

LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Strategi Pemenangan Pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin Pada Pilkada  
Kabupaten Banjarnegara Tahun 2017

Nama : Siska Widya Ningrum

NIM : 14401241032

Prodi : Pendidikan Kewarganegaraan



Reviewer

Halili, M.A.  
NIP. 197805142006041004

Yogyakarta, 29 Juni 2018  
Pembimbing

Dr. Sunarso, M.Si.  
NIP 196005211987021004

Rekomendasi Pembimbing :

1. Dikirim ke Journal Student
- ② Dikirim ke Jurnal Civics
3. Dikirim ke Jurnal lain

## Strategi Pemenangan dan Marketing Politik Pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin Pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara Tahun 2017

### *The Winning Strategy and Political Marketing on Budhi Sarwono and Syamsudin in the Election of Regional Head (Pilkada) in Banjarnegara District 2017*

Siska Widya Ningrum dan Dr. Sunarso, M.Si

[14401241032@student.uny.ac.id](mailto:14401241032@student.uny.ac.id)

[siska254fis@student.uny.ac.id](mailto:siska254fis@student.uny.ac.id)

Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum– Fakultas Ilmu Sosial –Universitas Negeri Yogyakarta

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemenangan dan strategi marketing politik pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan subjek penelitian menggunakan purposive yang terdiri atas tim sukses dan partai pengusung. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Divalidasi dengan triangulasi sumber data, dan dianalisis mengikuti teknik interaktif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemenangan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017 diantaranya: (1) Survei lapangan mengetahui permasalahan dan kebutuhan yang ada di masyarakat, serta untuk mengetahui sosok pemimpin yang diharapkan oleh masyarakat; (2) Membangun koalisi partai yang terdiri dari partai-partai besar yaitu Golkar, PPP dan Demokrat, serta membentuk tim pemenangan yang terdiri dari tim inti, tim relawan dan tim srikandi; (3) Pemetaan atau memetakan daerah untuk mengidentifikasi karakteristik dari setiap wilayah; (4) Kampanye simpatik dilakukan dengan dialog antara calon pasangan dengan masyarakat, dan dilakukan berbagai kegiatan seperti jalan santai, dan *Bissa fun festival* yang disasarkan untuk kaum muda atau pemilih pemula; (5) Mengenali lawan sedekat mungkin dengan mencari kelebihan dan kekuatan lawan berdasarkan SWOT analisis; (6) Saluran atau media yang digunakan oleh pasangan meliputi: stiker, pamflet, umbul-umbul, spanduk, baliho, facebook, instagram dan twitter.

**Kata Kunci:** *Pilkada, Marketing Politik*

#### ABSTRACT

*This study aims to describe the winning strategy and political marketing strategy on Budhi Sarwono and Syamsudin in the Election of Regional Head (Pilkada) in Banjarnegara District 2017. The research adopted descriptive qualitative approach. Purposive technique was used for determining the subject of the research, by successful team and the staging party. Interview and documents methods were used to collect the data. Data source triangulation techniques was used in data validation, and analyzed the data with interactive technique analysis by data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. The results of this study indicate that the winning strategy on Budhi Sarwono and Syamsudin in the Election of Regional Head (Pilkada) in Banjarnegara District 2017, are: (1) The used of field survey method for determining the problems, the society requirement, and for knowing the figure of the leader based on what the society expected; (2) Created a coalition of parties that consisted of major parties; Golkar, PPP and democrats, and created a winning team that consisted of the main team, volunteer team and srikandi team; (3) By mapped or area mapping for identifying the characteristics of every region; (4) Sympathetic campaigned by dialogue among the prospective partners and the society, and held various of activities such as leisure, and the Bissa fun festival that were targeted for young people or the beginner voters; (5) Recognized the opponent as close as possible by looking for the opponent's strengths based on the SWOT analysis; (6) Channeled or media used by the pair include: stickers, pamphlets, banners, billboards, facebook, instagram and twitter.*

**Keywords:** *Election of Regional Head (Pilkada), Political Marketing*

## PENDAHULUAN

Reformasi 1998 telah merubah sistem tatanan kehidupan kebangsaan yang lebih membebaskan warga negara untuk berpartisipasi dalam membangun kehidupan bangsa dan negara. Di mana sebelumnya pada masa orde baru kebebasan warga negara yang sangat dibatasi ruang geraknya sehingga pemerintah terlihat cenderung otoriter. Sistem pemerintahannya pun bersifat sentralistik terpusat pada pemerintah pusat. Pemerintah daerah hanya menjalankan perintah yang diberikan oleh pemerintah pusat tanpa diberi kewenangan untuk mengelola sendiri pemerintahan daerahnya.

Adanya UU RI Nomor 32 Tahun 2004 sebagai pengganti UU Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah menandakan lahirnya Pilkada langsung di Indonesia. Sebelum adanya UU ini pemilihan kepala daerah dipilih dan ditentukan oleh anggota DPRD. Untuk mendukung lebih lanjut pelaksanaan Pilkada secara teknis, pemerintah kemudian melebarkan lembaran negara berupa: 1) Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 Tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, 2) Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2005 Tentang Perubahan Pertama atas PP Nomor 6 Tahun 2005, serta 3) Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2007 tentang Perubahan Kedua atas PP Nomor 6 Tahun 2005.

Surahmadi (2016: 92) menjelaskan bahwa Pilkada merupakan proses rekrutmen politik, yaitu penyelesaian rakyat terhadap tokoh-tokoh yang mencalonkan diri sebagai kepala daerah, baik gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati, ataupun walikota/wakil walikota. Arifulloh (2015: 302) Pilkada merupakan upaya untuk *local accountability*, *political equity* dan *local responsiveness*. Batawi (2013: 35) mendefinisikan Pilkada sebagai proses pergantian kepala daerah dan wakil daerah yang sah diakui hukum, serta momentum bagi rakyat untuk secara langsung menentukan pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah sesuai dengan aspirasi/keinginan mereka.

Herry (2005: 10) mengatakan filosofis penyelenggaraan Pilkada sesungguhnya bentuk konkret dari pelaksanaan kedaulatan rakyat. Sebagai bentuk kedaulatan rakyat maka Pilkada seyogianya mesti menempatkan rakyat (pemilih) sebagai variabel paling strategis. Dengan demikian, siapapun calon kepala daerah yang ingin bersaing memperebutkan kursi terhormat tersebut mau tidak mau harus memposisikan pemilih sebagai subjek. Bukan sebaliknya mengeksploitasi rakyat dengan janji-janji kosong.

Pilkada langsung dipastikan membuka ruang partisipasi politik rakyat untuk mewujudkan kedaulatan dalam menentukan pemimpin di daerah. Tujuan ideal Pilkada langsung antara lain terpilihnya kepala daerah yang terpercaya, memiliki kemampuan, kepribadian, dan moral yang baik. Idealnya, kepala daerah terpilih adalah orang-orang yang berkenan di hati rakyat, dikenal dan mengenal daerah, serta memiliki ikatan emosional kuat terhadap rakyat (Prihatmoko, 2008: 172).

Pada tanggal 15 Februari 2017 sebagai tanggal yang bersejarah bagi daerah-daerah di Indonesia yang menyelenggarakan Pilkada secara serentak. Khususnya di Kabupaten Banjarnegara Provinsi Jawa Tengah sebagai salah satu daerah dari 101 daerah yang menyelenggarakan Pilkada (pemilihan Bupati dan Wakil Bupati). Di Kabupaten Banjarnegara terdapat tiga pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati yang terdaftar di KPUD Kabupaten Banjarnegara. Ketiga pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati tersebut, yaitu:

1. Drs. H Supeno, M.Si dan Nur Heni Widayanti.
2. H.Wahyu Krisnanto, SE dan Drs. H.Saeful Muzad, MM.
3. Budhi Sarwono dan H. Syamsudin, S.Pd, M.Pd.

Berdasarkan hasil rekapitulasi dan penetapan perhitungan suara tingkat Kabupaten dari 20 Kecamatan di Kabupaten Banjarnegara menetapkan calon urutan nomor tiga Budi Sarwono-Syamsudin yang diusung oleh partai Golkar, PPP dan Demokrat sebagai pemenang dengan jumlah suara 285.117 atau

54,16 %. Sebagai pemenang Pilkada Kabupaten Banjarnegara periode 2017-2022 pasangan nomor urut 3 Budhi Sarwono dan Syamsudin atau disebut dengan pasangan Bissa bukanlah orang baru dalam pemilihan kepala daerah di Banjarnegara, karena keduanya sudah pernah mencalonkan diri sebagai kepala daerah pada tahun sebelumnya. Kedua calon pasangan tersebut pada pemilihan Bupati Banjarnegara pada tahun 2011 mengalami kekalahan dengan pasangannya masing-masing.

Pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017 muncul isu SARA seperti bahasa-bahasa ABC (Asal Bukan China) yang ditujukan untuk Budhi Sarwono yang merupakan seorang mualaf dan keturunan Tiong Hoa. Meskipun demikian nyatanya tidak mampu mempengaruhi keinginan pemilih untuk tepat memberikan dukungan kepada pasangan ini.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini hendak mendeskripsikan strategi pemenangan yang diterapkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017 dan strategi marketing politik yang diterapkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Moleong (2007: 6) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Kabupaten Banjarnegara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Maret 2018.

### Subjek Penelitian

Penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive. *Purposive* merupakan teknik penentuan subjek penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu bahwa subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui permasalahan pada penelitian ini. Subjek penelitian adalah informan dimana peneliti darinya mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, yang dalam hal ini adalah: ketua/anggota tim sukses, ketua/anggota partai pengusung (Golkar, PPP dan Demokrat).

### Prosedur

Setelah mendapatkan data dari hasil penelitian dengan tim sukses, partai pengusung maka perlu dipersiapkan data untuk dianalisis. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut: a) mengolah dan mempersiapkan data. b) membaca keseluruhan data. c) menganalisis data lebih detail dengan mengecek data dari beberapa sumber. d) menyajikan data dalam bentuk narasi/laporan kualitatif.

### Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan dalam bentuk semi terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan oleh peneliti sebelumnya. teknik wawancara dilakukan untuk menggali informasi tentang strategi pemenangan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam memenangkan pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017.

Dokumentasi bersumber dari data-data pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin, tim sukses, KUPD Banjarnegara, partai pengusung dan instansi Pemerintah yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumen yang diperlukan penelitian ini, yaitu profil kandidat, lembaran visi-misi dan program-program yang ditawarkan kepada masyarakat, surat pernyataan dukungan dari partai pengusung, rekapitulasi suara, poster

kampanye dan dokumen lain yang masih mendukung penelitian ini.

### **Teknik Analisis Data**

Langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, kategorisasi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Ketiga data tersebut dideskripsikan, dikategorikan, dipandang mana yang sama dan mana yang berbeda, dan mana spesifik dari ketiga data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut (Sugiono, 2016: 125).

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **A. Strategi Pemenangan Pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin Pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017.**

#### **1. Survei Lapangan**

Strategi pertama yang dilakukan untuk memenangkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin adalah dengan survei lapangan untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan masyarakat serta untuk mengetahui sosok pemimpin yang diharapkan oleh masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh tim sukses pasangan Bissa menunjukkan bahwa masyarakat Banjarnegara menginginkan perubahan terutama pada pembangunan jalan, karena pada saat itu kondisi jalan di Banjarnegara banyak yang rusak parah dan masyarakat Banjarnegara menginginkan pemimpin yang dapat membuat perubahan tersebut.

Survei lapangan digunakan oleh tim sukses untuk merumuskan visi-misi serta program kerja pasangan Bissa. Visi: "Banjarnegara Bermartabat dan Sejahtera". Misi: a) mewujudkan tata kehidupan masyarakat yang tertib, aman, damai dan demokratis. b) mewujudkan kualitas penyelenggaraan pemerintahan berdasarkan konsep tata kelola pemerintahan yang baik. c)

mewujudkan sistem perencanaan pembangunan daerah yang berkesinambungan dan berbasis pada pengembangan ekonomi kerakyatan. d) mewujudkan tata kelola keuangan daerah yang efektif, efisien, produktif, transparan dan akuntabel dengan tenaga profesional. e) mewujudkan kemartabatan dan kesejahteraan masyarakat. Serta program unggulan yang dibawa pasangan Bissa adalah pembangunan infrastruktur jalan.

### **2. Membangun Koalisi Partai dan Membentuk Tim Pemenangan**

Berbekal pengalaman pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara Tahun 2011 Budhi Sarwono yang maju melalui jalur independen dan Syamsudin hanya melalui satu partai mendapatkan kekalahan, maka pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017 pasangan Bissa berhasil menyakinkan beberapa partai politik untuk mendukungnya. Ada tiga partai yang mendukung pasangan bissa yaitu Golkar, PPP, dan Demokrat dengan jumlah kursi di parlemen sejumlah 15 kursi.

Tim sukses pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin terdapat tim inti atau sebagai tangan kanannya pasangan Bissa yang memiliki peran sangat penting Tim inilah yang dikomandoni oleh Kedy Affandi yang hanya terdiri dari tiga orang saja bertugas sebagai penanggung jawab seluruh kegiatan pemenangan. Semua tim pemenangan berada dibawah satu komando dan satu koordinator tim ini termasuk koalisi partai.

Dibentuknya tim relawan yang terdiri dari simpatisan pendukung pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin sebagai perpanjangan tangan dari tim sukses. Tim relawan inilah yang akan bersinggungan langsung dengan masyarakat dan berperan dalam melakukan propaganda terhadap masyarakat sehingga masyarakat memiliki penilaian yang positif terhadap kandidat yang diusung.

Dalam melebarkan sayapnya tim sukses pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin juga membentuk tim srikandi. Tim Srikandi adalah sebuah tim yang diketuai oleh ibu Lasmi Indaryani yang merupakan putri sulung dari bapak Budhi Sarwono dan semua anggotanya diisi oleh

kaum perempuan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan tim srikandi ini di khususkan untuk perempuan. Adanya kesetaran gender ini yang mendasari dibentuknya tim srikandi. Selain itu dibentuknya tim Srikandi bertujuan untuk memberdayakan kaum perempuan dan untuk mengetahui harapan dari kaum perempuan.

### 3. Mapping atau Pemetaan Wilayah

Mapping digunakan untuk mengetahui karakteristik dan kebutuhan setiap wilayah, karena pada dasarnya masing-masing kelompok masyarakat memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda-beda. Adanya mapping atau pemetaan wilayah untuk mengetahui daerah-daerah yang subur, kritis dan berpotensi. Di daerah-daerah tersebut diadakan kegiatan sosialisasi dan bermacam-macam kegiatan dalam rangka memperkenalkan calon pasangan dan lebih menyakinkan masyarakat dalam menjatuhkan pilihannya. Hasil dari mapping atau pemetaan wilayah oleh tim sukses pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dijadikan sebagai bahan untuk membuat pola pencarian suara yang dilakukan oleh tim sukses

### 4. Kampanye Simpatik

Pasangan Bissa menamai kampanyenya dengan sebutan kampanye simpatik karena kendaraan yang digunakannya dihias dengan unik agar lebih menarik perhatian masyarakat. Dalam kampanye simpatik dilakukan secara dialogis terjadi interaksi tanya jawab antara calon pasangan dengan masyarakat, dengan demikian menjadikan calon pasangan lebih dekat dengan masyarakat.

Kampanye simpatik pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin tidak hanya menyangkut masyarakat pada umumnya melainkan juga lebih khususnya pada kawula muda atau pemilih pemula. Agar terkesan sebagai pemimpin yang peduli dan perhatian dengan anak-anak muda pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin menyelenggarakan kegiatan Bissa Fun Festival tepat pada saat ulang tahunnya Budhi Sarwono yang ke 54 diselenggarakan pada hari minggu tanggal 27 November 2016 pukul 07.00 wib sampai selesai di Golden Ball Room Surya Yudha

Park yang dihadiri sekitar kurang lebih 300 anak-anak muda. Acara Bissa Fun Festival diselenggarakan untuk lebih memperkenalkan pasangan bissa pada anak-anak muda. Kegiatan Bissa Fun Festival dilaksanakan dengan menampilkan beberapa acara yang sedang hits di kalangan anak-anak muda, seperti Colour Fun Dj, Mannequin Challenge, Festival Band dan Bazar Distro dan UMMKM lokal Banjarnegara.

### 5. Mengenal Lawan Sedekat Mungkin

Strategi yang dilakukan oleh tim sukses pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin adalah dengan mengenali lawan sedekat mungkin. Dalam melakukan pendekatan mengenali lawan pasangan perlu berhati-hati dalam bertindak, menghindari sikap menjelek-jelekan lawan atau meremehkan lawan. Karena dengan menjelek-jelekan lawan belum tentu akan mengurangi citra lawan dimasyarakat bisa sebaliknya justru dapat menjadi bomerang sendiri bagi pasangan tersebut. Meremehkan lawan menunjukkan bukti bahwa pasangan tersebut tidak mengenal secara dekat lawan. Hal ini bisa membuat lepas kontrol pasangan yang dapat menjadi kontraproduktif sendiri bagi pasangan. Mengetahui kelemahan dan kekurangan lawan memang penting namun tidak selalu harus dimunculkan dipublik secara vulgar. Dengan menjelek-jelekan lawan dapat memunculkan permusuhan yang dapat meningkatkan emosi dan menurunkan rasionalitas gerakan. Penurunan rasionalitas menyebabkan bangunan strategi sehingga memunculkan sikap reaksioner belaka. Untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan lawan digunakan dengan menggunakan analisis SWOT.

### 6. Saluran atau media

Dalam penyebaran informasi mengenai visi-misi, program kerja untuk lebih memperkenalkan calon pasangan pada masyarakat luas diperlukan sarana dan prasarana dalam proses kampanye, yakni berupa saluran atau media. Beragam media yang digunakan oleh pasangan bissa adalah stiker, pamflet, umbul-umbul, spanduk dan baliho yang menggambarkan diri mereka. Saluran atau media ini digunakan selama proses kampanye. Kemenangan pasangan

bissa didukung oleh sarana dan prasarana yang ada.

Selain menggunakan pamflet, umbul-umbul, spanduk dan baliho juga melalui media sosial yang digunakan pasangan Bisa adalah facebook dengan alamat: Budhi Sarwono Wing Chin, Syamsudin, Banjarnegara BISSA Media Center. Instagram dengan alamat: @budhisarwonowingchin, @syamsudin7, @banjarnegarabissa. Twitter dengan alamat: @BudhiSarwono, @pak\_syam, @Bissa Center.

## **B. Strategi Marketing Politik Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam Perspektif**

Marketing politik sebagai disiplin cabang ilmu baru dalam bidang ilmu politik yang mengajarkan bagaimana partai politik atau kandidat dalam merencanakan produk politiknya yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Nursal (2004: 23) menjelaskan pada dasarnya marketing politik adalah serangkaian aktivitas terencana, strategis tapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih. Kemenangan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin pada pemilihan umum kepala daerah Banjarnegara tahun 2017 jika dianalisis dengan strategi marketing politik yang diungkapkan oleh Firmanzah (2008) sebagai berikut.

### **1. Produk**

Produk politik pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin yang dibuat salah satunya adalah slogan “Kolaborasi untuk Perubahan” dan jargon “Bissa” dengan lambang kepalan tangan yang artinya semangat untuk melakukan perubahan. Sedangkan produk politik yang berupa platform atau program kerjanya dapat terlihat dari visi-misinya yang bertema perubahan untuk Banjarnegara yang lebih maju dan lebih baik. Salah satu yang menjadi program unggulan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin yaitu pembangunan infrastruktur jalan.

### **2. Promosi**

Promosi yang dilakukan oleh pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin

diantaranya dengan melakukan pendekatan langsung pada masyarakat. Bentuk pendekatan langsung yang dilakukan yaitu dengan kampanye dialog antara kandidat dengan masyarakat, memantapkan konsolidasi dan penguatan tim yang dilakukan dirumah-rumah tokoh-tokoh masyarakat, sosialisasi massa yang dilakukan di balai desa, mengadakan Bissa Fun Fest, mengisi pengajian di desa-desa, melakukan kegiatan sosial dengan mengadakan pengobatan gratis di beberapa desa. Disamping itu terdapat juga promosi khusus yang dilakukan tim srikandi dalam memperkenalkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin pada kalangan ibu-ibu dengan cara mengajarkan keterampilan kepada ibu-ibu.

Promosi yang dilakukan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin juga dilakukan dengan menyebar pamflet, memasang umbul-umbul, banner dan spanduk. Dalam menambahkan jangkauan yang lebih luas promosi dilakukan melalui media seperti Suara Banyumas, Radar Banyumas, Satelit Post, BMS TV dan Radio Suara Banjarnegara serta media sosial lainnya seperti facebook, instagram dan twitter.

### **3. Harga**

Harga politik adalah sebagai salah satu hal yang sangat penting dalam marketing politik. Karena didalam pembuatan produk politik maupun promosi pasti dibutuhkan biaya. Besar kecilnya biaya tergantung kebutuhan semasa Pilkada. Biaya yang dikeluarkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017 sebesar Rp.3.696.282.500. Sumber dana tersebut berasal dari kantong pribadi Budhi Sarwono. Dana tersebut diakui cukup untuk membiayai selama kegiatan Pilkada Banjarnegara 2017.

Sementara biaya psikologi pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin ialah terbentuknya citra Budhi Sarwono yang keturuhan China dan seorang mualaf sangat peduli dengan anak yatim piatu dan Syamsudin yang seorang tokoh agama dianggap orang yang religius. Dengan image baik yang melekat pada kedua pasangan tersebut sehingga dapat diterima dari

berbagai kalangan etnik yang ada di Banjarnegara.

#### 4. Tempat

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi institusi politik dan cara berkomunikasi partai politik atau kandidat dengan pemilih. Dalam penentuan tempat seorang kandidat memerlukan perhitungan yang matang. Pemilihan tempat ini yang nantinya akan dijadikan basis pendukung. Pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin pemilihan tempat distribusi politiknya dilakukan dengan mapping atau pemetaan wilayah terbelah dahulu. Pemetaan ini bertujuan untuk pembagian tugas kepada tim pemenangan dan partai koalisi.

Pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dari pembahasan peneliti sangat jelas dimana kedua pasangan Bissa melakukan distribusi politiknya, pasangan bissa mengincar tempat pada masyarakat kalangan menengah ke bawah, orang jompo, yatim piatu, orang cacat, tokoh-tokoh masyarakat, tokoh-tokoh agama, dan anak-anak muda atau pemilih pemula.

#### SIMPULAN

Hasil penelitian menghasilkan beberapa simpulan penting bahwa strategi pemenangan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banjarnegara dilakukan dengan: a) survei lapangan mengetahui permasalahan dan kebutuhan yang ada di masyarakat, serta untuk mengetahui sosok pemimpin yang diharapkan oleh masyarakat. b) membentuk koalisi partai yang terdiri dari partai-partai besar yaitu Golkar, PPP dan Demokrat, serta membangun tim pemenangan yang terdiri dari tim inti, tim relawan dan tim srikandi. c) mapping atau pemetaan wilayah di gunakan untuk mengetahui karakteristik setiap wilayah. d) Kampanye simpatik dilakukan dengan dialog antara calon pasangan dengan masyarakat, dan dilaksanakan berbagai kegiatan seperti jalan santai, dan bissa fun festival yang disasarkan untuk kaum muda atau pemilih pemula. e) mengenali lawan sedekat mungkin dengan mencari kelebihan dan kekuatan lawan berdasarkan SWOT analisis. f) saluran atau media yang

digunakan oleh pasangan bissa meliputi: stiker, pamflet, umbul-umbul, spanduk dan baliho, facebook, instagram dan twitter.

Strategi marketing politik yang dilakukan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin sebagai berikut: a) produk politik dibuat adalah slogan “Kolaborasi untuk Perubahan” dan jargon “Bissa”, visi-misinya yang bertema perubahan untuk Banjarnegara yang lebih maju dan lebih baik, program unggulan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin yaitu pembangunan infrastruktur jalan. b) promosi dilakukan dengan kampanye dialog antara kandidat dengan masyarakat, mengadakan Bissa Fun Fest, promosi khusus yang dilakukan tim srikandi dalam memperkenalkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin pada kalangan ibu-ibu dengan cara mengajarkan keterampilan kepada ibu-ibu. c) harga berkaitan biaya yang dikeluarkan pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin pada Pilkada Kabupaten Banjarnegara tahun 2017 sebesar Rp.3.696.282.500. d) pasangan bissa mengincar tempat pada masyarakat kalangan menengah ke bawah, orang jompo, yatim piatu, orang cacat, tokoh-tokoh masyarakat, tokoh-tokoh agama, dan anak-anak muda atau pemilih pemula.

#### SARAN

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut.

1. Strategi pemenangan yang dilakukan oleh pasangan Budhi Sarwono dan Syamsudin sudah cukup baik, namun tetap perlu dilakukan evaluasi kekurangan dan kelebihannya agar kedepannya menjadi lebih baik lagi.
2. Calon pasangan sebaiknya dilibatkan dalam pembuatan produk politik yang akan ditawarkan pada masyarakat dan partai koalisi lebih menggerakkan kader-kadernya untuk ikut dalam mempromosikan produk politik yang dibawa calon pasangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Firmanzah. (2008). *Marketing politik antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Herry, Achmad. (2005). *9 kunci sukses tim sukses dalam pilkada langsung*. Yogyakarta: Galang Press.

Moleong, J Lexy. (2004). *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Prihatmoko, J, Joko. (2008). *Mendemokratiskan pemilu dari sistem sampai elemen teknis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2016). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Nursal, Ahman. (2004). *Political marketing, strategi memenangkan pemilu sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPD, presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal:

Arifuloh, Ahmad. (2016). Pelaksanaan pilkada serentak yang demokratis, damai, dan bermartabat. *Jurnal Pembaharuan Hukum*: Volume 3, Nomor 3. Diakses pada tanggal 24 Juni 2018 pukul 06.15 wib dari <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/PH/article/view/1376>.

Batawi, J, W. (2013). Tingkat kesadaran politik pemilih pemula dalam pilkada suatu refleksi school - based democracy education (studi kasus pilkada kabupaten halmahera timur provinsi maluku utara tahun 2010). *Jurnal UNIERA Vol 2 Nomor 2*. Diambil pada tanggal 24 Juni 2018, Pukul 06.00 wib dari [http://journal.uniera.ac.id/pdf\\_repository/juniera47-qictag4zp5jqlzvdkccvc-nnz.pdf](http://journal.uniera.ac.id/pdf_repository/juniera47-qictag4zp5jqlzvdkccvc-nnz.pdf).

Surahmadi. (2016). *Strategi pemenangan politik pasangan idza-narjo dalam Pilkada kabupaten brebes periode 2012-2017*. *Jurnal Politika*, Vol. 7, No. 2. Diambil pada tanggal 8 Desember 2017 pukul 09.22 wib dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/15187>.