerja, pemetaan massa agar penerapan strategi pemenangan lebih efektif untuk dilakukan, *branding* dan *positioning*, strategi *marketing* politik dengan menggunakan *pull marketing*, *pass marketing*, *push marketing* dan produk politik, komunikasi politik, kampanye politik dengan menggunakan analisis SWOT, serta pendekatan terhadap petani, tokoh masyarakat dan tokoh agama.
2. Faktor yang mendukung dalam pelaksanaan strategi pemenangan Anggi Noviah berupa sosok Anggi Noviah yang dikenal oleh masyarakat sebagai anak muda yang ramah dan berani. Selain itu, Anggi Noviah memiliki tim yang solid dan adanya dukungan dari organisasi masyarakat Kabupaten Indramayu dapat berupa materi maupun massa.

B. Saran

Berdasarkan simpulan diatas, penulis memberikan saran bagi caleg terpilih kiranya dapat melaksanakan seluruh program-programnya semasa

kampanye dulu serta hal-hal yang dapat membawa kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Indramayu khususnya dapil IV.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Heryanto, Gun dan Rumaru S. 2013. *Komunikasi Politik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- M. Setiadi dan Kolip. 2013. *Pengantar Sosiologi Politik*. Bandung: Kencana
- Schroder, Peter. 2013. *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit
- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sunarto. 2016. *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Magum Pustaka Utama

SKRIPSI:

- Betsiana, Mei R. 2017. *Strategi Pemenangan Incumbent Pada Pilkada 2017 di Kabupaten Brebes*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang
- Damayanti, Sulastri. 2014. *Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota DPR RI Periode 2014-2019*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Fatmawati, Arin. 2018. *Political Branding "Sobat Mustafa" Dalam Pembentukan Citra Mustafa Sebagai Bakal Calon Gubernur Lampung Periode 2018-2023*. Skripsi. Universitas Lampung
- Hardiono P, Riko. 2018. *Strategi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus Pada Kepala Desa Terpilih Rumbin Sitio Di Desa Tengganau*

- Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau Tahun 2017*). Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Linuhung, Alam Bagawat. 2018. *Strategi Pemenangan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Pada Pemilihan Bupati Kabupaten Temanggung Tahun 2013*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang
- Nafisa, Isna Zahrotun. 2019. *Strategi Pemenangan Kepala Desa Terpilih dalam Pemilihan Kepala Desa Temuroso Kecamatan Guntur Kabupaten Demak Tahun 2017*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Riyadh F, Muhammad. 2016. *Strategi Kemenangan Artis Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014 (Studi Tentang Lucky Hakim Dan Kemenangannya Di Dapil Jawa Barat VI Kota Depok Dan Kota Bekasi)*. Skripsi. Universitas islam negeri syarif hidayatullah
- Subekti, Fitriyani. 2015. *Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Kabupaten Bantul Dapil V Pada Pileg 2014*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Tarjimin. 2017. *Strategi Pemenangan Partai Amanat Nasional (Studi Terhadap Kemenangan PAN Pada Pemilihan Legislatif 2014 di Kabupaten Bima)*. Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin
- Yusri. 2016. *Strategi Caleg Muda Dalam Meraup Suara Pemilih Pemula (Studi Kasus Kemenangan Syauqi Futaqi Dari Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2014 Di Kabupaten Bireuen)*. Skripsi. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala

JURNAL:

- Ikrimah F, Indra. 2019. *Strategi Pemasaran Politik Prtai Perindo Menuju Pemilihan Umum 2019 Di Jawa Timur*. Jurnal FIS P.22
- Lubis, Lizbeth. 2017. *Strategi Zukri Dalam Memperoleh Suara Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014*. Jom FISIP Universitas Riau Vol. 4 No. 2 hal 1-11
- Merliana, Nina. 2011. *Budaya Spritual Pada Masyarakat Indramayu (Kajian Sosial Budaya)*. Pratanjala Vol.3, No.3. Hal 488-502
- Napir, Suaib. 2016. *Strategi Pemenangan Fahmi Massiara-Lukman Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 Di Kabupaten Majene*. The Politics: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Vol. 2 No. 2, hal 147-159
- Nurhidayat, M. Rico. 2019. *Strategi Pemenangan Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Incumbent Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Pekanbaru Tahun 2017*. JOM FISIP Universitas Riau Vol.6, Edisi II, hal 1-14
- Purnama, Yuzar. 2016. *Mitologi Saedah Saenih: Cerita Rakyat Dari Indramayu*. E-jurnal Patanjala Vol. 8 No.3 Hal 333-348

- Qalbi, Nurul. 2015. *Strategi Komunikasi Politik Dan Pemenagan Pasangan Muhammad Ramdhan Pomantonyamsu Rizal Dalam Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Makassar Tahun 2013*. Jurnal Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Vol.1 , No.2 hal 231-238
- Rini, Endang S. 2012. *Peran Pemasaran Politik Dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih*. Jurnal Ekonom, Vol 15, No. 4 hal 179-188
- Sandra, Lidya. 2013. *Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubbernur Dki Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter*. Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra, Vol.I No. 2 hal 276-287
- Sanjaya, Ronny. 2017. *Pemasaran Politik Caleg Pendatang Baru Dalam Pemilu (Studi Kasus Wardi Ningsih Caleg PAN Dapil 1 Kabupaten Lamandau)*. Jurnal Politika, Vol.8, No.1 hal 103-112
- Sugiarto, Bowo, dkk. 2014. *Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Kepala Daerah*. Jurnal Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik Vol. 27, No. 3 hal 143-151
- Uber, Fahri dkk. 2016. *Strategi Kampanye Calon Legislatif Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Dapil Satu Kabupaten Minahasa Utara Tahun 2014*. E-Journal "Acta Diurna" Vol. V, No.2, hal 1-7

ARTIKEL:

- Aman. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Darmawan, Wawan dan Budi Ayi. 2017. *Kehidupan Sosial-Ekonomi Masyarakat Indramayu (Tinjauan Historis Tahun 1970-2007)*. UPI Bandung
- Hasan, Ibnu. 2006. *Sistem Politik Ideologi Dan Demokrasi Di Indonesia*. Sumedang: STPDN

UNDANG-UNDANG:

- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2017
TENTANG PEMILIHAN UMUM
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 8 TAHUN 2012
TENTANG PEMILIHAN UMUM ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT, DEWAN PERWAKILAN DAERAH, DAN DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH

WEB:

Indramayukab.go.id

<https://kab-indramayu.kpu.go.id> diakses pada 30 Oktober 2019

<https://populicenter.org/1463-2/> diakses pada 16 Januari 2020

<https://cirebon.tribunnews.com/2019/08/14/anggi-nofiah-sosok-wanita-dari-keluarga-broken-home-hingga-jadi-anggota-dprd-indramayu-termuda> diakses pada 17 Januari 2020

<https://indramayukab.bps.go.id/dynamictable/2019/08/03/63/penduduk-kabupaten-indramayu-menurut-kecamatan-laki-laki-perempuan-2017-2018.html> diakses pada 25 Juni 2020

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

INSTUMEN PENELITIAN

Judul : Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019

Peneliti: Lilis Kholidah (3312416068)

No	Rumusan Masalah	Fokus Penelitian	Indikator	Pertanyaan	Subjek	Teknik Pengumpulan Data
1.	Bagaimana strategi pemenangan Anggi Noviah dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun	Strategi pemenangan Anggi Noviah dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019	A. Pelaksanaan strategi	1. Hal yang paling mendasar, apa yang membuat ibu memberanikan diri untuk maju mencalonkan diri sebagai calon legislatif? 2. Bagaimana ibu membentuk atau merekrut tim pemenangan? 3. Apa saja kriteria agar seseorang dijadikan sebagai tim pemenangan?	- Caleg terpilih - Caleg terpilih - Informan tim pemenangan	- Wawancara - Dokumentasi

	2019?		B. Penerapan strategi	<p>4. Bagaimana cara ibu menentukan seseorang sebagai ketua tim pemenangan?</p> <p>5. Berapa jumlah tim pemenangan, siapa/golongan mana sajakah yang menjadi tim pemenangan?</p> <p>6. Bagaimana cara mengkoordinir tim pemenangan di setiap kecamatan sampai tingkat desa?</p> <p>7. Bagaimana pembagian tugas tim pemenangan?</p> <p>8. Karena calon bapak merupakan caleg baru dan masih muda, strategi apa yang bapak persiapkan agar dapat memenangkan Pemilu?</p> <p>9. Melihat dari kondisi geografis dan budaya warga disini, strategi apa saja yang sudah dipersiapkan untuk memenangkan pemilihan legislatif ini?</p>	<p>- Caleg terpilih</p> <p>- Caleg terpilih</p> <p>- Informan tim pemenangan</p>	
--	-------	--	-----------------------	---	---	--

				<p>10. Apa tema yang diusung didalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?</p> <p>11. Bagaimana cara ibu mensosialisasikan visi dan misi?</p> <p>12. Didalam masyarakat terdapat banyak golongan atau kelompok, bagaimana ibu dan tim pemenangan membagi kriteria pendukung atau basis massa?</p> <p>13. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat kalangan orang tua?</p> <p>14. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat kalangan muda?</p> <p>15. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat berprofesi?</p> <p>16. Bagaimana pendekatan terhadap tokoh masyarakat?</p> <p>17. Kriteria pendukung seperti apa yang menjadi target utama?</p> <p>18. Agar muda diingat massa,</p>	<p>- Informan tim pemenangan</p> <p>- Informan DPC PDI Perjuangan</p> <p>- Caleg terpilih</p> <p>- Informan tim pemenangan</p> <p>- Informan DPC PDI Perjuangan</p> <p>- Caleg terpilih</p> <p>- Informan tim pemenangan</p>	
--	--	--	--	---	--	--

				<p>seorang kandidat akan melakukann <i>personal branding</i> di masyarakat yang dapat menjadi pembeda antara satu kandidat dengan kandidat lainnya. Dari hal tersebut, <i>personal branding</i> seperti apa yang ingin dibangun di tengah masyarakat?</p> <p>19. Dalam membangun <i>personal branding</i>, apakah ada atribut atau simbol pembeda antara ibu dengan kandidat lainnya?</p> <p>20. Masa kampanye merupakan masa yang paling krusial bagi kandidat dalam meyakinkan hati pemilih, hal apa saja yang di persiapkan selama masa kampanye?</p> <p>21. Apa <i>image</i> politik yang ibu bangun ditengah masyarakat?</p> <p>22. Apa saja media yang digunakan untuk kampanye politik?</p> <p>23. Apa cara yang digunakan</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				<p>untuk memaksimalkan penggunaan media pada saat kampanye politik?</p> <p>24. Setiap massa akan ada massa mengambang atau masih bingung dengan pilihan politiknya, apa yang dilakukan untuk meyakinkan massa yang mengambang tersebut agar memilih ibu?</p> <p>25. Apakah 40 desa di Dapil IV Kabupaten Indramayu ibu kunjungi semuanya? Di setiap desa berapa kali ibu berkampanye dengan masyarakat?</p> <p>26. Desa mana yang sering ibu kunjungi? Mengapa?</p> <p>27. Apa kendala yang ditemui di lapangan ketika menerapkan strategi yang sudah dipersiapkan?</p> <p>28. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?</p> <p>29. Bagaimana melihat peluang kemenangan PDI Perjuangan dalam Pileg Kabupaten Indramayu</p>		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>tahun 2019?</p> <p>30. Adakah dukungan partai politik dalam memenangkan caleg? Jika ada, dalam bentuk apa dukungan tersebut?</p> <p>31. Bagaimana cara ibu untuk mempertahankan suara politik yang telah ibu peroleh?</p> <p>32. Bagaimana cara ibu untuk meraih suara yang kemungkinan telah menjadi suara caleg lain (merubah pilihan rakyat)?</p> <p>33. Apa yang ibu lakukan untuk memantau strategi pemenangan yang digunakan oleh lawan?</p> <p>34. Apa saja langkah-langkah yang ibu lakukan untuk mengimbangi strategi yang dilakukan oleh lawan politik ibu?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Infoman DPC PDI Perjuangan - Caleg terpilih - Informan tim pemenangan - Informan DPC PDI Perjuangan - Caleg terpilih - Informan tim pemenangan 	
--	--	--	--	--	---	--

2.	Apasajakah faktor yang mendukung strategi pemenangan Anggi Noviah dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019	Faktor yang mendukung dalam strategi pemenangan tersebut	C. Faktor pendukung	<p>35. Berbicara tentang faktor pendukung kemenangan, apa saja yang menjadi faktor pendukung kemenangan ibu?</p> <p>36. Setelah mengetahui faktor pendukung kemenangan, bagaimana ibu dan tim pemenangan memaksimalkan faktor pendukung tersebut sehingga dapat meraih kemenangan dalam pileg?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Caleg terpilih - Informan Tim Pemenangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Dokumentasi
----	---	--	---------------------	--	---	--

**Lampiran 2. Pedoman Wawancara Sekretaris DPC PDI Perjuangan Kabupaten
Indramayu**

**PEDOMAN WAWANCARA
STRATEGI PEMENANGAN ANGGI NOVIAH
DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PEMILIHAN
CALON LEGISLATIF KABUPATEN INDRAMAYU TAHUN 2019**

(Untuk Partai Pengusung)

A. Pelaksanaan Wawancara

1. Hari/Tanggal :
2. Waktu Mulai dan Selesai :

B. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Pekerjaan :

C. Pertanyaan Penelitian

1. Karena calon bapak merupakan caleg baru dan masih muda, strategi apa yang bapak persiapkan agar dapat memenangkan Pemilu?
2. Melihat dari kondisi geografis dan budaya warga disini, strategi apa saja yang sudah dipersiapkan untuk memenangkan pemilihan legislatif ini?
3. Apa tema yang diusung didalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?
4. Bagaimana melihat peluang kemenangan PDI Perjuangan dalam Pileg Kabupaten Indramayu tahun 2019?
5. Adakah dukungan partai politik dalam memenangkan caleg? Jika ada, dalam bentuk apa dukungan tersebut?

Lampiran 3. Pedoman Wawancara Anggi Noviah

**PEDOMAN WAWANCARA
STRATEGI PEMENANGAN ANGGI NOVIAH
DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PEMILIHAN
CALON LEGISLATIF KABUPATEN INDRAMAYU TAHUN 2019**

(Untuk Caleg Terpilih)

A. Pelaksanaan Wawancara

1. Hari/Tanggal :
2. Waktu Mulai dan Selesai :

B. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Pekerjaan :

C. Pertanyaan Penelitian

1. Hal yang paling mendasar, apa yang membuat ibu memberanikan diri untuk maju mencalonkan diri sebagai calon legislatif?
2. Bagaimana ibu membentuk atau merekrut tim pemenangan?
3. Apa saja kriteria agar seseorang dijadikan sebagai tim pemenangan?
4. Bagaimana cara ibu menentukan seseorang sebagai ketua tim pemenangan?
5. Berapa jumlah tim pemenangan, siapa/golongan mana sajakah yang menjadi tim pemenangan?
6. Bagaimana cara mengkoordinir tim pemenangan di setiap kecamatan sampai tingkat desa?
7. Bagaimana pembagian tugas tim pemenangan?
8. Melihat dari kondisi geografis dan budaya warga disini, strategi apa saja yang sudah dipersiapkan untuk memenangkan pemilihan legislatif ini?
9. Apa tema yang diusung didalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?
10. Bagaimana cara ibu mensosialisasikan visi dan misi?

11. Didalam masyarakat terdapat banyak golongan atau kelompok, bagaimana ibu dan tim pemenangan membagi kriteria pendukung atau basis massa?
12. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat kalangan orang tua?
13. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat kalangan muda?
14. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat berprofesi?
15. Bagaimana pendekatan terhadap tokoh masyarakat?
16. Kriteria pendukung seperti apa yang menjadi target utama?
17. Agar muda diingat massa, seorang kandidat akan melakukann *personal branding* di masyarakat yang dapat menjadi pembeda antara satu kandidat dengan kandidat lainnya. Dari hal tersebut, *personal branding* seperti apa yang ingin dibangun di tengah masyarakat?
18. Dalam membangun *personal branding*, apakah ada atribut atau simbol pembeda antara ibu dengan kandidat lainnya?
19. Masa kampanye merupakan masa yang paling krusial bagi kandidat dalam meyakinkan hati pemilih, hal apa saja yang di persiapkan selama masa kampanye?
20. Apa *image* politik yang ibu bangun ditengah masyarakat?
21. Apa saja media yang digunakan untuk kampanye politik?
22. Apa cara yang digunakan untuk memaksimalkan penggunaan media pada saat kampanye politik?
23. Setiap massa akan ada massa mengambang atau masih bingung dengan pilihan politiknya, apa yang dilakukan untuk meyakinkan massa yang mengambang tersebut agar memilih ibu?
24. Apakah 40 desa di Dapil IV Kabupaten Indramayu ibu kunjungi semuanya? Di setiap desa berapa kali ibu berkampanye dengan masyarakat?
25. Desa mana yang sering ibu kunjungi? Mengapa?
26. Apa kendala yang ditemui di lapangan ketika menerapkan strategi yang sudah dipersiapkan?
27. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
28. Adakah dukungan partai politik dalam memenangkan caleg? Jika ada, dalam bentuk apa dukungan tersebut?
29. Bagaimana cara ibu untuk mempertahankan suara politik yang telah ibu peroleh?

30. Bagaimana cara ibu untuk meraih suara yang kemungkinan telah menjadi suara caleg lain (merubah pilihan rakyat)?
31. Apa yang ibu lakukan untuk memantau strategi pemenangan yang digunakan oleh lawan?
32. Apa saja langkah-langkah yang ibu lakukan untuk mengimbangi strategi yang dilakukan oleh lawan politik ibu?
33. Berbicara tentang faktor pendukung kemenangan, apa saja yang menjadi faktor pendukung kemenangan ibu?
34. Setelah mengetahui faktor pendukung kemenangan, bagaimana ibu dan tim pemenangan memaksimalkan faktor pendukung tersebut sehingga dapat meraih kemenangan dalam pileg?

Lampiran 4. Pedoman Wawancara Tim Pemenangan

**PEDOMAN WAWANCARA
STRATEGI PEMENANGAN ANGGI NOVIAH
DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PEMILIHAN
CALON LEGISLATIF KABUPATEN INDRAMAYU TAHUN 2019**

(Untuk Tim Pemenangan)

A. Pelaksanaan Wawancara

1. Hari/Tanggal :
2. Waktu Mulai dan Selesai :

B. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Pekerjaan :

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana ibu membentuk atau merekrut tim pemenangan?
2. Berapa jumlah tim pemenangan, siapa/golongan mana sajakah yang menjadi tim pemenangan?
3. Bagaimana cara mengkoordinir tim pemenangan di setiap kecamatan sampai tingkat desa?
4. Bagaimana pembagian tugas tim pemenangan?
5. Karena calon bapak merupakan caleg baru dan masih muda, strategi apa yang bapak persiapkan agar dapat memenangkan Pemilu?
6. Melihat dari kondisi geografis dan budaya warga disini, strategi apa saja yang sudah dipersiapkan untuk memenangkan pemilihan legislatif ini?
7. Apa tema yang diusung didalam pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?
8. Bagaimana cara ibu mensosialisasikan visi dan misi?
9. Didalam masyarakat terdapat banyak golongan atau kelompok, bagaimana ibu dan tim pemenangan membagi kriteria pendukung atau basis massa?
10. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat kalangan orang tua?

11. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat kalangan muda?
12. Bagaimana pendekatan terhadap masyarakat berprofesi?
13. Bagaimana pendekatan terhadap tokoh masyarakat?
14. Kriteria pendukung seperti apa yang menjadi target utama?
15. Agar muda diingat massa, seorang kandidat akan melakukann *personal branding* di masyarakat yang dapat menjadi pembeda antara satu kandidat dengan kandidat lainnya. Dari hal tersebut, *personal branding* seperti apa yang ingin dibangun di tengah masyarakat?
16. Dalam membangun *personal branding*, apakah ada atribut atau simbol pembeda antara ibu dengan kandidat lainnya?
17. Masa kampanye merupakan masa yang paling krusial bagi kandidat dalam meyakinkan hati pemilih, hal apa saja yang di persiapkan selama masa kampanye?
18. Apa *image* politik yang ibu bangun ditengah masyarakat?
19. Apa saja media yang digunakan untuk kampanye politik?
20. Apa cara yang digunakan untuk memaksimalkan penggunaan media pada saat kampanye politik?
21. Setiap massa akan ada massa mengambang atau masih bingung dengan pilihan politiknya, apa yang dilakukan untuk meyakinkan massa yang mengambang tersebut agar memilih ibu?
22. Apakah 40 desa di Dapil IV Kabupaten Indramayu ibu kunjungi semuanya? Di setiap desa berapa kali ibu berkampanye dengan masyarakat?
23. Desa mana yang sering ibu kunjungi? Mengapa?
24. Apa kendala yang ditemui di lapangan ketika menerapkan strategi yang sudah dipersiapkan?
25. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
26. Adakah dukungan partai politik dalam memenangkan caleg? Jika ada, dalam bentuk apa dukungan tersebut?
27. Bagaimana cara ibu untuk mempertahankan suara politik yang telah ibu peroleh?
28. Bagaimana cara ibu untuk meraih suara yang kemungkinan telah menjadi suara caleg lain (merubah pilihan rakyat)?
29. Apa yang ibu lakukan untuk memantau strategi pemenangan yang digunakan oleh lawan?

30. Apa saja langkah-langkah yang ibu lakukan untuk mengimbangi strategi yang dilakukan oleh lawan politik ibu?
31. Berbicara tentang faktor pendukung kemenangan, apa saja yang menjadi faktor pendukung kemenangan ibu?
32. Setelah mengetahui faktor pendukung kemenangan, bagaimana ibu dan tim pemenangan memaksimalkan faktor pendukung tersebut sehingga dapat meraih kemenangan dalam pileg?

Lampiran 5. Pedoman Wawancara Masyarakat Sekitar

PEDOMAN WAWANCARA
STRATEGI PEMENANGAN ANGGI NOVIAH
DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PEMILIHAN
CALON LEGISLATIF KABUPATEN INDRAMAYU TAHUN 2019

(Untuk Masyarakat)

A. Pelaksanaan Wawancara

1. Hari/Tanggal :
2. Waktu Mulai dan Selesai :

B. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Pekerjaan :

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana cara ibu mensosialisasikan visi dan misi?
2. Bagaimana cara pendekatan ibu beserta tim pemenangannya terhadap masyarakat kalangan orang tua?
3. Bagaimana cara pendekatan ibu beserta tim pemenangannya terhadap masyarakat kalangan muda?
4. Bagaimana cara pendekatan ibu beserta tim pemenangannya terhadap masyarakat kalangan berprofesi?
5. Bagaimana cara pendekatan ibu beserta tim pemenangannya terhadap tokoh masyarakat?
6. Hal apa yang dijanjikan oleh ibu kepada kelompok anda selama masa kampanye?
7. Kriteria pendukung seperti apa yang menjadi target utama ibu beserta tim pemenangannya?

8. Agar mudah diingat massa, seorang kandidat dalam pemilihan umum akan melakukan *personal branding* di masyarakat yang dapat menjadi pembeda antara kandidat satu dengan kandidat lainnya. Dari hal tersebut, *personal branding* seperti apa yang dibangun oleh ibu?
9. Dalam membangun *personal branding*, apakah ada atribut atau simbol pembeda antara ibu dengan kandidat lainnya?
10. Masa kampanye merupakan masa yang paling krusial bagi kandidat dalam meyakinkan hati pemilih, hal apa saja yang di persiapkan ibu selama masa kampanye?
11. Apa *image* politik yang ibu bangun ditengah masyarakat?
12. Apa saja media yang digunakan untuk kampanye politik?
13. Setiap massa akan ada massa mengambang atau masih bingung dengan pilihan politiknya, apa yang dilakukan untuk meyakinkan massa yang mengambang tersebut agar memilih ibu?
14. Berbicara tentang faktor pendukung kemenangan, menurut anda apa saja yang menjadi faktor pendukung kemenangan caleg terpilih?
15. Apa alasan anda memilih Anggi Noviah ketika pemilihan calon legislatif Kabupaten Indramayu tahun 2019?

Lampiran 6. Surat Izin Penelitian

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG FAKULTAS ILMU SOSIAL Gedung C.7 Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229 Telepon +62248508006, Faksimile +62248508006 ext 12 Laman: http://fis.unnes.ac.id , surel: fis@mail.unnes.ac.id
---	---

Nomor	: B/1621/UN37.1.3/LT/2020	18 Februari 2020
Hal	: Izin Penelitian	

Yth. Ketua DPC PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu
 Jl. Pahlawan No.89, Lemahmekar, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45212

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Lilis Kholidah
NIM	: 3312416068
Program Studi	: Ilmu Politik, S1
Semester	: Gasal
Tahun akademik	: 2019/2020
Judul	: Strategi Pemenangan Anggi Noviah Dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Indramayu Tahun 2019

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 18 Februari s.d 31 Mei 2020.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.


 a.n. Dekan FIS
 Wakil Dekan Bid. Akademik,
 Prof/Dr. Wasnoo, M.Hum.
 NIP 196408051989011001


Tembusan:
 Dekan FIS;
 Universitas Negeri Semarang



Nomor Agenda Surat : 604 909 952 4

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2020-02-18 13:30:58)

Lampiran 8. Berita Acara



MODEL DB-KPU

Lembar 1 dari 4
DB-KPU-01

BERITA ACARA
NOMOR 37/PL.01-BA/3212/KPU-Kab/V/2019
TENTANG
REKAPITULASI HASIL PENGHITUNGAN PEROLEHAN SUARA
DI TINGKAT KABUPATEN INDRAMAYU
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019

Pada hari ini Rabu tanggal Tiga Bulan Mei Tahun Dua Ribu Sembilan Belas (03-05-2019), Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indramayu telah melaksanakan kegiatan Rekapitulasi Penghitungan Perolehan Suara di Tingkat Kabupaten Indramayu dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 bertempat di Aula Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indramayu.

Pelaksanaan kegiatan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Pemilihan Umum Tahun 2019 disaksikan oleh saksi peserta Pemilu, serta diawasi oleh Bawaslu Kabupaten Indramayu untuk melakukan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota dengan kegiatan sebagai berikut :

1. Melakukan penjumlahan terhadap data-data formulir Model DA1-PPWP/DPR/DPD/DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota dari seluruh Kecamatan dalam wilayah Kabupaten Indramayu
2. Dalam pelaksanaan kegiatan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indramayu di tingkat Kabupaten Indramayu, ada kejadian khusus dan/atau keberatan dari Saksi yang hadir dan langsung diberi keputusan oleh Ketua Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indramayu setelah musyawarah dengan Anggota Komisi Pemilihan Umum kabupaten Indramayu.
3. Kejadian khusus dan/atau keberatan yang diajukan oleh Saksi, yaitu
 - A. Kecamatan Sindang**
 1. Bawaslu Kabupaten Indramayu merekomendasikan untuk melihat kembali DA1 Plano Pemilihan DPRD Provinsi dan dilakukan penghitungan ulang.
 2. Setelah dilakukan penghitungan DA1 Plano didapat suara sah 28.183 dan suara tidak sah 4.000 jumlah suara sah dan suara tidak sah 32.183. PPK disarankan untuk merekap ulang jumlah suara pada DA1 Pemilihan DPRD Provinsi.
 - B. Kecamatan Indramayu**
 1. Saksi Partai Nasdem mempertanyakan selisih di TPS 12 Kelurahan Margadadi : di dalam form C1 yang dipegang oleh saksi, suara untuk partai Golkar tertulis 71 suara tetapi di form DAA1 Kelurahan Margadadi tertulis 77 suara.

2. Saksi Partai Nasdem mempertanyakan selisih di TPS 13 Kelurahan Margadadi : di dalam form C1 yang dipegang oleh saksi suara untuk partai Golkar tertulis 172 suara tetapi di form DAA1 Kelurahan Margadadi tertulis 182 suara.
3. Saksi meminta untuk membuka C1 Plano TPS namun Pimpinan rapat Pleno menyatakan rapat Pleno hanya bisa membuka kotak DA1 Plano saja.
4. Saksi meminta untuk dicatat di dalam form DB2.

C. Kecamatan Lohbener

1. Saksi dari partai Nasdem mempertanyakan selisih suara sebagai berikut TPS 02 Kelurahan Kiajaran Kulon pada Pemilihan DPRD Kabupaten Indramayu Partai Golkar Caleg No urut 4, di C1 suara 74 di DAA1 suara 84.
 2. Pemilihan DPR RI Partai Persatuan Pembangunan data yang dimiliki oleh saksi berbeda dengan data yang dimiliki oleh KPU Kabupaten Indramayu dan Bawaslu Kabupaten Indramayu setelah diklarifikasi oleh PPK Lohbener DA1 yang diberikan oleh saksi adalah DA1 yang belum dilakukan perbaikan, dan PPK Lohbener melakukan perbaikan.
4. Terhadap keberatan saksi tersebut, Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indramayu adalah :
- Mencatat kejadian khusus ke dalam Form DB2

**MODEL DB-KPU**Lembar 2 dan 4
DB-KPU-02

Demikian Berita Acara ini dibuat dalam 5 (lima) rangkap, dan masing-masing rangkap ditandatangani oleh Ketua dan Anggota Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indramayu serta saksi peserta Pemilu yang hadir

Berita Acara ini dilampiri :

1. Sertifikat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden dari setiap TPS dalam wilayah Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB1-PPWP**)
2. Sertifikat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara DPR dari setiap TPS di masing-masing Dapil dalam wilayah Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB1-DPR**)
3. Sertifikat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Pasangan Calon Anggota DPD dari setiap TPS dalam wilayah Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB1-DPD**)
4. Sertifikat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Calon Anggota DPRD Provinsi dari setiap TPS dimasing-masing Dapil dalam wilayah Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB1-DPRD Provinsi**)
5. Sertifikat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Calon Anggota DPRD Kabupaten/Kota dari setiap TPS dimasing-masing Dapil dalam wilayah Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB1-DPRD Kabupaten/Kota**)
6. Pernyataan kebaratan saksi atau kejadian khusus dalam pelaksanaan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara di tingkat Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB2-KPU**)
7. Tanda terima penyampaian Berita Acara dan Sertifikat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara di tingkat Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 kepada Saksi dan Bawaslu Kabupaten/Kota yang hadir (**Model DB.TT-KPU**)
8. Daftar hadir peserta rapat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara di tingkat Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB.DH-KPU**)
9. Berita Acara penerimaan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara di Tingkat Kecamatan dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB.BAST-KPU**)
10. Surat Undangan Rapat Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara di tingkat Kabupaten/Kota dalam Pemilu Tahun 2019 (**Model DB.UND-KPU**)

Penyampaian Berita Acara dan Sertifikat sebagai berikut :

1. ASLI Model DB-KPU dan seluruh lampirannya disampaikan kepada KPU Provinsi sebanyak 1 (satu) rangkap;
2. SALINAN Model DB-KPU, berserta Model DB1-PPWP, dan Model DA1-PPWP disampaikan kepada saksi dari Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden sebanyak 1 (satu) rangkap;
3. SALINAN Model DB-KPU, berserta Model DB1-DPR/DPRD Provinsi/DPRD Kabupaten/Kota disampaikan kepada saksi dari partai politik sebanyak 1 (satu) rangkap;
4. SALINAN Model DB-KPU, beserta Model DB1-DPD disampaikan kepada saksi dari calon Perseorangan Anggota DPD sebanyak 1 (satu) rangkap;
5. SALINAN Model DB-KPU, berserta Model DB1-PPWP/DPR/DPD/DPRD Provinsi/DPRD Kabupaten/Kota disampaikan kepad Bawaslu Kabupaten/Kota sebanyak 1 (satu) rangkap;
6. SALINAN Model DB-KPU, beserta Model DB1-PPWP/DPR/DPD/DPRD Provinsi/DPRD Kabupaten/Kota disampaikan kepada KPU melalui KPU Provinsi sebanyak 1 (satu) rangkap.



MODEL DB-KPU

Lembar 3 dari 4

DB-KPU-03



NAMA DAN TANDA TANGAN KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN INDRAMAYU

1 KETUA	2 ANGGOTA	3 ANGGOTA	4 ANGGOTA	5 ANGGOTA
AHMAD TONI ANTONI	DEWI NURMALASARI	PITRAHARI	MASYKUR	FAHMI LABIB

NAMA DAN TANDA TANGAN SAKSI PASANGAN CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN

01. Ir. H. JOKO WIDODO Prof. Dr. (H.C) KH. MA'ARUF AMIN	02. H. PRABOWO SUBIANTO H. SANDIAGA SALAHUDDIN UNO

NAMA DAN TANDA TANGAN SAKSI PARTAI POLITIK

1. PARTAI KEBANGKITAN BANGSA 	2. PARTAI GERINDRA 	3. PDI PERJUANGAN 	4. PARTAI GOLKAR
5. PARTAI NASDEM 	6. PARTAI GARUDA	7. PARTAI BERKARYA	8. PARTAI KEADILAN SEJAHTERA
9. PARTAI PERINDO	10. PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	11. PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA 	12. PARTAI AMANAT NASIONAL
13. PARTAI HANURA 	14. PARTAI DEMOKRAT 	19. PARTAI BULAN BINTANG	20. PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONESIA

**Lampiran 8. Perolehan Suara pada Pemilihan Calon Legislatif Dapil IV Kabupaten
Indramayu Tahun 2019**



KABUPATEN/KEKOTAAN

DEKORASI

PROVINSI

JAWA BARAT

NO. 1.0000
KABUPATEN



NO.	URAIAN	ZONASI	REKAPITULASI																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
A.1	1. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.2	2. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.3	3. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.4	4. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.5	5. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.6	6. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.7	7. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.8	8. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.9	9. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.10	10. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.11	11. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.12	12. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.13	13. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.14	14. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.15	15. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.16	16. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.17	17. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.18	18. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.19	19. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
A.20	20. Peralatan Kantor		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000



Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.



KANDIDAT/NOTA 1

IRRAWADDI

PROVINSI
DAERAH PERSEKUTUAN

LOKASI KAMpany
IRRAWADDI 4

NO. SERI
DOKUMEN
KANDIDAT



NO.	URAIAN	IRRAWADDI				Jumlah Akhir
		CIKIDDI	JALAN	LUMBAAN	SEKUN	
M.	DATA PERENCANAAN BUDAJA, PARTAI POLITIK DAN SUKSES TUNJUK	0	0	0	0	0
A1	1. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A2	2. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A3	3. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A4	4. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A5	5. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A6	6. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A7	7. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A8	8. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A9	9. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A10	10. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A11	11. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A12	12. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A13	13. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A14	14. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A15	15. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A16	16. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A17	17. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A18	18. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A19	19. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A20	20. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A21	21. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A22	22. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A23	23. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A24	24. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A25	25. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A26	26. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A27	27. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A28	28. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A29	29. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A30	30. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A31	31. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A32	32. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A33	33. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A34	34. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A35	35. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A36	36. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A37	37. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A38	38. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A39	39. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A40	40. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A41	41. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A42	42. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A43	43. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A44	44. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A45	45. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A46	46. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A47	47. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A48	48. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A49	49. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A50	50. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A51	51. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A52	52. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A53	53. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A54	54. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A55	55. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A56	56. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A57	57. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A58	58. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A59	59. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A60	60. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A61	61. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A62	62. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A63	63. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A64	64. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A65	65. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A66	66. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A67	67. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A68	68. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A69	69. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A70	70. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A71	71. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A72	72. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A73	73. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A74	74. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A75	75. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A76	76. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A77	77. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A78	78. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A79	79. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A80	80. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A81	81. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A82	82. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A83	83. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A84	84. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A85	85. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A86	86. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A87	87. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A88	88. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A89	89. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A90	90. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A91	91. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A92	92. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A93	93. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A94	94. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A95	95. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A96	96. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A97	97. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A98	98. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A99	99. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0
A100	100. BUDAJA PERENCANAAN BUDAJA	0	0	0	0	0



SAHA SAHA TANDA JANGKA KEPERAWATAN BERKAWAN

SAHA SAHA TANDA JANGKA KEPERAWATAN BERKAWAN

SAHA SAHA TANDA JANGKA KEPERAWATAN BERKAWAN

SAHA SAHA TANDA JANGKA KEPERAWATAN BERKAWAN

SAHA SAHA TANDA JANGKA KEPERAWATAN BERKAWAN

SAHA SAHA TANDA JANGKA KEPERAWATAN BERKAWAN



KEPUTUSAN NO. 9

PERMANGAN

PROVINSI
DAERAH PERHIMPATAN

ASAM KAMAR
PERMANGAN 9



NO. 9
ASAM KAMAR
KEPUTUSAN NO. 9

NO.	DESKRIPSI	KELOMPOK	JENIS	LOKASI	WAKTU	REMARKS
1	PERTEMUAN					
2	PERTEMUAN					
3	PERTEMUAN					
4	PERTEMUAN					
5	PERTEMUAN					
6	PERTEMUAN					
7	PERTEMUAN					
8	PERTEMUAN					
9	PERTEMUAN					
10	PERTEMUAN					
11	PERTEMUAN					
12	PERTEMUAN					
13	PERTEMUAN					
14	PERTEMUAN					
15	PERTEMUAN					
16	PERTEMUAN					
17	PERTEMUAN					
18	PERTEMUAN					
19	PERTEMUAN					
20	PERTEMUAN					
21	PERTEMUAN					
22	PERTEMUAN					
23	PERTEMUAN					
24	PERTEMUAN					
25	PERTEMUAN					
26	PERTEMUAN					
27	PERTEMUAN					
28	PERTEMUAN					
29	PERTEMUAN					
30	PERTEMUAN					
31	PERTEMUAN					
32	PERTEMUAN					
33	PERTEMUAN					
34	PERTEMUAN					
35	PERTEMUAN					
36	PERTEMUAN					
37	PERTEMUAN					
38	PERTEMUAN					
39	PERTEMUAN					
40	PERTEMUAN					
41	PERTEMUAN					
42	PERTEMUAN					
43	PERTEMUAN					
44	PERTEMUAN					
45	PERTEMUAN					
46	PERTEMUAN					
47	PERTEMUAN					
48	PERTEMUAN					
49	PERTEMUAN					
50	PERTEMUAN					
51	PERTEMUAN					
52	PERTEMUAN					
53	PERTEMUAN					
54	PERTEMUAN					
55	PERTEMUAN					
56	PERTEMUAN					
57	PERTEMUAN					
58	PERTEMUAN					
59	PERTEMUAN					
60	PERTEMUAN					
61	PERTEMUAN					
62	PERTEMUAN					
63	PERTEMUAN					
64	PERTEMUAN					
65	PERTEMUAN					
66	PERTEMUAN					
67	PERTEMUAN					
68	PERTEMUAN					
69	PERTEMUAN					
70	PERTEMUAN					
71	PERTEMUAN					
72	PERTEMUAN					
73	PERTEMUAN					
74	PERTEMUAN					
75	PERTEMUAN					
76	PERTEMUAN					
77	PERTEMUAN					
78	PERTEMUAN					
79	PERTEMUAN					
80	PERTEMUAN					
81	PERTEMUAN					
82	PERTEMUAN					
83	PERTEMUAN					
84	PERTEMUAN					
85	PERTEMUAN					
86	PERTEMUAN					
87	PERTEMUAN					
88	PERTEMUAN					
89	PERTEMUAN					
90	PERTEMUAN					
91	PERTEMUAN					
92	PERTEMUAN					
93	PERTEMUAN					
94	PERTEMUAN					
95	PERTEMUAN					
96	PERTEMUAN					
97	PERTEMUAN					
98	PERTEMUAN					
99	PERTEMUAN					
100	PERTEMUAN					



NO.	DESKRIPSI	KELOMPOK	JENIS	LOKASI	WAKTU	REMARKS
1	PERTEMUAN					
2	PERTEMUAN					
3	PERTEMUAN					
4	PERTEMUAN					
5	PERTEMUAN					
6	PERTEMUAN					
7	PERTEMUAN					
8	PERTEMUAN					
9	PERTEMUAN					
10	PERTEMUAN					
11	PERTEMUAN					
12	PERTEMUAN					
13	PERTEMUAN					
14	PERTEMUAN					
15	PERTEMUAN					
16	PERTEMUAN					
17	PERTEMUAN					
18	PERTEMUAN					
19	PERTEMUAN					
20	PERTEMUAN					
21	PERTEMUAN					
22	PERTEMUAN					
23	PERTEMUAN					
24	PERTEMUAN					
25	PERTEMUAN					
26	PERTEMUAN					
27	PERTEMUAN					
28	PERTEMUAN					
29	PERTEMUAN					
30	PERTEMUAN					
31	PERTEMUAN					
32	PERTEMUAN					
33	PERTEMUAN					
34	PERTEMUAN					
35	PERTEMUAN					
36	PERTEMUAN					
37	PERTEMUAN					
38	PERTEMUAN					
39	PERTEMUAN					
40	PERTEMUAN					
41	PERTEMUAN					
42	PERTEMUAN					
43	PERTEMUAN					
44	PERTEMUAN					
45	PERTEMUAN					
46	PERTEMUAN					
47	PERTEMUAN					
48	PERTEMUAN					
49	PERTEMUAN					
50	PERTEMUAN					
51	PERTEMUAN					
52	PERTEMUAN					
53	PERTEMUAN					
54	PERTEMUAN					
55	PERTEMUAN					
56	PERTEMUAN					
57	PERTEMUAN					
58	PERTEMUAN					
59	PERTEMUAN					
60	PERTEMUAN					
61	PERTEMUAN					
62	PERTEMUAN					
63	PERTEMUAN					
64	PERTEMUAN					
65	PERTEMUAN					
66	PERTEMUAN					
67	PERTEMUAN					
68	PERTEMUAN					
69	PERTEMUAN					
70	PERTEMUAN					
71	PERTEMUAN					
72	PERTEMUAN					
73	PERTEMUAN					
74	PERTEMUAN					
75	PERTEMUAN					
76	PERTEMUAN					
77	PERTEMUAN					
78	PERTEMUAN					
79	PERTEMUAN					
80	PERTEMUAN					
81	PERTEMUAN					
82	PERTEMUAN					
83	PERTEMUAN					
84	PERTEMUAN					
85	PERTEMUAN					
86	PERTEMUAN					
87	PERTEMUAN					
88	PERTEMUAN					
89	PERTEMUAN					
90	PERTEMUAN					
91	PERTEMUAN					
92	PERTEMUAN					
93	PERTEMUAN					
94	PERTEMUAN					
95	PERTEMUAN					
96	PERTEMUAN					
97	PERTEMUAN					
98	PERTEMUAN					
99	PERTEMUAN					
100	PERTEMUAN					

Handwritten signatures and initials across the table rows.

Lampiran 9. Laporan Dana Kampanye

MODEL LPPDK7-PARPOL

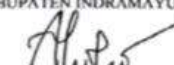
**PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN
PEMILIHAN UMUM ANGGOTA DPRD KABUPATEN/KOTA
DEWAN PIMPINAN TINGKAT KABUPATEN INDRAMAYU**

Nama Calon Anggota DPRD KABUPATEN/KOTA : ANGGI NOFIAH
 Nama Daerah Pemilihan : DP INDRAMAYU 4
 NPWP : 91.084.396.0-437.000

**LAPORAN PENERIMAAN DAN PENGELUARAN DANA KAMPANYE
PENCATATAN PENERIMAAN DAN PENGELUARAN CALON ANGGOTA DPRD KABUPATEN/KOTA**
 Periode dari tanggal 23 September 2018 s/d tanggal 25 April 2019

	Uraian	Rp	Unit	Ket
I.	TOTAL PENERIMAAN	10.000.000		
1.	Pribadi Calon	10.000.000		
	a. Uang	10.000.000		
	b. Barang	0		
	c. Jasa	0		
2.	Partai Politik	0		
	a. Uang	0		
	b. Barang	0		
	c. Jasa	0		
II.	TOTAL PENGELUARAN	10.000.000	0	
	a. Pertemuan Terbatas	0	0	
	b. Pertemuan Tetap Muka	0	0	
	c. Pembuatan/produksi Iklan Di Media Masa Cetak Dan Elektronik	0	0	
	d. Pembuatan Desain Alat Peraga Kampanye	10.000.000	0	
	e. Penyebaran Bahan Kampanye Kepada Umum	0	0	
	f. Rapat Umum	0	0	
	g. Kegiatan Lain Yang Tidak Melanggar Larangan Kampanye Dan Peraturan Perundang-undangan	0	0	
	h. Lain - Lain	0	0	
	i. Pembelian Kendaraan	0	0	
	j. Pembelian Peralatan	0	0	
	k. Modal Lainnya	0	0	
	l. Pembayaran Utang	0	0	
	m. Pemberian Pinang	0	0	
III.	SAI DO	0	0	
	Uang	0		
	Barang	0	0	

Indramayu, 26 April 2019
 CALON ANGGOTA DPRD
 KABUPATEN INDRAMAYU


 ANGGI NOFIAH





PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN

**BUKTI PENERIMAAN DANA KAMPANYE
YANG BERASAL DARI CALON ANGGOTA DPRD KABUPATEN INDRAMAYU
PADA PEMILIHAN UMUM ANGGOTA DPRD KABUPATEN INDRAMAYU
DEWAN PIMPINAN TINGKAT KABUPATEN INDRAMAYU**

NOMOR: 001/KM/DP-4.3/X/2018

Pada hari Jumat tanggal lima bulan Oktober tahun dua ribu delapan belas sudah diterima dari:

Nama : ANGGI NOFI'AH
Jenis Perencanaan : LANG - TUNAI
Jumlah : Rp 10.000,000
Terbilang : sepuluh juta rupiah

Yang menyerahkan


ANGGI NOFI'AH

Indrarayu, 05 Oktober 2018

Yang menerima



RONI JANTRI

Lampiran 10. Dokumentasi Wawancara



(Pak Sahali, SH, Sekretaris DPC PDI Perjuangan Kabupaten Indramayu)



(Anggi Noviah, S.IP, Caleg Terpilih)





(Tim Pemenangan atau Tim Gisell)



(Ibu Marpu'ah, Masyarakat Sekitar)



(Ibu Warli, Masyarakat Sekitar)