

SKRIPSI

**STRATEGI KAMPANYE ARAS-AMIN JASA PADA
PILKADA 2020 DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH**

**YUSUF PATARAI
F0117513**



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
TAHUN
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI ARAS- AMIN JASA PADA PILKADA DI
KABUPATEN MAMUJU TENGAH

NAMA : YUSUF PATARAI

NIM : F0117513

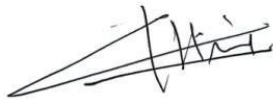
PROGRAM STUDI : ILMU POLITIK

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi

Majene, 19 Februari 2023

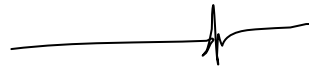
Disetujui oleh :

Pembimbing I



Muhammad, S.IP., M.Si.
NIP. 198707022015041001

Pembimbing II



Ahmad Amiruddin, S.IP., M.A.
NIP.198708072019031

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. H. Burhanuddin, M.Si.
NIP. 196209191989031004

SKRIPSI

STRATEGI KAMPANYE ARAS-AMIN JASA PADA PILKADA 2020 DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH

Dipersiapkan dan disusun oleh :

YUSUF PATARAI

F0117513

Telah diujikan di depan Dewan Penguji

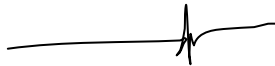
Pada Tanggal 17 Mei 2023

Susunan Dewan Penguji:

Pembimbing I



Muhammad, S.IP., M.Si
NIP. 19870702201504
Pembimbing II



Ahmad Amiruddin, S.IP., M.A.
NIP. 198708072019031

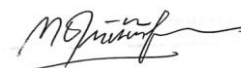
Penguji I



Zaiunuddin Lozi, S.IP., M.Litt
NIDN.0022037902
Penguji II



Asriani, S.IP., M.Si
NIP. 198406242019032017
Penguji III



Dr. Muhammad Sulthan, M.Si.
NIP. 191280320060410001

ABSTRAK

Kabupaten Mamuju Tengah adalah salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi Barat yang merupakan hasil pemekaran dari kabupaten Mamuju pada 14 Desember 2012. Pada akhir tahun 2015 pilkada dengan perolehan suara yang sangat fenomenal yaitu 94,6% oleh Aras Tammauni-Amin dengan melawan kotak kosong . H.Aras Tammauni dan H.Amin Jasa ini yang berada di Kabupaten Mamuju Tengah merupakan fenomena yang mengindikasikan kuatnya jaringan lokal dan finansial calon.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye Aras-Amin dan model kampanye yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah informan sebanyak 5 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh Aras-Amin Jasa adalah strategi *ofensif* dan *defensif*. Contoh strategi *ofensif* yaitu pembentukan tim sukses, memanfaatkan media massa. Sedangkan contoh strategi *defensif* yaitu memelihara pemilih tetap dan memperkuat pemahaman pemilih musiman. Sedangkan model kampanye yang digunakan yaitu model *The Diffisiun Of Innovations* yang didukung kuatnya jaringan lokal yang dimiliki oleh pasangan calon tunggal tersebut tidak lepas dari kepiawaian tim suksesnya.

Kata Kunci: Strategi. Kampanye. Aras dan Amin Jasa. Pada pilkada 2020

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pilkada pada era sekarang ini dilaksanakan secara langsung. Salah satu yang sangat berpengaruh jalannya pilkada adalah pihak media. Para kandidat berlomba-lomba mempromosikan dirinya dalam misi-misinya dengan harapan menarik persepsi positif dari publik. Kegiatan promosi yang sangat efektif menggunakan saluran-saluran yakni media massa dan di antaranya juga menggunakan media elektronik (koran, majalah, radio, dan tv) yang ternyata memberikan pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi pemilih secara bertahap agar mau memilih salah satu kandidat sehingga membentuk sebuah loyalitas pemilih yang sangat kuat. Dengan kelebihanannya menjangkau ruang dan waktu, media massa mampu memasuki wilayah yang tak mampu dijangkau media lain. Sangat efektif untuk mempublikasikan kandidat, karena semua orang hampir mempunyai akses dalam memperoleh informasi melalui media (Joni., 2020).

Daerah baru kabupaten Mamuju Tengah adalah salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi Barat. Mamuju Tengah merupakan hasil pemekaran dari kabupaten Mamuju yang di sahkan dalam sidang paripurna DPR RI pada 14 desember 2012 di gedung DPR RI tentang rencana UU Daerah Otonomi Baru (DOB). Daerah yang kaya akan sumber daya alam serta adanya pabrik industri di wilayah tersebut dengan objek wisata pegunungan dan laut yang masih alami dan populasi manusia yang terus meningkat. Inilah alasan yang memuat para kandidat atau politisi tertarik untuk mengikuti pemilu dalam pemilihan umum Bupati Mamuju Tengah pada tanggal 9 desember 2015 untuk pemilihan Bupati Mamuju Tengah priode 2016-2021.

Pada akhir tahun 2015 tepatnya pada bulan desember seluruh Indonesia terutama provinsi Sulawesi Barat kabupaten Mamuju Tengah sedang di perbincangkan, bagaimana tidak dari hasil pemilihan kepala daerah atau bupati Mamuju Tengah seluruh perpolitikan Indonesia tercengam pada daerah yang baru dimekarkan ini karena satu sosok yang memperoleh suara yang tertinggi 94,6% dengan daftar pemilih untuk kabupaten sejumlah 90.775 ini menjadi catatan sejara baru dalam dunia perpolitikan. Bahkan dalam suatu situs resmi Tribun Timur menyebutkan bahwa H.Aras Tammauni mendapat rekor MURI dengan perolehan suara tertinggi pemilihan kepala daerah atau kota di Indonesia.

Aras Tammauni adalah seorang anak laki-laki pertama dari 9 bersaudara. Ayahnya bernama Tammauni Pue Ballung dan ibunya bernama Hj. Hadia. Aras Tammauni lahir di Mamuju pada tanggal 31 desember 1957. Beliau memulai pendidikanya di sekolah rakyat (SR) yang didirikan oleh pemerintah Belanda. Sebelum berkarier di dunia pemerintahan beliau adalah salah seorang pengusaha. Usahanya dimulai sebagai penjual kayu bakar, penjual rotan sampai menjadi petani sukses kakao dan petani cengkeh. Kesuksesan beliau menjadi pengusaha di mulai pada saat menjadi pekebun kakao dengan lahan yang begitu luas.

Karir pemerintahan H. Aras Tammauni dimulai sejak usia 15 tahun. Dalam usianya yang masih remaja sudah dipercaya memimpin sebagai kepala kampung. Setelah kepala kampung beliau terpilih sebagai kepala desa di desa tobadak selama 35 tahun kemudian dari kepala desa langsung menduduki kursi nomor satu di pemerintahan legislatif sebagai ketua DPRD provinsi Sulawesi Barat lalu kembali ke Mamuju Tengah mengikuti pemilihan kepala daerah, setelah kabupaten Mamuju Tengah resmi menjadi daerah otonom. H. Aras Tammauni adalah tokoh masyarakat dan pencetus transmigran di Mamuju Tengah. H. Aras Tammauni mampu menjadi tokoh ditengah kemajemukan masyarakat Mamuju Tengah. Mamuju Tengah merupakan daerah transmigrasi yang hampir 60% penduduknya

merupakan transmigran dan H. Aras Tammauni dibawa kepemimpinannya mampu mendamaikan semua suku yang ada. Bahkan sebelum adanya pemekaran, sekitar tahun 1990-an beliau pernah diberikan penghargaan oleh presiden soeharto sebagai tokoh masyarakat Sulawesi Selatan. Karena peran beliau dalam proses pelepasan transmigrasi itu sangat besar. Salah satu tokoh yang paling berperan penting dalam proses pembentukan kabupaten Mamuju Tengah adalah bapak H. Aras Tammauni. Peran beliau selaku pengagas, fasilitator dan penyandang dana utama memberikan pengaruh yang signifikan dalam proses pembentukan kabupaten Mamuju Tengah.

Salah satu fakta tentang H. Aras Tammauni adalah merupakan keturunan bangsawan dari kerajaan bumi lalata sarata. Bumi lalata sarata salah satu kerajaan kecil di daratan Sulawesi Barat. Kepemimpinan H. Aras Tammauni tidak terlepas dari coretan sejarah seorang bapak yang terwariskan kepada dirinya yang senantiasa berfikir bagaimana hidupnya bias bermanfaat, membantu dan mensejahterakan sesama. Kepercayaan masyarakat kepada dirinya dalam memimpin tidak terlepas dari factor sejarah. Sejarah mencatat rekam jejak perjuangan bapaknya yang berani mengorbankan jiwa dan raganya untuk terbebas dari penjajah Belanda. .

Aras Tammauni menjadi sosok penting dalam pencatatan politik lokal Mamuju Tengah, sebab berkontribusi dalam terbentuknya Mamuju Tengah, namun disisi lain yang menjadi isu nasional adalah adanya kesenjangan perolehan suara yang sangat besar, namun kesenjangan suara yang begitu jauh membuat kesungguhan pasangah Haderana dan Muh.Amin dalam mendaftarkan diri di bursa calon Bupati dipertanyakan, keadaan itu memunculkan banyak ekspektasi, diantaranya adalah status Aras Tammauni yang merupakan pengusaha dan telah menjabat sebagai kepala Desa selama 32 tahun dan tak tergantikan.

Pelaksanaan pilkada yang dilaksanakan di Kabupaten Mamuju Tengah yang di adakan pada tanggal 9 Desember 2020, ^{Pasangan} calon Aras Tammauni dan Amin Jasa sebagai pasangan pemenang pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Mamuju Tengah. menempatkan strategi yang membuatnya menang sebagai Bupati Mamuju Tengah antrara lain kampanye politik dan kekuatan partai. Aras Tammauni dan Amin Jasa merupakan Bupati dan Wakil Bupati Mamuju Tengah saat ini. Pasangan dengan *tagline* Arta-Aja ini diusung dan didukung 15 partai politik, di antaranya Golkar, Demokrat, PDIP, Perindo, Gerindra, PKS, Hanura, PAN, Nasdem, PKB, PPP, PSI, PKPI, Garuda.

Calon tunggal pasangan H. Aras Tammauni dan H. Amin Jasa ini yang berada di Kabupaten Mamuju Tengah merupakan fenomena yang mengindikasikan kuatnya jaringan lokal dan finansial calon. Kuatnya jaringan lokal yang dimiliki oleh pasangan calon tunggal tersebut tidak lepas dari kepiawaian tim sukses. Karakter dan perilaku tim sukses sesuai dengan selera kelompok pemilih tertentu dapat menarik simpati, sebagaimana yang dilakukan para tim sukses kandidat bupati/wakil bupati Kabupaten Mamuju Tengah dalam menggaet suara para masyarakat. Strategi kampanye yang dilakukan oleh partai pendukung dalam memenangkan pasangancalon adalah suatu capaian yang luar biasa dan sesuai yang di inginkan. Melalui kampanye tentu partai pendukung memasang program-program unggulan yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada dasarnya setiap para kandidat atau politikus akan berusaha untuk mencapai tujuannya dengan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat untuk mendapatkan kemenangan. Dalam kesempatan tersebut, para kandidat akan berusaha membangun citranya. Di dalam membangun citra, maka yang diperlukan adalah strategi yang disusun dengan matang agar tujuan pencapaian terbentuknya citra positif H. Aras Tammauni di mata masyarakat dapat terpenuhi. Pencapaian citra positif tersebut dapat diadopsi dari strategi-strategi komunikasi yang baik dimana melibatkan proses komunikasi yang efektif.

Jika kita melihat pada hakekatnya , strategi adalah suatu perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan tertentu. Kata strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya menyakut dengan hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya sebuah para kandidat politik menghadapi persaingan atau tekanan yang datang dari luar. Dalam kaitanya dengan komunikasi politik, strategi merupakan penjabaran lebih jauh mengenai langkah-langkah yang akan diterapkan. Dalam rangkaian strategi dan rencana komunikasi yang vital untuk merealisasikan setiap tujuannya, para kandidat harus mengembangkan dan menerapkan suatu rencana komunikasi yang jelas dan efektif. Tanpa hal itu, sulit bagi politikus untuk berkembang. Dari hal tersebut, terlihat posisi penting dari komunikasi politik utamanya sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan-pesan yang dapat memfungsikan kekuasaan.

Salah satu hal yang dapat diperhatikan oleh para kandidat adalah bagaimana menciptakan publikasi dengan mengundang para tokoh elite masyarakat dari berbagai daerah untuk menyampaikan ulang informasi atau menjadi penyambung lidah yang perlu kepada khalayak, termaksud mengadakan press tour secara on the spot untuk melihat secara langsung tentang aktifitas atau kegiatan yang ada di lapangan. Dengan memberitakan atau mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan, juga pada posisi politikus tersebut pada isu-isu penting.

Oleh karena itu, fungsi untuk membina hubungan pers dan media (press and media relation) sangat diperlukan oleh politikus untuk membentuk citranya dengan berperan sebagai penentu untuk pembentukan, penggalangan, hingga merekayasa opini public melalui publikasi dan menginformasikannya secara cepat dan tepat. Opini public yang dijabarkan oleh Effendy dalam Soemirat dan Ardianto (2007:107) adalah efek komunikasi dalam bentuk pernyataan dalam sifat kontroversial dari sejumlah orang sebagai

pengekspresian sikap terhadap masalah sosial yang menyangkut kepentingan umum.

Kalau konsep pemahaman ini diterapkan, H.Aras Tammauni tidak terlalu sulit untuk membentuk citra karena sebelum dia menjadi kandidat bupati di Mamuju Tengah, beliau sudah secara tidak langsung hadir dengan citra positifnya. Sehingga yang perlu beliau bangun hanyalah hubungan baik dengan media dan memanfaatkan media dengan maksimal untuk menjual citranya yang sudah dikenal baik oleh khalayak. Komunikasi dalam suatu sistem politik diharapkan seperti aliran darah dalam tubuh manusia, mengalirkan pesan-pesan tentang politik. Jika fungsi komunikasi tidak jalan atau macet, maka pesan-pesan politik itu tidak sampai ke masing-masing bagian dari sistem politik. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu strategi yang matang. menarik masyarakat untuk memilihnya. Selain itu partai pendukung juga membentuk tim kemenangan sebagai perpanjangan tangan kerja partai untuk mengajak masyarakat sampai ke plosok untuk memilih calon Bupati yang di usungnya. Dalam pemasaran strategi ini terdapat tahapan-tahapan yang disusun terlebih dahulu melalui tim sukses yang sudah dibentuk oleh partai itu sendiri. Hal ini dimaksud agar sasaran dan tujuan yang di inginkan dapat terwujud.

Kemunculan calon tunggal Aras Tammauni di Kabupaten Mamuju Tengah menarik untuk di amati, karena dimana pasangan calon tunggal ini merupakan pasangan pilkada 2020 yang satu satunya terjadi di provinsi sulawesi barat yang mencalonkan sebagai Bupati / Wakil Bupati di Kabupaten Mamuju Tengah. Meskipun pasangan calon Aras Tammauni dan Amin Jasa adalah pasangan calon tunggal namun tidak mengurangi antusias masyarakat dalam mendukung pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati tersebut karena H.Aras tammauni juga sering memberikan bantuan materi, berupa uang, membangun rumah kepada masyarakat yang miskin , memperbaiki rumah ibadah tanpa membedakan suku dan agama. Beliau juga selaku penggagas, fasilitator, dan penyandang dana utama untuk memberikan pengaruh yang signifikan dalam proses pembentukan kabupaten mamuju

tengah. Dan dilihat dari antusias masyarakat sebanyak dari 274 TPS yang ada di daerah Mamuju Tengah Aras-Amin Jasa memperoleh suara sebanyak 94,6% dan kotak kosong 5,4%.

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Strategi Kampanye Aras-Amin Jasa Pada Pilkada 2020 di Kabupaten Mamuju Tengah”**.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan dan untuk memfokuskan penulisan ini, maka yang menjadi perumusan masalahnya yaitu :

1. bagaimana strategi Aras-Amin Jasa pada pilkada 2020 di Kabupaten Mamuju Tengah ?

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan adalah apa yang hendak kita capai dalam penelitian ini, berdasarkan pada permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk memahami bagaimana strategi kampanye Aras-Amin Jasa dalam pilkada 2020 di Kabupaten Mamuju Tengah.

1.3. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

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

2. .Manfaat Praktis

Sebagai kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu politik yang berkaitan dengan, pilkada, dan strategi pemenangan yang ada kaitannya dengan kampanye politik. Diharapkan dapat

berguna dan bermanfaat bagi jurusan atau fakultas dalam menambah refrensi keilmuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dan bahan kajian yang nantinya dijadikan sebagai perbandingan fokus penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Oleh karenanya , peneliti menyertakan hasil penelitian terdahulu yakni :

Penelitian yang dimiliki Suaib Napir yang berjudul “Strategi Pemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2015 di Kabupaten Majene”. Penelitian ini berfokus pada penggunaan dua konsep strategi menyerang (*ofensif*) dan strategi nertahan (*defensif*) yang dijadikan sebagai faktor kemenangan mereka. Paslon ini berhasil melakukan penyerangan pada basis massa lawan dengan merekrut tim dari tokoh agama ataupun tokoh masyarakat. Tim paslon ini berhasil membuat model agenda setting melalui pengaturan Bapak angkat di tiap TPS untuk mengontrol pemenangan (basis suara pilih). Pada jurnal ini dijelaskan bahwa penggunaan strategi politik baik *ofensif* maupun *defensif* diyakini berpeluang untuk mensukseskan cita-cita politik mereka dalam pilkada (Nurdiansyah, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh Suaib Napir adalah sama-sama menggunakan strategi *ofensif* dan *defensif* dalam kemenangan pilkada. Sedangkan perbedaan penelitian dengan penelitian yang saya lakukan yakni penelitian Suaib Napir befokus pada faktor kemenangan mereka, sedangkan penelitian saya berfokus pada strategi kampanye pilkada.

Penelitian yang dimiliki oleh Ayatullah Al-Fitrah yang berjudul “Fenomena Calon Tunggal Pada Pilkada di Kabupaten Sumbawa Tahun 2020”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini berfokus pada partisipasi politik masyarakat dan faktor yang melatar belakangi calon tunggal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini

yaitu metode wawancara, dokumentasi dan observasi , adapun kajian teori yang digunakan di dalam penelitian ini yakni Robert Dahl.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh Ayatullah Al-Fitrah adalah sama-sama calon tunggal dalam pilkada tahun 2020. Sedangkan perbedaan penelitian ini yang dilakukan oleh Ayatullah Al-Fitrah dengan penelitian saya yaitu pada penelitian Ayatullah Al-Fitrah berfokus pada partisipasi politik masyarakat dan faktor yang melatarbelakangi calon tunggal, sedangkan penelitian saya hanya berfokus pada strategi kampanye .

Penelitian ini dibuat oleh Reni Apriani dan Maharani yang berjudul “Strategi Pemenangan Pasangan Calon Herman Deru dan Mawardi Yahya Pada Pilkada Sumatera Selatan Tahun 2018”. Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif ini berfokus pada strategi kemenangan pasangan calon Herman Deru-Mawardi tahun 2018 sebagai kelompok petahana. Penelitian ini menjelaskan teori strategi milik Kotten yang menyebutkan bahwa dalam strategi kemenangan dengan menggunakan 4 (empat) 1) segmen yakni strategi organisasi berupa pengenalan visi dan misi, 2) strategi sumber daya yang berasal dari tenaga baik itu (tim kampanye dan pendukung paslon) , dana kampanye serta penggunaan kampanye sebagai proses kampanye online, 3) strategi program berupa penjelasan dan proses menggunakan program unggulan paslon, 4) strategi kelembagaan yakni penguatan melalui pedoman atau aturan (SOP) yang berlaku bagi partai pengusung dan sebagai bagian dari strategi yang tersusun rapi guna menyelaraskan kemenangan paslon yang diusun.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, persamaan penelitian yang dilakukan oleh Reni Apriani dan Maharani adalah sama-sama membahas tentang strategi untuk kemenangan kandidat. Sedangkan perbedaan penelitian saya dengan penelitian Reni Apriani yaitu Penelitian Reni Apriani menggunakan teori milik *Kotten*, sedangkan penelitian saya menggunakan teori *Peter Scholder*.

Penelitian ini yang dilakukan oleh Erni Yulita pada tahun 2013 dengan judul “Strategi Kampanye Calon Independen Pasangan Mumung Marthasasmita dan Taufik Faturohman MUFAKAT Pada Pilkada Kota Tasikmalaya Tahun 2013”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye calon independen Pasangan Mumung Marthasasmita dan Taufi Faturohman MUFAKAT pada pilkada Kota Tasikmlaya 2012. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye pasangan calon tersebut yakni pertama dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, kedua penyampaian visi misi kepada masyarakat, ketiga strategi SOS artina tindakan langsung mendatangi tokoh-tokoh masyarakat.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh Erni Yulita adalah sama-sama membahas tentang strategi kampanye. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Erni Yulita dengan penelitian saya yaitu dimana penelitian Erni Yulita berfokus pada strategi kampanye calon independen pada tahun 2013, sedangkan penelitian saya berfokus pada strategi kampanye pada tahun 2020.

2.2. Pengertian Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Kata “strategi” adalah juga turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *stratego*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai komandan militer pada zaman demokrasi Athena. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Suryanti, 2011).

Sedangkan dalam definisi umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Kusumadmo, 2013).

Menurut Stephanie K. Marrus strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pengertian strategi menurut Sjafriz Mangkuprawira adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Ia merupakan sebuah rencana permanen untuk sebuah kegiatan. Di dalamnya biasanya termasuk formulasi tujuan dan kumpulan rencana kegiatan. Rosady Ruslan mengemukakan bahwa “strategi” itu pada hakekatnya adalah suatu perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya.

Menurut Siagian pengertian strategi adalah serangkaian keputusan dan Tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Sedangkan menurut ahli sosiologi Philip Selznick dalam Husein Umar, mengatakan bahwa strategi yang baik adalah strategi yang memuat nilai-nilai para anggotanya sehingga mereka merasa terikat dengan tujuan perusahaan dan dapat menjadi dorongan semangat secara terus-menerus bagi anggotanya.

Sun Tzu merumuskan strategi politik, dengan menyatakan bahwa, dalam pemilihan strategi harus ada hal-hal yang tertentu diprioritaskan:

1. Bentuk yang terbaik dalam memimpin perang adalah menyerang strategi lawan
2. Menghancurkan aliansi lawan
3. Menyerang tentara lawan, yang paling buruk adalah menduduki kota-kota di benteng lawan

Sun Tzu mengartikan strategi sebagai salah satu cara untuk dengan mudah menaklukkan lawan, kalau perlu tanpa pertempuran atau dengan kata lain strategi diperlukan kalau ada lawan. Menurut Schooder bahwa startegi politik merupakan strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik (Schroder, 2009).

Startegi adalah ilmu tentang teknik atau takik, cara atau kilat muslihat untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam wilayah tertentu, jadi strategi politik adalah ilmu tentang teknik, taktik, cara, kiat yang dikelola oleh potisi untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber-sumber kekuasaan , merumuskan dan melaksanakan keputusan politik sesuai dengan yang diinginkan.

Sistematika 10 langkah dalam strategi politik yakni (Schroder , 2009) :

1. Merumsukan misi
2. Penilaian situsional dan evaluasi
3. Perumusan sub strategi
4. Perumusan sasaran
5. Target image
6. Kelompok-kelompok target
7. Pesan kelompok target
8. Instrumen-instrumen strategi
9. Implementasi stratego
10. Pengendalian strategi

2.3. Prinsip-Prinsip Menyukseskan Strategi

Para eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dengan meyakinkan. Untuk itu, *Hatten* dan *Hatten* (1988) memberi beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga ia bisa sukses :

1. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya. Jangan membuat strategi yang melawan arus. Ikutilah arus perkembangan dalam masyarakat, dalam lingkungan yang

memberi peluang untuk bergerak maju.

2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi. Tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu harus konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang. Semua strategi hendaknya diserasikan satu dengan yang lainnya.

3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan sumber daya dan tidak mencerai-beraikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi sering kali mengklaim sumber dayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.

4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik kelemahannya. Selain itu, hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.

5. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, anda harus membuat sesuatu yang layak dan dapat dilaksanakan.

6. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko, tetapi harus berhati-hati sehingga tidak menjerumuskan organisasi ke dalam lubang yang besar. Oleh sebab itu, suatu strategi harus dapat selalu dikontrol.

7. Strategi hendaknya disusun di atas landasan keberhasilan yang telah dicapai. Jangan menyusun strategi di atas kegagalan.

8. Tanda-tanda dari suksesnya strategi dinampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dan terutama dari para eksekutif dan semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

2.4. Tujuan Strategi

Disadari atau tidak, strategi menjadi jembatan yang memudahkan perencanaan, pelaksanaan dan memudahkan pencapaian tujuan. Tidak hanya untuk mencapai tujuan personal, tetapi juga dapat diterapkan untuk mencapai tujuan dalam bentuk perusahaan dan bisnis, adapun contoh tujuan strategi yaitu (Sriwahyuni, 2013) :

1. Menjaga Kepentingan

Karena strategi yang kita bahas memiliki peruntukan dan kepentingan yang luas, maka tujuan dari strategi sangat baik digunakan untuk banyak pihak, tanpa terkecuali. Bisa digunakan oleh pihak perorangan, pihak perkantoran, pihak organisasi ataupun pihak-pihak lain yang memang ingin menggunakan strategi ini. Tidak lain bertujuan untuk menjaga segala bentuk kepentingan.

2. Sebagai Sarana Evaluasi

Mengetahui pengertian strategi saja ternyata tidak cukup, ternyata strategi bertujuan sebagai evaluasi. Strategi dapat digunakan sebagai ajang memperbaiki diri dari kegagalan. Dengan kata lain, strategi sebagai sarana introspeksi diri untuk menuntut diri mencapai tujuan dan hasil yang lebih baik, meminimalisir terjadinya kekurangan ataupun kegagalan.

3. Memberikan Gambaran Tujuan

Buat kamu yang tidak memiliki tujuan, dan tidak tahu bagaimana cara mengetahui jalan yang dipilih benar atau salah, maka strategi lah jawabannya. Strategi bertujuan untuk memberikan gambaran apa yang harus kamu lakukan untuk mencapai titik puncak yang kamu inginkan.

4. Memperbarui Strategi yang Lalu

Tidak hanya bertujuan untuk evaluasi dan memberikan gambaran tindakan yang harus dilakukan, tetapi juga bertujuan untuk memperbarui strategi. Tidak dapat dipungkiri jika selama menjalankan strategi, ada beberapa alasan strategi yang dibuat kurang efektif atau

mungkin ketinggalan jaman. Sehingga strategi lama perlu diubah dengan strategi baru. Atau mengevaluasi strategi lama sehingga menjadi strategi yang baru dan tidak ketinggalan jaman. Jadi buat kamu yang merasa cara kamu tidak memberikan dampak, maka perlu evaluasi dan segera benahi strateginya terlebih dahulu. Dengan memperbarui strategi pasti akan bisa meminimalisir resiko.

5. Lebih Efisien dan Efektif

Entah disadari atau tidak, strategi terbukti banyak membantu para pelakunya. Dari segi waktu dan cara yang mereka lakukan menjadi lebih efektif dan efisien. Sehingga pencapaian yang mereka lakukan pun tidak buang-buang waktu dan buang-buang tenaga. Semua dapat dijalankan lebih tepat sasaran.

6. Mengembangkan Kreativitas dan Inovasi

Adapun tujuan lain, yaitu sebagai upaya untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi. Tidak dapat dipungkiri jika demi mencapai sebuah tujuan yang maksimal dan hasil yang brilliant, kamu butuh cara-cara unik dan berbeda dibandingkan yang lain. Dimana keunikan ini dapat dilahirkan lewat kreativitas dan inovasi.

7. Mempersiapkan Perubahan

Adapun tujuan dari pengertian strategi, yaitu sebagai sarana untuk mempersiapkan diri terhadap perubahan. Tidak dapat dipungkiri jika segala sesuatunya bersifat dinamis, bisa berubah-ubah. Maka, kita tidak bisa menggunakan satu strategi dalam seumur hidup. Tetapi perlu mengupdate dan mengevaluasi strategi yang sudah dijalankan agar tetap up to date dan tidak tertinggal jaman.

2.5. Strategi *Ofensif* dan *Defensif*

Strategi *ofensif* merupakan strategi yang melakukan kegiatan perluasan pasar dan menembus pasar, dimana strategi ofensif ditunjukkan untuk meraih atau mendapatkan pelanggan baru, yang dimaksud pelanggan baru yaitu dengan memperluas pasar agar

dapat menjangkau massa yang lebih luas sehingga dapat menembus pasar atau mencapai target dalam strategi tersebut. Menurut *Peter Schroder* strategi menembus pasar bukan menyangkut ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif memberikan penawaran yang lebih baik atau baru, melainkan penggalan potensi yang dimiliki warga kurang maksimal (Peter scholder, 2008) . Dalam lingkup partai politik perluasan pasar digunakan sebagai wadah untuk mrngumpulkan anggota baru sebagai proses penyerangan, masing-masing partai politik juga bertujuan untuk menembus pasar , guna memperbesar potensi yang ada secara lebih optimal (Schroder, 2010).

Kemudian strategi *defensif* merupakan strategi yang melakukan kegiatan pertahanan pasar dengan tujuan untuk melindungi pasar dari serangan para pesaing. Strategi pertahankan pasar artinya bahwa partai atau individu akan memelihara pemilih tetap mereka dan memperkuat pemahaman pemilih musiman atau yang baru, serta akan memberi arahan atau masukan yang diarahkan kepada pemilih musiman agar memilih kandidatnya. Starategi mempertahankan pasar dijadikan sebagai upaya untuk mempertahankan golongan atau mayoritasnya, posisi partai pendukung akan menjaga pemilih tetapnya serta berusaha menguatkan pemahaman pemilih yang tergolong musiman. Menariknya posisi partai untuk melakukan pertahanan pasar akan mengambil sikap berbeda atau bertentangan partai lain, seperti ketika partai lain berupaya untuk memberikan tawaran yang menarik dengan cara menonjolkan perbedaannya, maka sebaliknya partai yang menggunakan strategi *defensif* justru berusaha agar perbedaan tersebut tidak terbaca hingga tidak dikenali oleh kelompok pemilih.

2.6. Telaah Teoritik

Telaah teoritik dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu strategi dan kampanye yakni :

A. Strategi

Strategis adalah analisis sistematis dan perumusan tujuan mada depan , tindakan pencehagan dan pilihan, pilihan terbaik dan instruksi penentuan untuk mencapai tujuan ini secara wajar. Dalam buku *Peter Scholder* menjelaskan beberapa pendekatan terdapat empat perencanaan diantaranya:

1. Pendekatan metodologis: kemiliteran, berorientasi pasar, politis

Masing-masing gambaran berdasarkan pendekatan yang diterapkan perencanaan strategi pada aspek militer, korporasi, politik, dan berorientasi pasar memiliki perbedaan dan persamaan.

2. Mode kemiliteran

Tujuan awal seseorang perencana startegi dalam perang adalah bisa mengendalikan musuhnya. Peninjauann berlangsung melalui paradigma perang yang diselewangkan dengan fokus perang yang berjerih payah kerah yang menguntungkan perencana dan merugikan musuh.

3. Model perencanaan korporasi

Perencanaan korporasi adalah analisa terencana dan ambisi memimpin masa depan , termaksud metode dan pilihan untuk sikap, pilihan terbaik untuk mereka pilih, dan penetapan pedoman untuk keuntungan pihak perencana.

4. Model perencanaan politis

Terdapat di Negara demokratis, pengambilan aligan digunakan dengan kekuasaan atau kesempatan untuk memperoleh pengaruh melalui pemilu.

Strategi politik menurut *Schorder* ada dua yaitu strategi *ofensif* yaitu strategi yang memperluas pasar dan menembus pasar. Kemudian strategi *defensif*, merupakan strategi yang mempertahankan pasar.

Tokoh *Peter* menjelaskan bahwa strategi politik memiliki arti luas karena berbicara mulai dari cara mencapai cita-cit politik hingga proses perebutan kursi kekuasaan dan persaingan yang akan dihadapi dilapangan, sehingga keberadaan strategi politik tentu tidak bisa terlepas dari perencanaan strategis sebagai bagian dari teknik ataupun taktik yang secara sistematis digunakan untuk mempengaruhi hasil keputusan politik.

Arnold Steinberg dalam buku Toni Andrianus. Mengatakan bahwa strategi adalah rencana untuk tindakan, penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya. Sementara sejalan dengan pemikiran *Carl Vob Clausewitz* dalam buku Toni Andrianus mengatakan bahwa strategi merupakan rencana yang memengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya.

Strategi secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai. Menurut Assuari dalam Umar terdapat beberapa fungsi dari strategi yang pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat di implementasikan secara efektif. (Maulidiana, 2010) Untuk itu terdapat enam fungsi yang harus dilakukan :

1. Mengomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai oleh pemimpin kepada orang lain
2. Menghubungkan dan mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari kondisi lingkungannya
3. Memanfaatkan dan mengeksploitasi keberhasilan maupun kesuksesan yang didapat sekarang dan sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru yang muncul

4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang terlihat lebih baik dari yang digunakan sekarang
5. Mengkoordinasikan serta mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu

Strategi kemudian dikembangkan oleh para praktisi dan menghasilkan gagasan dan konsepsi yang didasari oleh keilmuan masing-masing. Praktisi ilmu politik seperti pada semua pertempuran-pertempuran yang kompleks, setiap orang berlaku sesuai dengan rencana yang perlu dipahami lebih dahulu, kurang lebihnya suatu rencana yang sudah terolah dimana setiap orang membuat antisipasi bukan saja dalam serangan-serangannya, akan tetapi juga tentang jawaban-jawaban lawannya dan alat-alat untuk mencapai tujuan (Junaedi, 2013)

B. Kampanye

Menurut *Lok* dan *Harris* kampanye politik terkait erat dengan pembentukan image politik. Dalam kampanye politik terdapat dua hubungan yang akan dibangun, yaitu internal dan eksternal. Hubungan internal adalah suatu proses antara anggota-anggota partai dengan para pendukung untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka. Sementara hubungan eksternal dilakukan untuk mengkomunikasikan image yang akan dibangun kepada pihak luar partai termasuk media massa dan masyarakat luas (Firmanzah, 2012).

Penggunaan model kampanye yakni dengan menggunakan model dari *the diffusion of innovations*, dengan menggunakan empat model kampanye seperti:

1. Kampanye media massa
2. Kampanye berbasis kegiatan masyarakat
3. Penggunaan materi iklan untuk kampanye
4. Menjalin hubungan elit dengan masyarakat

Kampanye adalah “aktivitas” komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan dan sikap perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Kampanye politik juga merupakan bagian dari sebuah komunikasi politik, dengan demikian kampanye dilakukan untuk menarik perhatian dari masyarakat agar mereka mengenal calon dan diharapkan memunculkan sebuah rasa simpati, suka, kepedulian serta keberpihakan masyarakat pada isu yang menjadi tema kampanye calon tersebut. Jadi yang dimaksud dengan kampanye politik adalah suatu instrumen yang sah yang dilakukan oleh sebuah partai politik atau individu-individu untuk menjelaskan tujuan kepada masyarakat, mengenai program-program yang ditawarkan oleh partai politik itu (Herpamudji, 2015)

Kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua konsestan baik partai politik atau perorangan untuk memaparkan program-program kerja dan memengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencemblosan.

Pentingnya kampanye sebenarnya dapat diketahui manakala kita memahami pengertian kampanye politik itu sendiri. Kampanye politik adalah upaya terorganisir yang berusaha memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu. Dalam demokrasi, kampanye politik sering mengacu pada kampanye pilkada, di mana calon atau kandidat pemimpin dipilih. Dalam beberapa kasus di Negara tertentu, ada istilah referendum, yaitu penentuan kebijakan tertentu yang melibatkan suatu rakyat. Jika referendum jarang kita temui di Indonesia, barangkali kita dapat melihat beberapa contoh referendum di Negara-negara Eropa seperti halnya Inggris yang beberapa tahun lalu melaksanakan referendum Brexit (Mahmud, 2017)

Menurut *Rice* dan *Paisley* menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang

komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik untuk memperoleh dukungan.

2.7. Pilkada

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan suatu wujud nyata dari demokrasi dan menjadi sarana bagi rakyat dalam menyatakan kedaulatan-kedaulatan rakyat dapat diwujudkan dalam proses Pilkada untuk menentukan siapa yang harus menjalankan pemerintahan suatu wilayah. Dengan adanya Pilkada maka telah dilaksanakan kedaulatan rakyat sebagai perwujudan hak asas politik rakyat, selain itu dengan adanya Pilkada maka dapat melaksanakan pergantian pemerintahan secara aman, damai dan tertib, kemudian untuk menjamin kesinambungan pembangunan daerah. Secara universal pemilihan umum adalah instrumen mewujudkan kedaulatan rakyat yang bermaksud membentuk pemerintahan yang absah serta sarana mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat. Pemilihan kepala daerah langsung merupakan mekanisme demokrasi dalam rangka rekrutmen pemimpin di daerah, di mana rakyat secara menyeluruh memiliki hak dan kebebasan untuk memilih calon-calon yang bersaing dalam suatu medan permainan dengan aturan (Arraniri, 2015)

Berlangsungnya pemilihan umum/pemilihan kepala daerah yang demokratis harus dapat menjamin pemilihan yang jujur, adil dan perlindungan bagi masyarakat yang memilih. Setiap masyarakat yang mengikuti pemilihan harus terhindar dari rasa ketakutan, penipuan dan berbagai praktek curang lainnya. Hal ini sesuai dengan isi Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen IV pasal 28G bahwa di dalam negara demokrasi Setiap orang berhak atas perlindungan dari pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi. Pemilihan umum adalah syarat minimal bagi adanya demokrasi dan diselenggarakan dengan tujuan memilih wakil rakyat, wakil daerah, presiden untuk membentuk pemerintahan demokratis.

Peserta pilkada adalah pasangan calon yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik, hal ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004. Ketentuan ini kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa peserta pilkada juga bisa berasal dari pasangan calon individu yang didukung oleh sejumlah orang. Undang-undang ini keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) yang mencoba beberapa pasal mengenai peserta Pilkada dalam undang-undang Nomor 32 Tahun 2004. Pilkada adalah suatu proses politik untuk memilih kepala daerah secara langsung.

Kepemimpinan pilkada pada hakekatnya adalah sarana yang disediakan bagi rakyat untuk mengelolanya. Hal ini sesuai dengan azas dalam Pembukaan UUD 1945. Pada dasarnya pilkada merupakan suatu Lembaga Demokrasi yang dipakai untuk memilih anggota-anggota perwakilan rakyat. Seperti anggota MPR, DPR, DPR, yang akan bersama-sama dengan pemerintah serta menetapkan politik dan pemerintah Negara (Arizona, 2017)

Dalam dunia politik pemilihan umum kepala daerah diyakini sebagai cara terbaik untuk memilih pejabat publik. Dan menyelenggarakan pilkada dianggap sebagai bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan demokrasi. Secara universal pilkada dipahami sebagai lembaga sekaligus praktik politik yang memungkinkan terbentuknya sebuah pemerintah perwakilan yang menurut Rober Dahl, merupakan gambaran ideal dan maksimal bagi suatu pemerintah demokrasi di zaman modern (Raden, 2011)

Pemilihan umum kepala daerah secara langsung adalah sebuah mekanisme demokratis dalam rangka rekrutmen pemimpin di daerah, dimana rakyat secara menyeluruh memiliki hak dan kebebasan untuk memilih calon-calon yang didukungnya dan calon-calon bersaing dalam suatu medan permainan dengan aturan main yang sama. Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah langsung tertuang dalam undang-undang Nomor 32

Tahun 2004 tentang pemerintah daerah, pertama kali diselenggarakan pada bulan Juni 2005 dan penyelenggaraan pemilihan daerah dilaksanakan oleh komisi pemilihan umum (KPUD).

2.8. Manfaat Pilkada

Beberapa manfaat pilkada yang perlu diketahui adalah sebagai berikut (Hidayat, 2020):

1. Pilkada ditujukan sebagai perwujudan dari rakyat. Serta menunjukkan demokrasi terletak di tangan rakyat. Sehingga rakyat dapat mengatur pemerintahan.
2. Pilkada dijadikan sebagai sarana untuk membentuk perwakilan politik. Sehingga rakyat dapat memilih wakil yang bisa dipercaya. Serta bisa mewakili aspirasi dan kepentingan rakyat yang memilihnya. Sehingga kualitas pemilu akan semakin baik juga kualitas para wakil rakyatnya.
3. Pilkada dijadikan sebagai sarana untuk melakukan penggantian secara konstitusional. Pilkada untuk mewujudkan reformasi pemerintahan. Melalui pilkada, pemerintahan yang aspiratif dapat memperoleh kepercayaan rakyat untuk memimpin kembali. Atau sebaliknya, apabila rakyat tidak dapat dipercaya maka pemerintahan akan berakhir dan diganti.
4. Pilkada sebagai sarana pemimpin politik dalam memperoleh legitimasi. Pada dasarnya, mempersembahkan suara adalah mandat yang diberikan kepada rakyat yang dipercaya untuk menjalankan roda pemerintahan. Pemimpin yang terpilih akan mendapatkan legitimasi (keabsahan) dari rakyat.
5. Pemilu dijadikan sarana partisipasi politik masyarakat. Rakyat mampu secara langsung menetapkan kebijakan melalui dukungannya kepada publik. Selanjutnya pemimpin yang dipilih harus mewujudkan janji-janjinya.

2.9. Dasar Hukum Pemilihan Kepala Daerah

Undang Undang Dasar 1945 merupakan suatu perangkat peraturan yang menentukan kekuasaan dan tanggung jawab dari berbagai alat kenegaraan, Undang Undang Dasar 1945 juga menentukan batas batas berbagai pusat kekuasaan itu dan memaparkan hubungan-hubungan di antara mereka. Materi yang diatur dalam perundang- undangan yang berada dibawah Undang Undang Dasar 1945 tidak diperbolehkan bertentangan dengan materi Undang – Undang Dasar 1945. Materi - materi tentang penyelenggaraan pemerintahan, pemilihan umum maupun tentang penyelenggara pemilihan umum yang terdapat dalam Undang – Undang Dasar 1945 harus diterjemahkan kembali dalam Undang – Undang (UU), Peraturan Pemerintah (PP), Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu), dan sebagainya.

Pasal pasal yang terdapat di dalam Undang – Undang Dasar 1945 harus dijadikan rujukan utama dalam pembuatan Undang – undang (UU), Peraturan Pemerintah (PP), Peraturan Pemerintah Pengganti Undang – Undang (Perpu) dan sebagainya dan yang menjadi Dasar Hukum Pemilihan Kepala Daerah adalah:

- a. Undang – Undang Dasar 1945.
- b. Undang Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- c. Undang Undang No 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan kedua atas Undang Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang Undang.
- d. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 3 Tentang Tahapan, Program dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2017.

e. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Perubahan kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Pencalonan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota.

2.10. Sistem Pemilihan Kepala Daerah

Sistem pemilihan kepala daerah adalah seperangkat metode yang mengatur warga negara untuk memilih para wakilnya yang akan duduk dilembaga legislatif dan eksekutif . Sistem pemilihan ini penting dalam suatu sistem pemerintah demokrasi perwakilan sebab (Chakim, 2014) :

1. Sistem pemilihan mempunyai konsekuensi pada tingkat proporsionilitas hasil pemilihan
2. Sistem pemilihan memengaruhi bentuk kabinet yang akan dibentuk
3. Sistem pemilihan membentuk sistem kepartaian, khusus berkaitan dengan jumlah partai politik yang ada didalam sistem kepartaian tersebut
4. Sistem pemerintah memengaruhi akuntabilitas pemerintahan, khususnya akuntabilitas para wakil terhadap pemilihnya
5. Sistem pemilu mempunyai dampak pada tingkat kohesi partai politik
6. Sistem pemilihan berpengaruh terhadap bentuk dan tingkat partisipasi politik warga
7. Sistem pemilihan adalah elemen demokrasi yang lebih muda untuk dimanipulasi dibandingkan dengan elemen demokrasi lainnya.
8. Sistem pemilihan juga dapat dimanipulasi melalui berbagai peraturan yang tidak demokratis dalam tingkat pelaksanaannya.

2.11. Kampanye Politik

Pengertian kampanye berdasarkan UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk

meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu. Kampanye politik di Indonesia sering diartikan sebagai pawai motor, pertunjukan hiburan oleh para artis, pidato berapi-api dari para juru kampanye penuh propoganda, agitasi, caci maki, dan ledakan- ledakan sinis yang menyinggung kontestan lain.

Dengan cara cara seperti itu maka pengertian kampanye sudah banyak disalah artikan karena realitas lapangan seringkali tidak sesuai dengan tujuan kampanye. Dalam dunia ilmu pengetahuan, kampanye dikenal dengan berbagai macam istilah. Di bidang pertanian, perikanan, kehutanan, dan kesehatan masyarakat, kampanye dikenal dengan istilah “penyuluhan”, dibidang sosiologi atau aktivitas kemasyarakatan dikenal dengan istilah “sosialisasi” atau memasyarakatkan, sedangkan dalam studi komunikasi lebih banyak dikenal dengan nama “kampanye” atau penyebarluasan informasi atau ide (Mutiara, 2014).

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari proses kampanye yang tidaak sejalan dengan regulasiyang telah disepakati bersama. Yang nantinya akan dijelaskan pada bagian selanjutnya (Firmanzah, 2011).

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) N0. 35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye. Ada 9 jenis kampanye yaitu :

- a. Debat publik / debat terbuka antar calon
- b. Kegiatan Lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
- c. Pemasangan alat peraga di tempat umum
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- e. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
- f. Penyiaran melalui radio dan atau televisi
- g. Pertemuan Terbatas
- h. Rapat umum
- i. Tatap Muka dan dialog

2.11.1. Jenis-Jenis Kampanye

1) Product Oriented Campaigns

Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

2) Candidate Oriented Campaigns

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan dana bagi partai politik.

3) Ideologically or cause oriented campaigns

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau Social Change Campaigns (Kotler), yakni kampanye yg ditujukan utk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku

publik yg terkait. Contoh: Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah.

4) *Attacking campaign*

- Kampanye Negatif

Menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bis diverifikasi dan diperdebatkan.

- Kampanye hitam (Black campaign)

Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan.

2.11.2. Model- Model Kampanye

Model kampanye bertujuan untuk menggugah suatu masalah tertentu dengan cara menyampaikan suatu gagasan atau pesan yang dikampanyekan sehingga masyarakat dapat menyukai, simpati, peduli, dan mau melakukan apa yang dikampanyekan. Menurut Nursal (2004) contoh model-model kampanye dalam strategi politik yakni :

1. Kampanye media massa

Kampanye media massa adalah upaya kampanye politik yang dilakukan melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan media sosial. Tujuannya dari kampanye media massa adalah untuk mencapai publik yang lebih luas dan membangun citra positif bagi kandidat.

2. Kampanye yang berbasis pada kegiatan masyarakat

Kampanye yang berbasis pada kegiatan masyarakat adalah upaya kampanye politik yang dilakukan melalui partisipasi dalam kegiatan-kegiatan masyarakat seperti acara sosial, olahraga, keagamaan, kesehatan, membantu masyarakat. Tujuannya dari kampanye ini adalah untuk membangun hubungan dengan masyarakat dan memperkenalkan kandidat .

3. Penggunaan materi iklan

Penggunaan materi iklan seperti poster, spanduk, baliho, dan brosur adalah strategi kampanye politik yang bertujuan untuk menjangkau publik yang lebih luas dan

meningkatkan kesadaran publik tentang kandidat.

4. Menjalin hubungan dengan elit masyarakat

Menjalin hubungan elit dengan masyarakat seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, dan pengusaha dapat membantu kandidat membangun citra positif dan meningkatkan dukungan dari segmen tertentu dalam masyarakat.

Adapun model-model kampanye menurut para ahli seperti :

1. Model kompensial kampanye

Model ini mengambil komponen-komponen pokok yang terdapat dalam suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan kampanye. Unsur-unsur yang terdapat didalamnya meliputi sumber kampanye, saluran, pesan, penerima kampanye, efek dan umpan balik. Model ini lebih mudah diidentifikasi menggunakan pendekatan transmisi.

2. Model kampanye *Oestergaard*

Menurut *Oestergaard*, sebuah rancangan program kampanye untuk perubahan sosial yang tidak didukung oleh temuan-temuan ilmiah tidaklah layak untuk dilaksanakan. Alasannya, karena program semacam itu tidak akan menimbulkan efek apapun dalam menanggulangi masalah sosial yang dihadapi. Jadi langkah pertama yang harus dilakukan sumber kampanye adalah mengidentifikasi masalah faktual yang dirasakan.

3. *The Five Functional Stages Development Model*

Fokus model ini adalah pada tahapan kegiatan kampanye, bukan pertukaran pesan antara campaigner dan campaignee.

4. *The Communicative Functions Model*

Model ini diterapkan untuk jenis Candidate Oriented Campaigns

5. Model kampanye *Nowak* dan *Warneryd*

Model kampanye *Nowak* dan *Warneryd* merupakan salah satu contoh model tradisional kampanye. Pada model ini proses kampanye dimulai dari tujuan yang hendak di

capai dan diakhiri dengan efek yang diinginkan.

6. *The Diffisiun Of Innovations Model*

Model ini umumnya diterapkan dalam kampanye periklanan dan kampanye yang berorientasi pada perubahan sosial. Penggagasnya adalah *Everett M. Rogers*, dalam model ini menggambarkan adanya empat tahap yang akan terjadi ketika proses kampanye berlangsung . Tahap pertama adalah tahap informasi, khayalak diterpan informasi tentang produk atau gagasan yang dianggap baru ketika khayalak bergerak mencari tahu dan mendapati bahwa produk tersebut menarik minat mereka maka dimulailah tahap kedua yakni persuasi. Tahap ketiga adalah membuat keputusan yang mencoba, yang didahului oleh proses menimbang-nimbang tentang berbagai aspek produk tersebut . Tahap keempat adalah tahap konfirmasi atau reevaluasi.

2.12. Calon Tunggal

Munculnya fenomena calon tunggal dalam pilkada serentak tahun 2015 di beberapa daerah di Indonesia bukan merupakan hal yang aneh dan baru dalam dunia internasional. Artinya, proses demokrasi politik melalui pemilu dengan satu calon atau satu kandidat bukan berarti tidak mungkin untuk dilaksanakan. Hal ini menunjukkan bahwa demokrasi pada tataran praktik sangatlah berkembang dan masih menjadi hal yang diperdebatkan. Perlu digaris bawahi bahwa konsep demokrasi politik harus tetap berada pada kriteria-kriteria sebagaimana diungkapkan oleh Dahl yakni kompetisi dan partisipasi (Sugiarso, 2018).

Fenomena calon tunggal, khususnya yang terjadi di Kabupaten Mamuju Tengah, jika dipandang secara teoritis bukanlah merupakan hal yang dapat dikatakan tidak demokratis. Partisipasi merupakan poin yang utama pula dalam pelaksanaan demokrasi politik. Meskipun hanya ada satu pasangan calon dalam pilkada, proses pemungutan suara tetap merupakan hal yang harus dikerjakan karena hak pilih masyarakat merupakan kedaulatan

rakyat yang keberadaannya dijamin oleh konstitusi.

2.13. Aturan Pemilihan Calon Tunggal

KPU sudah mengatur terkait calon tunggal Pilkada 2020 dalam PKPU Nomor 20 Tahun 2020 tentang perubahan kedua atas PKPU Nomor 15 Tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota. Aturan memilih calon tunggal saat Pilkada 2020 diatur dalam pasal 18 dan pasal 18A. Berikut aturannya:

1. Pemberian suara pemilihan satu pasangan calon dilakukan dengan cara mencoblos satu kali pada:

- a. Kolom yang memuat foto atau nama Pasangan Calon.
- b. Kolom kosong yang tidak bergambar.

2. Selain itu, daftar Pasangan Calon dalam Pemilihan 1 (satu) pasangan calon memuat:

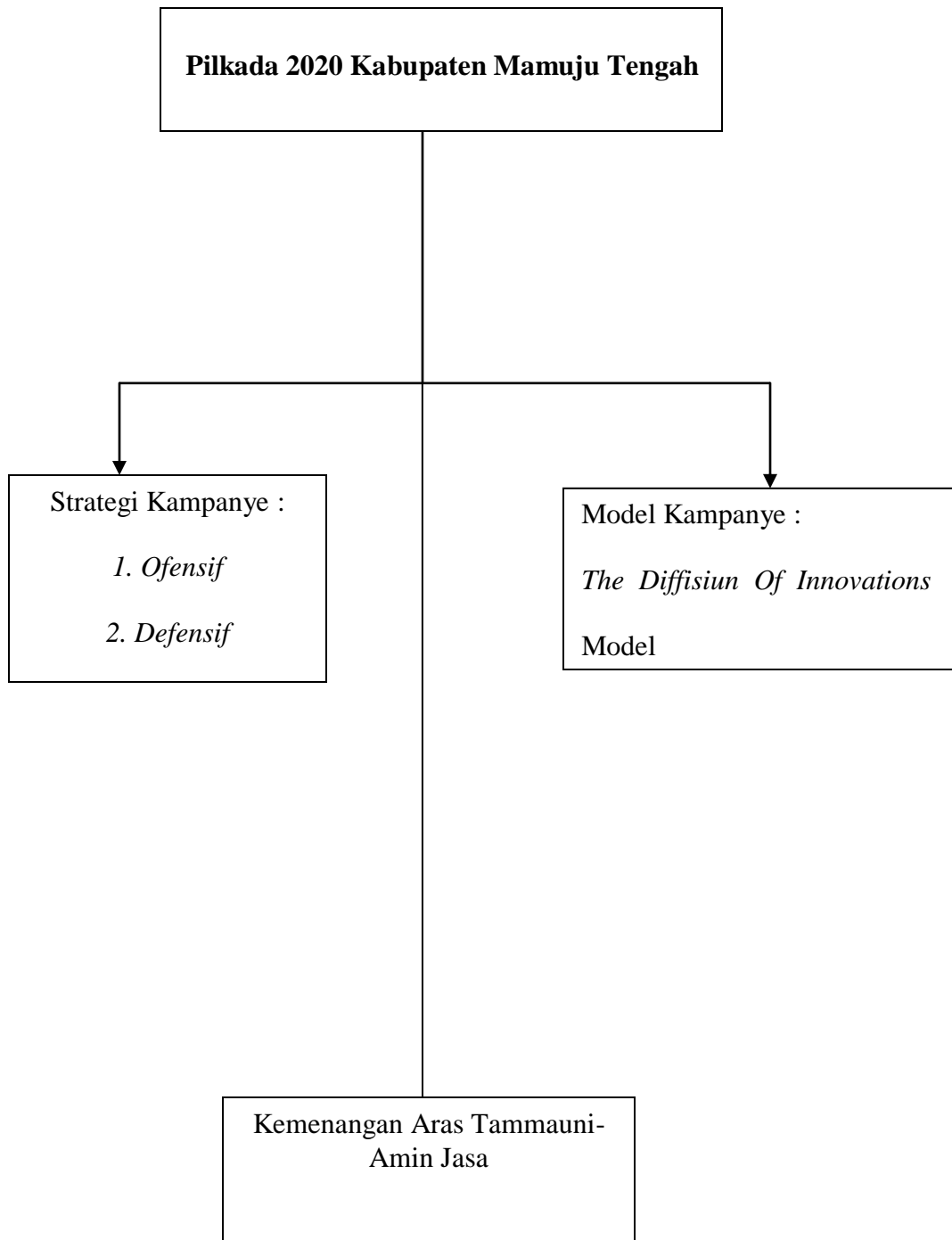
- a. Nomor urut, foto, nama, serta visi dan misi pasangan calon dan
- b. Kolom kosong yang tidak bergambar.
- c. Surat suara dalam pemilihan calon tunggal dinyatakan sah jika ditandatangani oleh ketua KPSS dan diberi tanda coblos pada kolom yang memuat foto atau nama pasangan calon atau kolom kosong yang tidak bergambar.

2.14. Kerangka Berfikir Penelitian

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

Strategi untuk menggaet dukungan pemilih salah satunya direalisasikan melalui kegiatan kampanye. Kampanye merupakan semua agenda partai atau perorangan yang berkaitan dengan pengumpulan massa, parade, orasi dengan pemaparan program kerja dan mempengaruhi opini publik, pemasangan atribut partai (misalnya umbul-umbul, poster, spanduk), dan pengiklanan partai lewat media cetak maupun elektronik, dengan maksud untuk sosialisasi program kerja dan mempengaruhi opini publik. Strategi pemenangan pilkada yang terencana dengan kebijakan kampanye yang tepat, tentu saja dapat menimbulkan pro dan kontra yang menjadikan faktor penghambat dan pendukung bagi tim pemenangan untuk merealisasikan di lapangan. Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini kerangka pemikiran teoritis yang diajukan adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir Penelitian



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, setelah melakukan penelitian, penulis menarik kesimpulan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh Aras Tammauni dan Amin Jasa pada pilkada 2020 di Kabupaten Mamuju Tengah yaitu dengan menggunakan strategi *ofensif* dan *defensif*, dengan membentuk tim sukses dan memanfaatkan media sosial serta mempertahankan image pasangan Aras-Amin jasa di kalangan masyarakat, serta memberikan bantuan kepada masyarakat

Kemudian Model kampanye yang digunakan dalam strategi kampanye Aras Tammauni dan Amin Jasa yakni model kampanye *The Diffisiun Of Innovations* seperti kampanye media massa, kampanye berbasis kegiatan masyarakat, penggunaan materi iklan untuk kampanye, menjalin hubungan elit dengan masyarakat. Dengan demikian pasangan tunggal Aras Tammauni dan Amin Jasa memperoleh suara 94.6% sedangkan kotak kosong 5,4%.

5.2 Saran

Bagi masyarakat kiranya dapat memperoleh pembelajaran politik dari seluruh aktivitas pilkada, baik itu semasa kampanye maupun proses pemilihan, agar pilkada selanjutnya dapat terlaksana dengan lebih baik lagi sehingga menghasilkan.

\

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Arranairi. 2015. Definisi Pilkada. *Strategi Politik Kampanye*. Partai Politik . Universitas Terbuka. Jakarta.
- Arizona. 2017. *Pengantar Ilmu Pengetahuan*. Pengertian Umum Pilkada. Universitas Gunadarma. Jawa Barat.
- Ardial. 2014. Pembentukan Tim Sukses. *Fungsi dan Tujuan Tim Sukses*. Kemengan Tim Sukses. PT. Bumi Aksara.
- Chakim. 2014. *Deskripsi Umum Sistem Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia*. Arti Pilkada. Jakarta Selatan.
- Crotty, Katz. 2015. *Handbook Partai Politik*. Nusamedia : Bandung.
- Cangara. 2014. Startegi Politik. *Politik Dalam Media Sosial*. Fakultas Ilmu Politik. Universitas Padjadjaran. Jawa Barat.
- Duverger, Maurice. 2016. *Sosiologi Politik*. Raja Grapindo Persada : Jakarta
- Firmanzah. 2011. *Pengertian Kampanye Politik dan Jenis-Jenis Kampanye* . Universitas Sumatra Utara. Sumatra Utara.

2. Sumber Rujukan dari Website

- Fariz. 2019. *Model-Model Kampanye*. Macam-Macam Kampanye . Fakulta Fisip. Jawa Timur. Kota Malang.
- Herpamudji. 2015. Komunikasi Politik. Tujuan Startegi Politik. *Perang Media Sosial*. Jakarta Selatan.
- Hidayat. 2020. Pilkada Umum. *Manfaat Pelaksanaan Pemilu*. Ilmu Politik. UIN. Sunan Gunung Jati Bandung.
- Ichsanul Amal. 2012. *Teori –Teori Mutakhir Partai Politik*. Tiara Wacana : Yogyakarta
- Junaedi. 2013. *Komunikasi Politik*. Startegi Politik di Indonesia. Universitas Negeeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Joni. 2020. Definisi Pilkada. Pengertian Pilkada. Kepulauan Riau.
- Kusumadmo. 2013. . Strategi Politik. *Definisi Umum Pengertian Strategi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

- M. Mahmud. 2017. *Politik Hukum Indonesia*. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Indonesia. Jakarta.
- Mauludiana. 2010. *Memahami Startegi Politik Dalam Pilkada Serentak*. Strategi Umum Politik . Jawa Tengah.
- Mutiara. 2014. *Kampanye Dalam Pilkada. Definisi Kampanye Politik*. Universitas Negeri Alauddin Makassar. Sulawesi Selatan.
- Nurdiansyah. 2018. Skripsi Suaib Nupir. *Strategi Pemenangan Fahmi-Massiera dan Lukman Pada Pilkada Tahun 2015*. Kabupaten Majene.
- Nimmo. 2012. *Politik Dalam Media Massa. Definisi Media Massa*. Wilayah II Margahayu. Bandung.
- Nursal. 2004. *Contoh- Contoh Model Kampanye*. Memahami Model Kampanye Politik. Fakultas Ilmu Politik. Jakarta Barat.
- Peter Scholder. 2008. *Teori Startegi Politik*. Strategi Politik Dalam Kampanye. Jerman Friedpiech-Naumann.
- Raden. 2011. *Pengertian Pilkada Secara Umum. Apa Yang di Maksud Pilkada*. Jl.Pulomas Barat. Kota Jakarta.
- Suryanti. 2011. *Startegi Pemasaran Dalam Dunia Politik. Arti Pemasaran Dalam Pilkada*. Universitas Negeri Medan. Medan.
- Sriwahyuni. 2013. *Pengertian Strategi Dan Tujuan Strategi*. Jenis-Jenis Strategi. Jln. Setia Budi. Lampung.
- Sugiarto. 2018. *Fenomena Calon Tunggal Dalam Pilkada*. Dasar-Dasar Ilmu . Jurusan Ilmu Politik. Jakarta.
- Saudi. 2020. *Strategi Pemanfaatan Media Massa Dalam Dunia Polittk. Media Cetak Dalam Strategi Pilkada*. Jawa Timur.
- Scholder. 2009. *Macam-Macam Strategi Politik. Pengertian Ofensif dan Defensif*. Jerman Friedrich-Naumann.
- Utomo. 2018. *Kebijakan Penyelenggaraan Pilkada. Definisi Target Dalam Pasar Pilkada*. Sumatra.
- Wamma. 2015. *Apa Saja Pemanfaatan Media Massa Dalam Pilkada. Media Elektronik Dalam Politik*. Yogyakarta.

3. Skripsi

- Dewi Shinta Lestari. (2022). *Analisis Kemenangan Periode Kedua Aras Tammauni Di Kabupaten Mamuju Tengah Tahun 2022*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin, Filsafat, Dan Politik, UIN Alauiddin Makassar 2022.
- Suaib Napir. (2015). *Strategi Pemenangan Fahmi Massiar –Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2015 di Kabupaten Majene*. Universitas Negeri Makassar 2015.
- Ayyatullah Al-Fitrah. (2020). *Fenomena Calon Tunggal Pada Pilkada di Kabupaten Sumbawa Tahun 2020*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Mataram.
- Reni Apriani. (2018). *Strategi Pemenangan Calon Herman Deru dan Mawardi Yahya Pada Pilkada Sumatera Selatan 2018*. Universitas PGRI Palembang.
- Erni Yulita. (2013). *Strategi Kampanye Calon Independen Pasangan Mumung Marthasmita dan Taufik Faturohman MUFAKAT Pada Pilkada Kota Tasikmalaya Tahun 2013*. Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya.