

Fakhira Khairaini

by Fakhira Khairaini Fakhira Khairaini

Submission date: 01-Apr-2024 09:24AM (UTC+0700)

Submission ID: 2336425612

File name: File_Akhir_Skripsi_Fakhira_Khairaini_2010413113.docx (4.11M)

Word count: 22334

Character count: 148565



STRATEGI PEMENANGAN MELAWAN *INCUMBENT*:

**STUDI KASUS KEMENANGAN IR. H. HENDY SISWANTO–M. BALYA
FIRJAUN SEBAGAI BUPATI DAN WAKIL BUPATI JEMBER PADA
PILKADA JEMBER 2020**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik

Nama : Fakhira Khairaini

NIM : 2010413113



**PROGRAM STUDI ILMU
POLITIK FAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**STRATEGI PEMENANGAN MELAWAN *INCUMBENT*: STUDI KASUS
KEMENANGAN IR. H. HENDY SISWANTO–M. BALYA FIRJAUN
SEBAGAI BUPATI DAN WAKIL BUPATI JEMBER PADA PILKADA
JEMBER 2020**

FAKHIRA KHAIRAINI

ABSTRAK

3 Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana proses strategi pemenangan yang dilakukan oleh pasangan calon terpilih Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun pada Pilkada Jember 2020 melawan *incumbent* dengan menggunakan teori marketing politik dan kampanye politik. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi kepustakaan dan wawancara/*in-depth interview* dengan subjek penelitian. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis yaitu penyajian data, verifikasi data, reduksi data, dan triangulasi untuk memastikan keaslian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam Pilkada Jember 2020 menyoroti strategi kampanye yang efektif, menangani isu-isu relevan seperti pertanian melalui program Desa Cerdas. Dengan memanfaatkan latar belakang politik mereka, mereka menyesuaikan kampanye dengan pandemi COVID-19, meningkatkan partisipasi pemilih dan antusiasme. Keberhasilan mereka mencerminkan bukan hanya kampanye yang efektif tetapi juga fokus pada isu-isu penting dan respons yang tangkas terhadap tantangan. Kemenangan ini mencerminkan antusiasme masyarakat untuk demokrasi dan menjanjikan perubahan positif untuk Jember. Meskipun dihadapkan pada tantangan di masa depan, kemenangan mereka membuka jalan bagi transformasi yang konstruktif, menekankan pentingnya kampanye strategis dan responsibilitas terhadap kebutuhan sosial.

Kata kunci: Strategi Pemenangan, *Incumbent*, Kampanye Politik, Pilkada Jember 2020.

**WINNING STRATEGY AGAINST INCUMBENT: A CASE STUDY OF
THE VICTORY OF IR. H. HENDY SISWANTO–M. BALYA FIRJAUN AS
REGENT AND VICE REGENT OF JEMBER IN THE 2020 JEMBER
LOCAL ELECTIONS**

FAKHIRA KHAIRAINI

ABSTRACT

This research aims to analyze and understand the winning strategy process undertaken by the elected candidates Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun in the Jember Regional Election 2020 against the incumbent, utilizing political marketing theory and political campaign. The method used is descriptive qualitative. Data collection techniques include literature study and in-depth interviews with research subjects. Researchers employ four stages of analysis: data presentation, data verification, data reduction, and triangulation to ensure data authenticity. The research results indicate that the victory of Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun in the Jember Regional Election 2020 highlights effective campaign strategies, addressing relevant issues such as agriculture through the Smart Village program. Leveraging their political background, they adapted campaigns to the COVID-19 pandemic, increasing voter turnout and enthusiasm. Their success reflects not only effective campaigning but also focusing on crucial issues and agile responses to challenges. This victory reflects public enthusiasm for democracy and promises positive change for Jember. Despite future challenges, their victory paves the way for constructive transformation, emphasizing the importance of strategic campaigns and responsibility towards social needs.

Keywords: Winning Strategy, Incumbent, Political Campaign, Jember Regional Election 2020.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah swt, yang mana telah memberikan kesehatan dan karunia-Nya kepada peneliti serta kekuatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **Strategi Pemenangan Melawan Incumbent: Studi Kasus Kemenangan Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun Sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember Pada Pilkada Jember 2020**. Tidak lupa peneliti mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung, terutama dan teristimewa dipersembahkan kepada dosen pembimbing yaitu **Abdul Ghofur, S.S, M.I.P.** dan kedua orang tua yang senantiasa memberikan didikan, materi serta doa yang selalu di panjatkan pada Allah swt kepada peneliti. Penelitian ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Peneliti berharap, dengan adanya penelitian ini dapat menambah referensi para pembaca secara khusus Mahasiswa Ilmu Politik dan secara umum bagi kalangan umum.

Jakarta, 10 November 2023



Fakhira Khairaini

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Penelitian	11
I.4 Manfaat Penelitian	11
I.5 Sistematika Penelitian	12
I.6 Batasan Permasalahan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1 Marketing Politik	15
II.2 Kampanye Politik	21
II.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
III.1 Objek Penelitian	28
III.2 Jenis Penelitian	29
III.3 Teknik Pengumpulan Data	29
III.4 Sumber Data	31
III.5 Teknik Analisis Data	32
III.6 Tabel Rencana Waktu	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
IV.1 Peta Politik Kabupaten Jember pada Pilkada tahun 2020	35
IV.2 Jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten Jember	36
IV.3 Profil Pasangan Calon Pilkada Kabupaten Jember 2020	37
IV.4 Fenomena Rendahnya Elektabilitas Pasangan Calon	40
IV.5 Strategi Pemenangan Pasangan Calon	41
IV.6 Faktor Kemenangan dari <i>Background</i> Wakil Bupati Sebagai Anak Guru Besar NU & Pemilik Pesantren	80

IV.7 Naiknya Elektabilitas Pasangan Calon Karena Telah Melaksanakan Kampanye	81
IV.8 Kemenangan Pasangan Calon No Urut 2 (Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun)	82
BAB V PENUTUP.....	90
V.1 Kesimpulan	90
V.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Proses 4P Marketing Politik.....	15
Tabel 2. Perbedaan Kampanye Pilkada dan Kampanye Politik.....	25
Tabel 3. Kerangka Pemikiran	26
Tabel 4. Tabel Rencana Waktu.....	34
Tabel 6. Garis Kemiskinan, Indeks Kedalaman Kemiskinan dan Indeks Keparahan Kemiskinan	47
Tabel 7. Peningkatan Angka Pengangguran di Kabupaten Jember	55
Tabel 8. Tagline / Slogan “Wes Wayahe Mbenahi Jember”	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentase Total Suara Pilkada Kabupaten Jember Tahun 2020 ...	4
Gambar 2. Peta Kabupaten Jember	35
Gambar 3. Bupati Kabupaten Jember	38
Gambar 4. Wakil Bupati Kabupaten Jember	39
Gambar 5. Elektabilitas Pasangan Calon Pilkada Jember 2020	40
Gambar 6. Jumlah Suara Partisipasi Masyarakat	41
Gambar 7. Struktur Tim Pemenangan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun...	42
Gambar 8. Struktur Tim Pemenangan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun...	43
Gambar 9. Persentase Penduduk Miskin Kabupaten Jember.....	46
Gambar 10. Peningkatan Angka Kemiskinan Kabupaten Jember 2020	50
Gambar 11. Alat Peraga Kampanye Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun	58
Gambar 12. Permasalahan Utama di Kabupaten Jember	59
Gambar 13. Tingkat Pengenalan Paslon Melalui Media Massa	65
Gambar 14. Pelaksanaan Kampanye Door to Door.....	67
Gambar 15. Disalokasi Kuota CPNS di Kabupaten Jember	72
Gambar 16. Pelaksanaan Debat Pilkada Kabupaten Jember 2020.....	73
Gambar 17. Potensi Alam di Kabupaten Jember	74
Gambar 18. Alat Peraga Kampanye Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun	77
Gambar 19. Ungkapan Kekecewaan Pada Pemerintahan Incumbent	84

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara demokrasi mengizinkan para warganya baik secara langsung ataupun tidak langsung berhak untuk menyalurkan suara. Ruang demokrasi ini terbentuk di Indonesia semenjak turunnya rezim Soeharto pada tahun 1998. Munculnya reformasi merupakan salah satu tanda bahwa Indonesia menjadi negara yang menghargai hak-hak warga negaranya, terutama dalam hal berpolitik yaitu memilih dan dipilih. Seperti halnya dengan pemilihan kepala daerah yang dilaksanakan secara langsung ini bersumber dari adanya ketidakpuasan dalam proses pemilihan kepala daerah (pilkada) khusus yang sebelumnya dilakukan oleh wakil rakyat daerah. Sejak tahun 2005, pemilihan kepala daerah (pilkada) ini diselenggarakan secara langsung di Indonesia sehingga memberikan peluang tinggi bagi setiap warga Indonesia dalam menentukan pemimpin yang sesuai dengan hati nuraninya.

Disahkannya Undang-undang (UU) Nomor 01 Tahun 2015 mengenai Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti dari Undang-Undang (UU) Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang- Undang (UU), tentunya berhasil mengubah tentang tata cara pemilihan kepala daerah (pilkada) (UU Nomor 1 Tahun 2015., n.d.). Ketentuan akan pemilihan kepala daerah (pilkada) yang pada awalnya ditunjuk oleh Dewan Perwakilan Daerah (DPRD) mengalami perubahan menjadikan dipilih langsung oleh rakyat. Kepala Daerah beserta wakilnya dipilih dalam satu/tunggal pasangan calon (paslon) yang akan dilaksanakan secara Luberjurdil (langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil)³. Maka dari itu, pemilihan Gubernur, Bupati maupun Walikota berada pada tangan rakyat yang nantinya diselenggarakan secara langsung dan serentak oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Proses pemilihan kepala daerah (pilkada) ini meliputi beberapa kandidat yang akan mencalonkan untuk mendapatkan kedudukannya

sebagai pemimpin, tentunya hal ini melahirkan adanya situasi antara pasangan calon dengan lawannya. Dalam pilkada, hampir keseluruhan pasangan calon baru akan dihadapkan oleh *incumbent*. Seringkali didapati bahwa *incumbent* selalu terpilih karena sudah menjabat dalam periode sebelumnya dan memiliki latar belakang di daerah tempat mereka mencalonkan. Hal ini dikarenakan, selain mempunyai dukungan dari beberapa jaringan terkait dan mesin politik yang memiliki power, *incumbent* memiliki citra yang baik sebagai pejabat/aktor yang populer di mata masyarakat. *Incumbent* ini telah memiliki keunggulan tersendiri dibanding calon penantang, mulai dari segi ketenaran, image/citra, penguasaan opini rakyat, kesiapan finansial, proses rekrutmen tim sukses, strategi pemenangan, dan pemahaman terhadap karakteristik masyarakat (Erlita, n.d.). Kelebihan-kelebihan tersebut dinilai dapat meningkatkan skala kepercayaan dari masyarakat sehingga dapat memperoleh suara kembali ketika mencalonkan diri pada periode pilkada selanjutnya.

Pemilihan kepala daerah (pilkada) yang dilaksanakan di Jawa Timur ini meliputi 16 Kabupaten dan 3 Kota dengan total 44 pasangan calon. Terdapat 3 pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati yang telah memenuhi kriteria pada pemilihan kepala daerah (pilkada) tahun 2020 di Kabupaten Jember, diantaranya:

- a. Pasangan calon Bupati-Wakil Bupati (Faida-Dwi Arya Nugraha)
Pasangan calon ini berkontestasi melalui jalur perseorangan dengan berbekal 146.687 total dukungan. Faida yang merupakan incumbent yaitu merupakan Bupati Jember periode 2015-2020. Pada pilkada 2020, Faida menggandeng Dwi Arya Nugraha yang merupakan seorang pengusaha dalam sektor Kesehatan di Jember.
- b. Pasangan calon Bupati-Wakil Bupati (Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun)
Pasangan calon ini berangkat oleh lima partai politik pengusung yakni Partai Nasdem, Gerindra, PKS, PPP, dan Partai Demokrat. Hendy Siswanto yang diketahui awalnya sebagai seorang PNS yang kemudian beralih sebagai pengusaha di Kabupaten Jember. Sementara, M.Balya Firjaun yang sempat menjadi anggota DPRD Jember ini

merupakan seorang Kyai dari kalangan NU (Nahdlatul Ulama) dan merupakan anak dari tokoh besar NU (Nahdlatul Ulama) yaitu Alm. KH Achmad Siddiq.

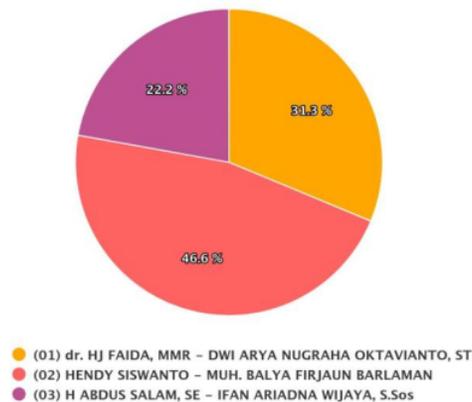
- c. Pasangan calon Bupati-Wakil Bupati (Abdussalam-Ifan Ariadna Wijaya)
Pasangan calon ini diusung oleh enam partai politik yakni Partai PDIP, PAN, PKB, Perindo, Golkar, dan Partai Berkarya. Abdussalam yang dikenal sebagai pengusaha properti di Kabupaten Jember ini menggandeng Ifan Ariadna Wijaya yang merupakan seorang mantan jurnalis tv nasional di Jakarta (Wahyunik, 2020).

Namun terdapat fenomena menarik dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) Kabupaten Jember tahun 2020, diketahui perolehan hasil suara dimenangkan oleh pasangan calon nomor urut 02 yaitu (Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun). Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) perolehan suara pada pukul 08:00 Wib sudah mencapai 99,89% dari total keseluruhan yaitu 4.752 Tempat Pemungutan Suara (KPU Kabupaten Jember, 2020). Pasangan calon nomor urut 02 yaitu Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun mampu mengalahkan 2 kandidat pasangan calon lainnya dengan perolehan suara mencapai 490.148 suara atau 46,6%. Berbeda dengan 2 pasangan calon lainnya yakni nomor urut 01 (Faida- Dwi Arya Nugraha) yang memperoleh suara sebanyak 329.039 suara atau 31,3% dan pasangan calon nomor urut 03 yakni (H.Abdus Salam-Ifan Ariadna Wijaya) yang hanya memperoleh suara sebanyak 233.238 atau 22,2%. Pasangan calon dengan nomor urut 01 (Faida-Dwi Arya Nugraha) maju secara *independent*, berbeda dengan halnya pasangan calon dengan nomor urut 02 (Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun) yang didampingi koalisi partai Nasdem, Gerindra, Demokrat, PKS, dan PPP. Sedangkan pasangan calon nomor urut 03 (H.Abdus Salam-Ifan Ariadna Wijaya) didampingi oleh koalisi partai Golkar, PDIP, PKB, Perindo, PAN, dan Partai Berkarya (Tribunnews, 2020).

Hal menarik lainnya karena diketahui bahwa PKB & PDIP merupakan 2 partai terbesar di Kabupaten Jember dengan masing-masing memperoleh 8 kursi parlemen. Sejarah untuk pertama kalinya pasangan calon yang diusung oleh PDIP kalah dalam kontestasi pilkada di Kabupaten Jember. Dengan total

daftar pemilih tetap (DPT) yang telah ditetapkan oleh KPU dalam pilkada Kabupaten Jember ini memperoleh 1.825.386 dan 1.052.425 hasil suara. Jumlah DPT di Kabupaten Jember ini berkurang dibandingkan pada DPT Pilkada 2015 yang memperoleh 1.892.345 dengan sebanyak 980.448 suara (Widarti, 2020).

Gambar 1 Presentase Total Suara Pilkada Kabupaten Jember Tahun 2020



Sumber: KPU Kabupaten Jember

Setelah melihat fenomena menarik diatas, maka diperlukan adanya strategi pemenangan dalam pemilihan kepala daerah (pilkada). Salah satunya dengan marketing politik yang merupakan sebuah upaya terencana yang akan dipergunakan untuk menyusun, memasarkan, mendistribusikan produk politiknya kepada masyarakat dengan cara meyakinkan bahwa produk politiknya yang lebih unggul. Dalam marketing politik terdapat 4P (*product, promotion, price, place*). Marketing politik juga berperan sebagai transmisi pesan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi sedemikian rupa sehingga masalah yang diselesaikan dengan jenis komunikasi ini dapat mengikat warga dengan kontrak yang ditetapkan oleh institusi yang ditentukan secara politis (Firmanzah, 2008). Marketing politik ini dapat berupa beberapa media, antara lain seperti saluran radio, siaran televisi, media sosial, baliho, selebaran, ataupun spanduk yang dipasang dibeberapa titik daerah pilihannya. Karena

dengan asumsi bahwa dengan melakukan marketing politik ini bisa menjadi jembatan kemenangan pasangan calonnya. Tidak terkecuali di Kabupaten Jember yang pada tahun 2020 yang juga menyelenggarakan pilkada. Tidak mudah untuk penantang dapat melawan *incumbent*, karena pastinya mereka memiliki rekam jejak yang dapat dipelajari secara empiris dalam catatan ataupun praktik dan dikatakan bahwa mengalahkan *incumbent* bisa menjadi sesuatu yang sangat sulit dalam proses pilkada Kabupaten Jember tahun 2020.

Proses strategi yang dilakukan pasangan calon nomor urut 02 (Ir.H.Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun) dalam melawan *incumbent* dengan marketing politik ini menjadi fokus penelitian. Pemilih atau masyarakat turut ikut dalam proses pemilihan kepala daerah (pilkada) yang menjadi kunci utama dalam suatu proses pemenangan dari pasangan calon terpilih. Pemilihan kepala daerah (pilkada) ini dapat menjadi tolak ukur keberhasilan proses demokrasi di Indonesia, karena seluruh lapisan masyarakat ikut berpartisipasi menentukan sikap terhadap situasi pemerintahan di daerahnya. Dengan adanya pemilihan kepala daerah (pilkada) ini struktur pemerintahan dapat dinilai dari bagaimana sistem demokrasi itu berlangsung. Banyak cara telah dilakukan demi menunjang keberhasilan proses demokrasi, baik secara konvensional seperti kampanye hingga secara modern melalui media massa yang dikemas menjadi iklan, jingle, dan promosi dalam bentuk lainnya (Sandewi, 2018). Dalam proses promosi politik sangat membutuhkan adanya komunikasi, karena merupakan sebuah strategi yang diyakini dapat mempengaruhi wawasan publik, tindakan politik, hingga tingkat kepercayaan publik. Berjalannya perkembangan tentang studi komunikasi dalam dunia politik, lahirlah sebuah konsentrasi kajian baru yang disebut dengan “marketing politik” atau lebih sering disebut sebagai cara bagaimana kita menjual produk agar laku di masyarakat (Firmanzah, 2008).

Dalam marketing politik tentunya akan melaksanakan proses kampanye, kampanye ini merupakan salah satu hal penting dalam setiap pemilihan umum, termasuk pada pemilihan kepala daerah (pilkada). Karena dalam proses masa kampanye yang berlangsung selama 14 hari dan berakhir

dalam 3 hari sebelum proses pemungutan suara (Novia, 2020). Pasangan calon kepala daerah beserta tim sukses berusaha memperkenalkan diri, visi-misi, dan program kerja apabila terpilih. Keterbatasan akan waktu pelaksanaan kampanye yang diberikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) memaksa para pasangan calon beserta tim suksesnya untuk dapat menyiapkan strategi kampanye yang strategis dan efektif. Di masa sekarang ini, media massa termasuk kedalam strategi kunci karena memiliki kedudukan tertinggi sebagai sarana komunikasi politik yang digunakan dalam kampanye politik.

Kampanye politik selalu menjadi perbincangan hangat dan menjadi sorotan bagi setiap pasangan calon dalam setiap pemilihan umum. Disadari atau tidak, pendekatan marketing menggunakan kampanye politik diterapkan untuk menyampaikan pesan politiknya kepada para pemilih. Pemilihan kepala daerah (pilkada) yang dilaksanakan secara langsung dan serentak di Kabupaten Jember ini merupakan forum akuisisi kekuasaan. Mengingat karena proses rekrutmen politik, yaitu proses seleksi oleh rakyat untuk memilih orang-orang yang nantinya akan menduduki jabatan sebagai Bupati dan Wakil Bupati. Aktor yang terlibat dalam sistem pemilihan kepala daerah (pilkada), yaitu rakyat, partai politik, dan pasangan calon kepala daerah. Yang membedakan pilkada tahun 2020 dengan tahun sebelumnya di Kabupaten Jember adalah adanya kekalahan pasangan calon *incumbent* yang maju pada pilkada di Kabupaten Jember.

Mengenai penelitian ini, tentunya harus melihat dari beberapa penelitian terdahulu, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Chelsa Jelita Sandewi (2018) dengan judul “Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon Hasanuddin – Anton Amanah (Hasanah) (Studi Kasus Kampanye Politik Dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018) yang mana peneliti melalui pendekatan kualitatif dan menggunakan studi kasus. Penelitian mengenai strategi kampanye politik tim pemenangan mengidentifikasi proses yang dilakukan dari persiapan hingga pengamatan hasil. Selanjutnya, tim pemenang merencanakan, membuat, dan mempromosikan konten, yang merupakan implementasi dari penyebaran konten. Selama proses ini, beberapa tantangan muncul, mulai dari

penggunaan media sosial yang belum mencapai semua target sasaran, tantangan dari aplikasi Twitter sendiri, dan tantangan dari khalayak pengguna Twitter (Sandewi, 2018).

Penelitian lain oleh Thaibah dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Akmal Ibrahim Pada Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi metode komunikasi politik yang digunakan oleh pemenang dalam Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017 serta peluang dan hambatan yang dihadapi oleh tim pemenang dalam Pilkada tersebut. Pembahasan pada penelitian menunjukkan bahwa dilakukan dalam empat tahap: mendengar, mengajak, bicara, dan menang. Sebelum pilkada 2017, keempat tahapan tindakan ini diterapkan pada tahun pemenangan Pasangan Akmal Ibrahim, SH, dan Muslizar MT dari tim pemenang melakukan empat tahapan aksi pemenangan pemilu. Mereka menggunakan strategi komunikasi politik yang meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Hampir semua calon menggunakan media karena peran pentingnya dalam pemilu legislatif 2017. Selama periode ini, visi dan misinya juga menarik perhatian masyarakat petani, sehingga akan sangat masuk akal untuk menjelaskan programnya (Thaibah, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Aprilio Cendana Putra dengan judul “Strategi pemenangan H. Mahmud Abdullah & Dewi Noviany menjadi Bupati dan Wakil Bupati terpilih dalam Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Sumbawa”. Dalam penelitian ini, sistem pemilu saat ini dipengaruhi oleh reformasi yang telah dilakukan di Indonesia. Pertemuan sering terjadi selama proses penentuan pemimpin, terutama di daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara Dr. H. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd., M.Pd. menang sebagai penguasa terpilih dan penguasa alternatif dalam Pilkada serentak Kabupaten Sumbawa tahun 2020. Sementara itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Adman Nursal (2004) tentang strategi pemasaran politik H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany S.Pd., M.Pd. pada Pilkada yang baik dan tertib di Kabupaten Sumbawa tahun 2020, yang mendapat dorongan yang besar dari banyak orang

dan pemimpin penting di Kabupaten Sumbawa dan Provinsi. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek dari strategi kemenangan pasangan Drs. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd., M.Pd sebagai pemimpin Kabupaten Sumbawa dalam tim suksesnya (Putra, 2020).

Penelitian lain yang diangkat oleh Rahma Ismi Novia dengan judul “Strategi Kampanye Politik Pasangan Joko Widodo (Jokowi)-KH. Ma’ruf Amin dalam Pemilihan Presiden pada tahun 2019 di Twitter“ pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif melalui teknik paradigma konstruktivis. Penelitian ini menjadikan bagian media sosial sebagai fokus utama dalam strategi tim kampanye pasangan Joko Widodo (Jokowi)-KH. Ma’ruf Amin dan pasangan Joko Widodo (Jokowi) ini berada posisi sebagai subjek, sedangkan strategi dalam kampanye politik pasangan Joko Widodo (Jokowi)-KH. Ma’ruf Amin di Twitter ini memiliki posisi sebagai objek (Novia, 2020).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Khairunnisa Maulida, Hertanto, dan Robi Cahyadi Kurniawan dalam jurnal “Strategi pemenangan pasangan calon Eva Dwiana-Deddy Amarullah dalam Pemilihan kepala daerah tahun 2020“ diketahui penelitian tersebut berfokus pada sistem strategi yang dilakukan oleh pasangan calon (Eva Dwiana-Deddy Amarullah) yang sumber pendukungnya terletak pada sumber daya serta strategi kelembagaan di daerahnya. Membahas sumber daya yang dimaksudkan disini adalah sumber tenaga yang dimaksud adalah (partai pengusung, seluruh tim pendukung & pemenangan), dan sumber keuangan yang dimaksud adalah anggaran yang dikeluarkan oleh pasangan calon dinilai paling besar dibandingkan oleh pasangan calon lain. Sedangkan strategi kelembagaan yang dimaksud adalah partai politik, tim relawan, majelis taklim yang dikelola langsung oleh Eva Dwiana, masyarakat dan lembaga swadaya(Maulida et al., 2021).

Terkait pembahasan diatas, diketahui bahwa dalam memenangkan pemilihan kepala daerah (pilkada) ini harus memerlukan strategi pemenangan didalamnya. Strategi pemenangan disini harus disusun secara sistematis, efektif, dan strategis. Terlebih lagi dalam penelitian yang diangkat disini

tentang bagaimana strategi yang tepat dalam melawan *incumbent*. Pasangan calon lawan diharuskan untuk dapat menghimpun dukungan serta kepercayaan dari masyarakat Kabupaten Jember yang dinilai tidak mudah. Karena selain membutuhkan berbagai cara yang tepat, diperlukan juga program kerja yang dapat menjadi jembatan antara keinginan masyarakat kepada pasangan calon terpilih nanti. Pasangan calon lawan diminta mampu menampilkan dan membangun citra positif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sebagai calon pemimpin baru, sehingga memberikan perbedaan yang jelas apabila dibandingkan dengan pesaingnya (Thaibah, 2018).

Pasangan calon lawan harus menampilkan suatu nilai jual yang menjadikannya sebagai keuntungan bagi dirinya dan tim pemenangannya. Bagi seluruh pasangan calon, kampanye politik menjadi salah satu permasalahan yang dinilai cukup substansial dalam proses kemenangan dalam memikat simpati masyarakat. Kampanye politik ini secara keseluruhan memiliki peran untuk mempengaruhi para pemilih dan masyarakat dalam menentukan pilihannya. Kebanyakan para pemimpin dalam kemenangannya karena mereka menggandeng beberapa konsultan politik hingga biro iklan dalam upaya membangun strategi yang tepat dalam kampanye (Erlita, n.d.). Marketing politik ini selalu mengedepankan aspek tentang pemahaman mengenai visi, misi serta program kerja berkelanjutan agar dapat membekas dalam benak masyarakat. Sehingga kondisi tersebut menimbulkan kesadaran, pengetahuan, serta perilaku positif dalam dunia politik. Dalam hal ini, proses kampanye politik merupakan upaya yang masuk dalam proses marketing politik.

Maka dari itu, dari penelitian sebelumnya memiliki perbedaan yang sangat jelas karena pada fokus penelitian yang mendominasi hanya pada pasangan calon saja, tidak adanya keterlibatan *incumbent* dalam penelitiannya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya bahwa diketahui hasil akhir dari penelitian pilkada Kabupaten Jember tahun 2020 ini menunjukkan bahwa pasangan calon dengan nomor urut 02 (Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun) mampu mengalahkan *incumbent* dengan perolehan total suara

pasangan calon dengan nomor urut 01 (Faida-Dwi Arya) yang mendapatkan 329.039 (31,3%) suara. Pasangan calon dengan nomor urut 02 (Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun) dengan memperoleh suara 490.148 (46,6%).² Pasangan Calon nomor urut 03 (H.Abdus Salam-Ifan Ariadna Wijaya) yang memperoleh suara 233.238 (22,2%). Jumlah suara sah mencapai 1.052.425 dan jumlah suara tidak sah sebanyak 17.562 (Tribunnews, 2020).

Selalu ada tujuan yang ingin dicapai dalam menerapkan strategi kemenangan.³ Pencapaian tujuan tersebut tentunya tidak hanya dilakukan melalui tindakan yang seadanya, tetapi harus didasarkan pada tindakan yang telah terorganisir secara sistematis oleh tim kemenangan pasangan calon dalam menghadapi *incumbent* yang menjadi modal informasi kepada publik dan masyarakat dalam proses pelaksanaan strategi kemenangan yang dilakukan sedemikian rupa (Sandewi, 2018). Hal ini dimaksudkan agar pasangan calon lawan dapat memenangkan pemilihan kepala daerah (pilkada) di Kabupaten Jember 2020. Namun, apabila melihat dari realita yang ada, maka dengan bangga peneliti melakukan penelitian tentang “Strategi Pemenangan Melawan *Incumbent*: Studi Kasus Kemenangan Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun Sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember Pada Pilkada Jember 2020”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka peneliti menemukan masalah diatas fenomena menarik pada pilkada Kabupaten Jember tahun 2020, yaitu pasangan calon baru Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun yang berhasil memenangkan pilkada Kabupaten Jember tahun 2020 melawan *incumbent*. *Incumbent* yang dikenal sebagai aktor dengan popularitas tinggi dibuktikan dengan sejumlah penghargaan, salah satunya Tokoh Nasional Berdedikasi untuk Kesehatan di Kabupaten Jember serta peduli pada isu-isu yang berkaitan dengan hak asasi manusia (HAM) dengan program kerja *sustainable development goals* (SGD) harus menerima kekalahan dalam kontestasi pilkada Kabupaten Jember tahun 2020. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengungkap

strategi pemenangan yang dilakukan serta faktor apa saja yang dapat mendukung terjadinya pemenangan pasangan calon Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam Pilkada Jember 2020. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti mengangkat pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan pasangan calon Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun melawan *incumbent* dalam pilkada Kabupaten Jember tahun 2020?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti mengangkat tujuan dari penelitian ini yakni menganalisis dan memahami bagaimana proses Strategi Pemenangan yang dilakukan oleh pasangan calon terpilih Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun pada Pilkada Jember 2020 melawan *Incumbent*.

I.4 Manfaat Penelitian

Untuk manfaat dalam penelitian ini, peneliti membagi dalam 2 bagian manfaat penelitian, yaitu:

a. Manfaat Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai perencanaan SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) dalam proses strategi pemenangan. Sehingga, perencanaan strategi dapat memberikan gambaran secara penuh mengenai arah tujuan yang ingin dicapai (visi dan misi), apa hal yang menjadi tujuan, serta alasan tentang eksistensi mengenai tim strategi pemenangan pilkada tersebut. Sehingga dalam proses ini diharapkan dalam menghasilkan hasil akhir yang dapat diukur, dan sejauh mana hasil dari upaya yang berhasil dilakukan oleh tim pemenangan pasangan calon terpilih dalam mencapai tujuan utamanya. Penelitian ini diharapkan mampu memperlihatkan beberapa cara dalam mengembangkan strategi pilihan atau jalan alternatif yang dapat membantu memperkaya tujuan ilmiah dalam marketing politik dan kampanye politik khususnya mengenai strategi pemenangan dalam pemilihan kepala daerah (pilkada).

b. Manfaat Secara Praktis

a. Mahasiswa dan Masyarakat

Sebagai kajian pengetahuan khususnya pada studi ilmu politik yang berkaitan langsung dengan kepemimpinan. Dijelaskan dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) terdapat strategi pemenangan dalam melawan *incumbent* melalui media kampanye apa saja yang memiliki berkaitan langsung dengan kampanye politik dan marketing politik. Dan juga diharapkan dapat berguna untuk seluruh lapisan masyarakat ataupun pembaca dalam menambah wawasan dan referensi keilmuan mengenai marketing politik dalam bidang ilmu politik.

b. Pasangan Calon Kandidat

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi seluruh calon kepala daerah yang akan bertarung dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) di daerahnya, dan juga dapat dijadikan rujukan atau batu loncatan bagi siapapun yang ingin mencalonkan diri dalam pemilihan kepala daerah (pilkada), khususnya yang menyangkut dengan strategi pemenangan yang dilakukan melalui marketing politik dan kampanye politik. Tentunya dapat dijadikan sebagai acuan untuk pasangan calon lawan dalam kemenangan melawan *incumbent* pada pemilihan kepala daerah (pilkada) periode berikutnya.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab ini, peneliti menguraikan secara jelas, rinci, dan sistematis yang memuat tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian yang terdiri dari tujuan praktis dan tujuan teoritis, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat praktis dan manfaat akademis, sistematika penelitian, dan

batasan penelitian. Bab ini berfokus pada inti dan subjek dari masalah yang akan diinvestigasi secara mendalam oleh peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, peneliti akan menguraikan tinjauan kepustakaan yang digunakan dalam penelitian, antara lain ialah konsep dan teori penelitian yang berperan sebagai alat atau kerangka kerja untuk menjelajahi dan mendapatkan pemahaman mendalam tentang permasalahan yang telah dinyatakan dalam tugas akhir. Konsep dan teori ini dapat disesuaikan dan dikembangkan agar sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan. Kedua yakni kerangka pemikiran yang dimulai dengan merinci gambaran keseluruhan dan mengikuti proses berpikir dari rumusan masalah hingga mencapai hasil dan temuan penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti menguraikan enam tahapan metode penelitian, antara lain ialah objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data, dan tabel rencana waktu.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi skripsi disampaikan oleh peneliti dibahas dalam beberapa bab. Bagian ini juga nantinya akan memuat uraian, penjabaran, atau analisis yang dilakukan oleh peneliti. Penjabaran yang dimaksud akan secara keseluruhan mencakup mulai dari pendahuluan, penjabaran hingga ditutup dengan

kesimpulan yang akan dijelaskan secara terperinci oleh peneliti.

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA Peneliti akan menguraikan dalam penelitian ini berbagai sumber referensi, seperti buku, jurnal, media, dan referensi lainnya, sesuai dengan panduan penelitian APA Style.

I.6 Batasan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, peneliti menekankan adanya batasan masalah yang terletak pada penelitian ini. Penekanannya hanya berfokus kepada tahapan-tahapan strategi pemenangan yang dilakukan oleh pasangan calon Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam melawan *incumbent*. Pemenangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keberhasilan calon independen dalam memenangkan pilkada Kabupaten Jember tahun 2020 secara sistematis dan jelas, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang dilakukan pasangan calon Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam mensosialisasikan visi, misi dan agenda yang disampaikan kepada masyarakat untuk memenangkan pemilihan kepala daerah (pilkada). Karena mengingat fenomena ini baru terjadi sepanjang sejarah pilkada di Kabupaten Jember. Sehingga presentase kemenangan yang akan didapat pun sangat sulit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Marketing Politik

Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian awal, penelitian ini menggunakan kerangka teori marketing politik untuk memahami dan menganalisa setiap data yang ditemukan. Teori marketing politik ini sangat cocok disandingkan dengan penelitian ini karena dapat menganalisis strategi yang dapat memenangkan pasangan calon baru dalam melawan *incumbent* pada pilkada Kabupaten Jember tahun 2020. Dalam situasi persaingan politik ini, setiap aktor politik memerlukan pendekatan strategis yang tepat untuk memenangkan persaingan (Firmanzah, 2008). Dalam dunia politik, kemenangan diukur dengan keberhasilan dalam kontestasi pemilihan umum, seperti pilpres, pilkada, atau pileg. Salah satu metode terbaik untuk menang dalam pemilihan umum adalah dengan pendekatan marketing ini. Ada empat komponen (4P) dalam membentuk makna politik diantaranya *product, promotion, price, & place* dapat digambarkan sebagai berikut (Firmanzah, 2008):

Tabel 1. Proses 4P Marketing Politik



Sumber: (Firmanzah,2008)

A. *Product*

Product/produk yang dijabarkan merupakan hal yang memiliki arti kompleks, produk politik disini tidak hanya ditentukan oleh beberapa karakteristik partai, namun juga ditentukan oleh pemahaman pemilih dalam memerankan fungsinya dalam memahami dan mengimplementasikan sebuah produk politik. Ada 3 kategori dalam membagi produk politik yaitu, *platform partai*, *past record*, & *personal characteristic*. Berdasarkan data yang diperoleh melalui beberapa situs berita, diketahui bahwa pasangan calon terpilih (Ir. H. Hendy Siswanto- M. Balya Firjaun) memiliki program kerja yang dijadikan sebagai produk dalam berkampanye di daerah pemilihannya. Diantaranya membangun karakter yang baik dan peduli dengan melakukan pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) di Kabupaten Jember dengan mendirikan 15 pengrajin batik dalam bisnis pribadinya (Grapadinews, 2019). Ini merupakan tahap awal bagaimana produk politik dalam membangun citra, simbol, dan kredibilitasnya (Firmanzah, 2008).

B. *Promotion*

Promotion/promosi merupakan upaya periklanan untuk bisa mempengaruhi masyarakat. Kandidat atau pasangan calon disini bisa melakukan kerja sama dengan konsultan politik dan agen periklanan untuk bisa membangun slogan, jargon ataupun jingle yang nantinya akan ditampilkan kepada masyarakat. Diluar itu, pemilihan media yang akan digunakan harus dipertimbangkan terlebih dulu, karena tidak semua media tepat untuk melakukan promosi produk politik. Media yang digunakan harus memiliki efektifitas yang tinggi dalam mentransfer pesan politik. Diantaranya televisi, radio, media cetak, billboard, baliho dan jingle yang dipercaya dapat menjamin efektifitas pesan politik yang akan disampaikan. Seperti halnya promosi yang dilakukan oleh pasangan calon terpilih (Ir. H. Hendy Siswanto- M.Balya Firjaun)

dengan slogan “Wes Wahaye Mbenahi Jember” yang berarti sudah waktunya membenahi Jember dengan berprinsip pada Sinergi, Kolaborasi dan Akselerasi dalam membangun Jember (Grapadine³ews, 2019). Media promosi lainnya juga dapat berupa lambang, simbol, dan bendera partai yang nantinya disebar melalui pamphlet, umbul-umbul dan poster/selebaran selama masa kampanye.

C. *Place*

Place/penempatan ini berarti kampanye politik harus mencapai seluruh lapisan masyarakat. Setiap pasangan calon harus dapat menggambarkan struktur masyarakat dan preferensi pemilih secara geografis, demografis, dan lainnya. Dalam pemetaan kampanye politik, grafis harus disesuaikan dengan konsentrasi penduduk di wilayahnya. Dalam kampanye politik, demografi harus dikategorikan berdasarkan usia, tingkat pekerjaan, pendidikan, kelas sosial, agama, etnis, dan pemahaman mereka tentang politik. Keberpihakan pemilih, seperti yang ditunjukkan oleh beberapa pemilih, bergantung pada partai yang mereka pilih, serta kemungkinan golput atau tidak memilih. Pendekatan baik dilakukan Ir. H. Hendy Siswanto secara geografis yaitu sangat memahami kekayaan dan potensi Kabupaten Jember. Berhasil melakukan pengoptimalan aset sehingga terjadi peningkatan pendapatan warga dan penciptaan lapangan kerja baru. Mengingat pengalamannya di berbagai proyek, Ir. H. Hendy Siswanto dianggap memberikan sumbangsih berupa kenaikan nilai ekonomi Kabupaten Jember setiap tahun (Grapadine³ews, 2019).

D. *Price*

Price/harga tidak hanya berbicara soal ekonomi, melainkan mencakup banyak hal mulai dari psikologis hingga citra nasional. Harga disini memiliki arti seberapa banyaknya biaya yang telah dikeluarkan oleh setiap pasangan calon selama periode kampanye. Meliputi dari biaya periklanan, publikasi, biaya organisasi tim kampanye hingga

biaya rapat akbar. Harga psikologis yang dimaksudkan adalah jika para pemilih lebih merasa nyaman jika latar belakang pasangan calon tersebut sesuai dengan keinginannya, mulai dari etnis, agama, pendidikan dan lain sebagainya. Sedangkan harga citra nasional ialah jika para pemilih merasa bahwa pasangan calon yang ia sukai yang menciptakan citra positif di lingkungannya. Seperti yang dilakukan Ir. H. Hendy Siswanto dalam masa kampanye menyebut dirinya ingin menjadi pemimpin yang “tak muluk-muluk” dengan membawa misi “Menciptakan perubahan yang lebih baik di Jember dan memaksimalkan potensi yang ada di Jember. Serta menjadikan Jember lebih maju dari kabupaten tetangga” (Grapadinews, 2019). Ada beberapa hal lain yang menjadi fokus utama selama masa kampanye agar pesan politik yang disampaikan dapat menjadi faktor pendukung kemenangannya, diantaranya *push marketing*, *pull marketing*, & *pass marketing* (Pito et al., 2019):

1. *Push Marketing*

Usaha atau upaya yang digunakan agar produk politik yang ditawarkan dapat berinteraksi langsung dengan cara eksklusif atau personal. *Push marketing* ini memiliki 4 kelebihan yaitu:

1. Dapat mengarahkan para pemilih menuju pada suatu tingkat yang bersifat kognitif, sehingga upaya tersebut jauh berbeda karena melihat adanya kontak langsung dari pasangan calon kepada para pemilihnya. Cara ini sangat berbeda apabila dibandingkan dengan bentuk kampanye lainnya.
2. Memberikan ruang interaksi langsung secara verbal maupun non-verbal yang dilaksanakan dari dua arah. Seperti tampilan visual, ekspresi wajah, bahasa tubuh hingga kontak isyarat lainnya.
3. Tidak menciptakan adanya kesenjangan antara para pemilih dan pasangan calon
4. Dapat meningkatkan partisipasi dan antusiasme massa

2. *Pull Marketing*

Strategi yang sering kali digunakan oleh pasangan calon dalam proses kampanye, yaitu dengan menggunakan penyampaian pesan secara elektronik melalui media massa. Strategi ini mempunyai kelebihan dalam operasionalnya karena dianggap efektif mengingat hampir seluruh masyarakat di Indonesia menggunakan mobile internet. Dan strategi ini diyakini dapat membobardir pesan politik kepada masyarakat untuk mengefektifkan pemenangan dalam pilkada. Dalam pendekatan ini, setidaknya ada 5 hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. *Konsistensi pesan politik.*
Bahwa setiap tim sukses pasangan calon harus senantiasa menjaga produk politiknya agar produk politik atau pasangan calon yang diusungnya tetap berada dalam jangkauan kontrol
- b. *Efisiensi biaya*
Setiap pemasangan iklan dalam media diharuskan tetap dalam batas wajar
- c. *Momentum/Timing*
Dalam masa kampanye, setiap pasangan calon diberikan kesempatan untuk melontarkan visi misi maupun program kerja jika mereka terpilih. Hal ini tentunya harus dalam waktu terbaik agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.
- d. *Pengemasan*
Strategi yang digunakan hendaknya dikemas dengan beberapa struktur, format dan sumber diantaranya, pesan yang disampaikan, unsur visual serta siapa dan bagaimana dalam proses penyampaian pesan.
- e. *Kontrol Ekspresi*
Dalam masa kampanye politik, rasa optimisme dari setiap

pasangan calon harus stabil dan terjaga sampai akhir periode kampanye. Upaya ini dilakukan agar menciptakan rasa percaya diri setiap pasangan calon untuk bisa memenangkan dalam prosesi pemilihannya

3. *Pass Marketing*

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh beberapa pihak luar yang memiliki pengaruh besar terhadap para pemilih. Pengaruh/*Influencer* dibagi kedalam 2 jenis yakni aktif dan pasif. *Influencer* aktif bisa berupa perorangan/kelompok yang diminta oleh tim sukses pasangan calon untuk melakukan kegiatan secara langsung dalam mempengaruhi para pemilih. *Influencer* aktif ini diantaranya aktivis atau kelompok yang mengangkat isu tertentu yang akan disampaikan secara *soft selling* maupun *hard selling* kepada para pemilih, dengan tujuan agar para pemilih tidak memilih pasangan lawannya (Firmanzah, 2008). Sedangkan *Influencer* pasif ialah individu/kelompok yang tidak memiliki keharusan dalam mempengaruhi para pemilih secara langsung. Namun, *Influencer* pasif ini bekerja sebagai aktor rekomendasi para pemilih, diantaranya selebriti, organisasi sosial, organisasi massa, dan para tokoh yang memiliki pengikut dan tentunya menjadi panutan masyarakat.

Marketing politik juga dianggap dapat membantu pasangan calon politik membuat produk politik, seperti isu dan program kerja. Masalah dalam dunia politik terjadi karena minim pengamanannya yang menjadikan lebih terbuka dan mudah diakses, sehingga tidak kebal terhadap persaingan (Deuze, 2020). Selama periode pemilihan umum, persaingan ini terjadi untuk memperebutkan hati pemilih, yang memilih kandidat berdasarkan pendapat mereka sendiri. Filosofi marketing ini bermanfaat memberikan garis besar tentang cara menerapkan ilmu marketing dalam dunia politik, karena dasar ilmu ini adalah

mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan stakeholder. Marketing politik berbeda dari marketing komersial karena berfokus pada cara partai atau kandidat politik dapat merancang program yang relevan dengan masalah dunia nyata. Marketing politik adalah bagian penting dari demokratisasi. Partai politik di negara-negara maju menggunakan kekuatan pemasaran mereka untuk menarik sebanyak mungkin pemilih. Berbagai metode yang sebelumnya eksklusif untuk dunia bisnis kini masuk ke dunia politik (Firmanzah, 2008).

Marketing politik merupakan konsep yang berkelanjutan dan harus terus dilakukan oleh suatu partai politik atau kandidat politik untuk membangun kepercayaan dan citra publik. Membangun kepercayaan dan citra ini hanya dapat dilakukan melalui hubungan jangka panjang dan tidak hanya pada saat kampanye pemilu (Firmanzah, 2008). Marketing politik harus dipertimbangkan secara holistik bahwa marketing politik lebih dari sekadar komunikasi politik. Penerapan marketing politik pada tahap pembentukan partai politik bukan hanya tentang kampanye politik, tetapi juga tentang tahap di mana produk politik diformulasikan melalui pembangunan gambar, simbol, dan program yang ditawarkan (Firmanzah, 2008).

II.2 Kampanye Politik

Kampanye politik adalah momentum penting dalam setiap ajang pemilihan politik. Faktanya kampanye politik menjadi alat komunikasi dominan antara politisi dengan publik. kampanye politik sering digunakan oleh kandidat politik tidak hanya untuk mempengaruhi keputusan memilih, namun juga sering dipakai oleh partai politik, kelompok kepentingan dan individu yang mau mempengaruhi opini publik dari sebuah isu nasional yang mempengaruhi perhatian publik (Rice & Atkin, 2013). Dalam kampanye politik, dimana kandidat menukar kepemimpinan politik dengan suara pemilih, kampanye politik menjadi alat pragmatis yang digunakan kandidat untuk berkomunikasi dengan pemilih agar lebih superior dibandingkan dengan lawannya.

Meskipun disadari kegiatan kampanye dalam pemilihan umum seringkali disebut sebagai kegiatan yang mahal, pemborosan dan menyita banyak waktu dan energi, kampanye tetap menjadi bagian penting dalam proses demokrasi keterpilihan. Kampanye merupakan momen poin penting dalam politik (Sides & Haselswerdt, 2018), karena dalam kampanye dapat mendekatkan para pemilih dengan pasangan calon yang akan menjadi pemimpin atau perwakilan politik. Kampanye politik penting karena dalam proses kampanye kita diberikan kebebasan untuk secara aktif berpartisipasi memilih calon pemimpin kita. Calon pemimpin kita menawarkan diri dan program yang diusung melalui kampanye. Kampanye memberikan kesempatan kepada diri kita untuk menentukan bagaimana kepentingan kita dapat diakomodasi dari tawaran program-program kandidat. Adanya kesempatan untuk mempertemukan kebutuhan pemilih dengan penawaran program yang bisa dijadikan solusi dari kandidat ketika memimpin. Kampanye lebih dari sekadar bagian dari pemilihan umum karena merupakan ekspresi politik warga negara yang ingin dipilih maupun yang akan memilih (Rice & Atkin, 2013).

Ada beberapa unsur kampanye diantaranya: pertama, usaha yang disengaja; kedua, bertujuan untuk memberikan informasi, persuasi dan memotivasi perubahan tingkah laku; ketiga, biasanya tidak memiliki tujuan mencari keuntungan yang diperuntungkan untuk individual atau kelompok masyarakat tertentu; kelima, biasanya memiliki batasan waktu; keenam, komunikasi dilakukan secara terorganisir; ketujuh, biasanya didukung oleh interpersonal (Rice & Atkin, 2013). Kampanye merupakan kegiatan mempunyai tujuan yang spesifik dan jelas dan jangka waktu yang terbatas. Proses kampanye politik diawali dari pencetus kampanye yang berkaitan dengan partai politik, pemerintah, perusahaan dan sebagainya yang kemudian mereka mengarahkan, memperkuat dan mengaktifkan pesan terhadap tujuan yang telah disetujui. Selanjutnya pesan kampanye didistribusikan dengan menggunakan beberapa media. Pertimbangannya adalah sejauh

mana pesan pada sasaran yang telah diidentifikasi sebelumnya dapat tercapai dan menjadi perhatian publik (Deuze, 2020).

Disebutkan dalam bukunya, bahwa kampanye memiliki keistimewaan. Diantaranya; kampanye dikaitkan dengan mengarahkan, menguatkan, dan mengaktifkan arah sosial untuk menyetujui sasaran hasil seperti voting. Media digunakan untuk membantu kampanye tersebut. Selain itu, kampanye biasanya terdiri dari banyak pesan-pesan yang tersebar melalui beberapa media, dengan kesempatan jangkauan dan bermacam-macam efek menurut kemapanan alami dari saluran dan isi pesan (Deuze, 2020).

Terdapat 3 jenis kampanye, yaitu *product – oriented campaigns*, *candidate – oriented campaigns*, & *ideologically or cause – oriented campaigns*. Mengenal *product – oriented campaigns* yaitu kampanye yang terjadi di lingkungan bisnis tetapi berorientasi terhadap bisnis dan pemasaran umum, *candidate – oriented campaigns* yaitu kampanye yang diorientasikan pada pasangan calon yang dasarnya dimotivasi oleh keinginan dalam meraih kekuasaan politik, dan yang terakhir *ideologically or cause – oriented campaigns* yaitu kampanye yang diorientasikan pada beberapa pemenuhan tujuan yang bersifat inklusif dan seringkali berdimensi pada perubahan sosial. Dengan bahasa lain kampanye jenis ini disebut sebagai gerakan perubahan sosial atau sebagai kampanye yang secara khusus ditunjukkan untuk menyelesaikan masalah sosial dengan perubahan sikap serta perilaku aktor atau masyarakat (Larson, 2012).

Dalam praktiknya, 3 jenis kampanye diatas dipastikan menggunakan satu strategi komunikasi yang sama dalam menjual produk politiknya (kandidat, gagasan/ide, dan program kerja). Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang berisi serangkaian proses antara pasangan calon dengan para pemilih. Kampanye politik bertindak sebagai momentum penting dalam perjalanan kehidupan politik, karena kampanye ini membawa seluruh masyarakat dan calon para pemimpin lebih dekat. Kampanye politik ini

juga dapat memberikan banyak kesempatan pada seluruh masyarakat untuk bisa memahami dan memilih agenda politik yang akan merepresentasikan kepentingan politiknya (Lipsitz et al., 2005).

Definisi lainnya menyebutkan bahwa kampanye politik adalah suatu jangka waktu yang diberikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) kepada seluruh pasangan calon, baik partai politik maupun perseorangan, untuk bisa menyampaikan program-programnya. Mereka bekerja dengan cara mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat untuk menjatuhkan pilihannya kepada mereka dalam pemilihan umum (Firmanzah, 2008).

Kampanye politik mengalami perkembangan, dan dibedakan kedalam tahapan perkembangan kampanye politik dalam tiga jenis. Pertama, kampanye politik pra-moderen (*pre-moderen campaign*) fase ini ditandai dengan karakteristik pola kampanye politik yang bersifat interpersonal antara kandidat dan warga negara pada level lokal. Di berbagai negara barat kampanye jenis ini berlangsung sebelum tahun 1950-an sebelum peran televisi berkembang. Kedua, kampanye moderen (*moderen campaign*) kampanye ini dilakukan melalui peran organisasi partai yang terkoordinasi oleh para pemimpin partai, ditandai dengan adanya nasihat para konsultan profesional dan juga peran media televisi. Konsentrasi aktivitas kampanye pada umumnya berlangsung melalui jaringan televisi yang bersifat nasional. Ketiga, kampanye post-moderen (*post-moderen campaign*) jenis kampanye ini ditandai dengan peran penting dari para konsultan politik profesional melalui iklan politik dan ditandai juga dengan fenomena “*permanent campaign*” dari para politisi yang ada di lembaga negara (Norris, 2001).

Begitu pentingnya kampanye politik dalam merubah pilihan pemilih dan menentukan pemenang pemilihan. Pemilihan politik bukan hanya memberikan kesempatan pemilih memilih kandidat, namun juga memberikan legitimasi kepada kandidat yang akan melaksanakan tugas kepemimpinan politik. Pemenang pemilihan akan mendapatkan hak untuk menjalankan kekuasaan yang sah dan menentukan kebijakan yang

mengikat warga negara baik yang memilihnya maupun yang tidak memilihnya.

Dalam perkembangannya, kampanye dalam politik moderen dipengaruhi berbagai hal. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi kampanye politik; pertama, menurunnya partai politik. Kedua, legislasi keuangan sistem elektoral. Ketiga, kebijakan politik komite pemilihan. Keempat, perkembangan teknologi. Beberapa ahli menyimpulkan ada variabel-variabel yang mempengaruhi bentuk kampanye politik seperti, peranan partai politik, demografi pemilih, pertanyaan filosofi, keadaan ekonomi (Trent et al., 2016). Kampanye yang dilakukan menjelang pemilihan kepala daerah (pilkada) merupakan salah satu bagian dari kampanye politik. Dalam pelaksanaannya, kampanye pemilihan kepala daerah (pilkada) dan kampanye politik memiliki perbedaan. Secara jelas terlihat seperti yang dimuat dalam tabel berikut:

Tabel 2. Perbedaan Kampanye Pilkada dan Kampanye Politik

6	KAMPANYE PILKADA	KAMPANYE POLITIK
Jangka Waktu	Periodik dan terbatas	Jangka Panjang dan terus menerus
Tujuan	Menggiring pemilih ke bilik suara	Image politik
Strategi	Mobilisasi dan berburu pendukung <i>push marketing</i>	Membangun & membentuk reputasi politik <i>pull marketing</i>
Komunikasi Politik	Satu arah dan penekanan kepada janji dan harapan politik jika menang Pilkada	Interaksi dan mencari pemahaman serta solusi yang dihadapi masyarakat
Sifat Hubungan Antara Kandidat dan Pemilih	Transaksional dan Pragmatis	Hubungan Relasional

Produk Politik	Janji dan harapan politik figure kandidat serta program kerja	Pengungkapan masalah dan solusi, Ideologi serta sistem nilai yang melandasi tujuan partai
Sifat Program Kerja	Orientasi Pasar serta berubah dari Pilkada ke Pilkada berikutnya	Konsisten dengan satu sistem nilai partai
Retensi Memori Kolektif	Cenderung mudah hilang	Tidak mudah hilang dalam ingatan kolektif
Sifat Kampanye	Terukur, Jelas, Pasti & dapat dirasakan langsung dalam aktivitasnya	Bersifat Laten, Kritis dan Menarik simpati masyarakat

Sumber : (Firmanzah, 2008)

II.3 Kerangka Pemikiran

Tabel 3. Kerangka Pemikiran



Salah satu cara untuk mendapatkan kekuasaan adalah dengan memenangkan pemilihan kepala daerah (pilkada), yang merupakan proses pemilihan yang dilakukan oleh rakyat untuk memilih bupati di daerah Kabupaten Jember. Rakyat, partai politik, dan calon kepala daerah adalah aktor dalam sistem pemilihan kepala daerah (pilkada). Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan "Strategi Pemenangan" adalah rencana yang teliti yang dibuat dan diterapkan oleh kandidat atau partai politik untuk menang. Suatu strategi harus dapat menjelaskan apa yang akan dilakukan. Di sini, strategi tidak terbatas pada ide atau rencana yang telah dibuat oleh tim atau partai pemenang. Fokus penelitian ini adalah bagaimana tim atau partai pemenang menerapkan strategi tersebut di lapangan. Strategi pemenangan yang dilakukan melalui marketing dan kampanye politik ini merupakan rencana partai koalisi dan pasangan calon penantang yang melibatkan pengumpulan massa, parade, orasi yang menyampaikan program kerja mereka dan mempengaruhi opini publik. Marketing dan kampanye politik ini dilakukan dengan menggunakan atribut seperti umbul-umbul, poster, dan spanduk, dan mengiklankan diri mereka melalui media cetak dan elektronik untuk menyebarkan program mereka dan mempengaruhi opini publik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam memenangkan suatu pemilihan kepala daerah langsung membutuhkan strategi pemenangan yang sistematis dan strategis dalam marketing politik dan kampanye politik, sehingga memungkinkan pasangan calon penantang dapat mengalahkan *incumbent* pada pilkada di Kabupaten Jember tahun 2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Objek Penelitian

Berdasarkan inti permasalahan yang terjadi dalam fenomena strategi pemenangan melawan incumbent pada pilkada Kabupaten Jember tahun 2020, maka peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif sebagai pedoman dalam memahami fenomena menarik yang terjadi dalam objek penelitian yang harus dikaji, diteliti, dan diselidiki, atau dalam artian lain objek merupakan sebuah inti dari perhatian dalam suatu penelitian (Moleong, 2016). Sedangkan berkenaan dengan subjek, menurut (Moleong, 2016) merupakan orang yang dijadikan informan dalam kebutuhan pencarian informasi dan data yang berkenaan dengan penelitian. Objek pada penelitian ini adalah aktor politik Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun selaku Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Jember, dan subjek penelitian berkaitan dengan lokasi atau keberadaan para informan yang akan dijadikan narasumber penelitian. Mendapatkan data-data dalam subjek penelitian, akan di lakukan wawancara/*in-depth interview* dengan beberapa narasumber yang bertempat di lokasi penelitian antara lain:

1. Kantor Lingkaran Survei Indonesia, Jalan Pemuda Raya, RT.01/RW.08, Jati, Kecamatan. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220
2. Kantor Bupati Kabupaten Jember, Jalan Sudarman No.01, Kampung. Using, Jemberlor, Kecamatan. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68118
3. Universitas Brawijaya Jalan Veteran Malang 65145, Jawa Timur, Indonesia

III.2 Jenis Penelitian

Proses pembuatan sebuah penelitian, jenis penelitian dilihat sebagai sebuah cara untuk mendapatkan data penelitian yang pada tahap selanjutnya dapat digunakan untuk manfaat dan tujuan tertentu, yang didasari pada ciri keilmuan yang bersifat rasional, empiris, dan sistematis. Penelitian yang berjudul **Strategi Pemenangan Melawan Incumbent: Studi Kasus Kemenangan Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember Pada Pilkada Jember 2020** menggunakan metode kualitatif deskriptif, menurut (Moleong, 2016) penelitian kualitatif merupakan prosedur dari penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari beberapa data serta perilaku yang diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Melalui jenis penelitian deskriptif ini akan mendapatkan data yang diperoleh melalui tahap wawancara mendalam/*in-depth interview* dan dokumen tertulis ataupun digital yang tersedia dari hasil sumber pengamatannya (Moleong, 2016).

III.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut (Moleong, 2016) adalah sebuah cara maupun strategi untuk mendapatkan sebuah data yang dipergunakan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian. Memudahkan melakukan analisa data kualitatif terbagi kedalam tiga jenis (Patton, 1990):

a. Studi Kepustakaan

Penelitian dari perpustakaan juga digunakan dalam pengumpulan data peneliti. Studi kepustakaan adalah studi yang melibatkan pengumpulan fakta dan informasi dengan menggunakan berbagai sumber pustaka, termasuk buku, berita, dan jurnal (Mirzaqon et al., n.d.). Peneliti melakukan pengambilan data atau informasi yang kemudian dijadikan sebagai landasan teori serta acuan dalam menerima informasi. Dalam teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan ini

akan mengkaji beberapa literatur antara lain, jurnal, skripsi, buku dan penelitian terdahulu dengan mengangkat fenomena yang dianalisa oleh peneliti (Moleong, 2016).

b. *Wawancara/in-depth interview*

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu meliputi wawancara/*in-depth interview* dan tinjauan pustaka. Wawancara/*in-depth interview* mendalam melibatkan dua orang antara yang mengajukan pertanyaan, dan orang yang diwawancara atau informan yang menjawab pertanyaan-pertanyaan untuk penelitian ini (Moleong, 2016). Peneliti menggunakan metode wawancara secara langsung melalui tatap muka maupun secara daring ataupun luring dengan narasumber yang relevan pada topik penelitian peneliti, kemudian bertukar perspektif serta berdiskusi mengenai Strategi Pemenangan Melawan *Incumbent* yang dilakukan oleh Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun selaku Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Jember. Peneliti akan melakukan wawancara/*in-depth interview* dengan beberapa narasumber sebagai berikut:

1. Ade Mulyana, S.sos., M.M. selaku Direktur Citra Publikasi Advertising
2. Try Sandi Apriana S.Ikom., M.Ikom selaku Ketua Tim Pemenangan Pasangan Calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun
3. Dewi Arum Nawang Wungu, S.IP.,M.Si. selaku Dosen Bidang Ilmu Politik Universitas Brawijaya

Peneliti mendapatkan data penelitian dari berbagai literatur serta kajian terdahulu yang relevan dengan topik dari penelitian peneliti, literatur yang dipergunakan mempunyai sumber yang *valid* serta *reliable*. Pengumpulan data dilakukan secara mendalam agar pembaca mampu memahami dan mengetahui strategi pemenangan yang dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati Jember, Ir. H. Hendy

Siswanto-M. Balya Firjaun. Data yang didapatkan oleh peneliti dalam penelitian ini juga nantinya akan dilakukan verifikasi data, agar data yang dipergunakan dapat diakui keabsahannya. Wawancara/*in-depth interview* yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mendukung analisa dari penelitian peneliti, sehingga mampu memahami strategi kemenangan sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember, Ir. H. Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun.

III.4 Sumber Data

Penelitian kualitatif sangat erat berkaitan dengan data yang digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Data penelitian kualitatif harus bersifat valid dan memiliki keaslian sehingga mampu menghasilkan informasi yang akurat serta datanya mampu dijelaskan secara detail. Sumber data tersebut terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder (Purhantara, 2010).

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau didapatkan langsung di lapangan oleh pihak yang melakukan penelitian atau peneliti bersangkutan yang membutuhkannya, sumber data primer erat dengan responden dan informan melalui proses wawancara/*in-depth interview*. Data primer ini disebut juga sebagai data asli atau data baru. Menurut (Sugiarto, 2017) data primer mengarah pada informasi yang didapatkan dari informasi yang diperoleh dari narasumber penelitian. Data primer pada penelitian ini didapatkan dengan mengukur dan mengumpulkan data langsung yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu

1. Direktur Citra Publikasi Advertising selaku Konsultan Politik pemenangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih
2. Ketua Tim Pemenangan Pasangan Calon No Urut.02
3. Akademisi Bidang Ilmu Politik Universitas Brawijaya

b. Data Sekunder

Dijelaskan data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari sumber utama, melainkan dari penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian peneliti kemudian dikumpulkan secara sistematis, dapat berbentuk cetak maupun digital. Selain berupa tindakan atau kata dari informan juga dapat diperoleh melalui studi kepustakaan yang diperoleh dari media tertulis dan media digital untuk mendukung analisa penelitian diatas (Sugiarto, 2017). Data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari :

1. Dokumen yang bersumber langsung dari Bawaslu dan KPU Kabupaten Jember
2. Jurnal, Skripsi dan Buku yang berkaitan dengan fenomena penelitian diatas

III.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini memerlukan teknik analisis data yang dilakukan secara sistematis melalui wawancara/*in-depth interview* dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman dalam melihat kasus penelitian. Metode analisis data dibagi menjadi tiga tahap. Ketiga komponen tersebut adalah penyajian data, verifikasi data, dan reduksi data yaitu pengorganisasian dan penyusunan data secara sistematis berdasarkan masalah dan gagasan. (Miles et al., 2014).

Proses melakukan keaslian data, peneliti menggunakan Teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi data ini memiliki arti sebagai sebuah teknik pemeriksaan keabsahan dalam sebuah penelitian dengan menggunakan data yang lain sebagai komparasi atau pengecekan data (Moleong, 2016). Dijelaskan bahwa Teknik Triangulasi sebagai cara dalam pengecekan data yang bersumber dari berbagai bacaan melalui berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2017). Teknik Triangulasi terbagi kedalam tiga jenis, yaitu triangulasi sumber, metode, dan teori (Kurikulum et al., n.d.). Triangulasi yang digunakan dalam penelitian

ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan menggunakan cross check dari sumber-sumber yang ada seperti studi literatur serta wawancara/*in-depth interview* (Moleong, 2016).

III.6 Tabel Rencana Waktu

Rencana penelitian merupakan hal yang perlu di perhatikan. Waktu pengambilan data menjadi jejak histori yang dilakukan peneliti selama melakukan penelitian ini. Waktu penelitian menandakan beberapa lama proses dan tenggang waktu peneliti mengambil data untuk penelitian ini. dimulai dari proses penyiapan proposal, pengumpulan data dengan wawancara/*in-depth interview* mendalam dengan informan, melakukan studi dokumen, setelah itu menganalisa data dan penulisan penelitian laporan yang diperkirakan pada bulan Januari 2023. Tabel di bawah ini merupakan waktu penelitian peneliti dalam mengambil data penelitian.

Tabel 4. Tabel Rencana Waktu

NO	Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Draft Proposal (Bab 1,2, dan 3)	■	■	■	■																
2.	Revisi Bab 1,2, dan 3					■	■	■	■	■	■	■	■								
3.	Seminar Proposal												■								
4.	Revisi Seminar Proposal												■								
Studi Lapangan																					
1.	Pengumpulan Data													■	■	■	■				
2.	Analisis Data													■	■	■	■				
Penelitian Skripsi																					
1.	Penyusunan Bab 4 dan 5																	■	■	■	■
2.	Revisi dan Konsultasi																	■	■	■	■
Sidang Skripsi																					

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1 Peta Politik Kabupaten Jember pada Pilkada tahun 2020

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang menyelenggarakan pesta demokrasi setiap lima tahun dalam rangka memilih pemimpin daerah yang dilakukan secara langsung dan serentak. Pemilihan kepala daerah (pilkada Kabupaten Jember tahun 2020 ini diselenggarakan secara berbeda dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, yaitu di tengah kondisi pandemi covid-19. Kondisi ini memaksa proses pelaksanaannya harus dengan protocol kesehatan. Menurut peraturan pemerintah Undang-Undang No 02 Tahun 2020 tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) yang mengalami perubahan jadwal pelaksanaan Pilkada serentak tahun 2020 yang semula jatuh pada tanggal 23 September 2020 bergeser menjadi 09 Desember 2020 akibat pandemi covid-19. Ketua KPU Jember, Moh. Syai'in, SH., MH., pihaknya tetap akan berkoordinasi dengan semua pihak, agar tahapan Pilkada di Jember berlangsung aman dan sedapat mungkin tidak menimbulkan kasus-kasus baru, terkait penyebaran Covid-19 pada pelaksanaan Pilkada. Karena itu, pihaknya sudah memberlakukan aturan ketat kepada semua pihak, khususnya pasangan calon dan tim suksesnya, untuk mematuhi segala ketentuan protokol kesehatan yang berlaku (Antarane.com, 2020).

Gambar 2. Peta Kabupaten Jember



Sumber : Azamjauhari.blogspot.com

Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Jember meliputi beberapa wilayah dalam pelaksanaannya, yakni 31 kecamatan dan 201 desa. Berdasarkan ketentuan KPU Jember pelaksanaan pemilihan dilaksanakan di 4.447 TPS di 31 kecamatan.

IV.2 Jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten Jember

Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Jember telah menetapkan Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk pemilihan kepala daerah (pilkada) dengan jumlah mencapai 1.972.216 orang. Keputusan ini diambil dalam rapat pleno terbuka di Jember, Jawa Timur, pada Kamis (15/10). Ketua KPU Kabupaten Jember, Muhammad Syai'in, mengungkapkan bahwa meskipun terjadi penurunan DPT jika dibandingkan dengan Pilkada 2015, namun alasan turunnya data tersebut belum diketahui secara pasti. Ia menyarankan bahwa kemungkinan penyebabnya dapat terletak pada validitas yang lebih tinggi dari data Pilkada 2020. Dinyatakan bahwa DPT Pilkada Jember 2015 mencapai 1.892.435 pemilih, terdiri dari 935.935 laki-laki dan 956.500 perempuan. Sementara itu, DPT Pilkada Jember 2020 mencatat 1.825.386 pemilih, dengan rincian 902.327 laki-laki dan 923.059 perempuan. Ia menekankan bahwa semua data penduduk potensial pemilih pemilu (DP4) yang diperoleh dari pemerintah telah melewati verifikasi yang komprehensif, menjadikan data tersebut valid.

Berdasarkan rekapitulasi DPT Pilkada Jember 2020, terdapat jumlah pemilih terbanyak di Kecamatan Wuluhan dengan 93.597 orang, sementara jumlah pemilih terendah tercatat di Kecamatan Jelbuk sebanyak 23.534 orang. Muhammad Syai'in menegaskan bahwa warga yang memenuhi syarat untuk memilih namun belum masuk dalam DPT masih dapat menyalurkan hak suaranya di Tempat Pemungutan Suara (TPS) sesuai dengan ketentuan yang telah diatur oleh peraturan KPU. Muhammad Syai'in juga menyampaikan bahwa meskipun jumlah DPT mengalami penurunan, jumlah Tempat Pemungutan Suara (TPS) pada Pilkada 2020 meningkat menjadi 4.752 TPS dibandingkan dengan 4.347 TPS pada Pilkada 2015. Hal ini disebabkan oleh penurunan batasan maksimal jumlah pemilih di setiap TPS dari 800 orang menjadi 500 orang, sejalan dengan pandemi Covid-19.

Sementara itu, Ali Rahmad Yanuardi, anggota Bawaslu Kabupaten Jember, menekankan perlunya KPU Jember membuka rekapitulasi dalam sistem data pemilih (sidalih) untuk meningkatkan transparansi pemutakhiran data pemilih. Ini bertujuan agar perubahan data, baik yang dilakukan secara manual maupun melalui sistem, dapat dipantau dan diakses secara transparan. Yanuardi juga mengungkapkan adanya selisih data jumlah pemilih antara rekapitulasi tingkat kecamatan dan kabupaten sebelum DPT ditetapkan, bahkan salah satu tim pasangan calon menemukan sekitar 19.000 orang yang belum masuk dalam Daftar Pemilih Sementara (DPS) 2020.

Dalam sebuah catatan survey pilkada yang dilakukan oleh Lingkar Survey Indonesia (LSI) mencatat bahwa komposisi dari distribusi pemilih pada calon kandidat pasangan calon Hendy Siswanto dan Firjaun yang diklasifikasikan oleh pendidikan, pendapatan, dan suku. Hendy-Firjaun paling banyak memiliki calon dukungan dari calon pemilih yang pernah kuliah atau di atasnya yakni sebesar 23,%, untuk distribusi dari pendapatan rata-rata pemilih yang mendukung Hendy-Firjaun paling banyak dari pendapatan 2 Juta keatas, sementara untuk suku pemilih paling banyak dari suku jawa yakni sebesar 16,2%. Pemaparan ini merupakan gambaran isi dari calon pemilih untuk pasangan Hendy-Firjaun, hal ini menggambarkan bahwa Hendy-Firjaun memiliki market pendukung yang memiliki pendidikan cukup dengan pendapatan diatas 2 juta dan berasal dari suku jawa.

IV.3 Profil Pasangan Calon Pilkada Kabupaten Jember 2020

Pasangan bacabup-bacawabup yang mendaftar di KPU Jember yakni Hendy Siswanto dan Mohammad Balya Firjaun Barlaman (Hendy-Gus Firjaun) yang diusung lima partai politik yakni PKS, PPP, Partai Demokrat, Partai Gerindra, dan Partai Nasdem. "Berdasar perolehan kursi di DPRD Jember, total lima parpol pengusung pasangan Hendy-Gus Firjaun 28 kursi dengan rincian PKS sebanyak 6 kursi, PPP (5 kursi), Partai Demokrat (2 kursi), Partai Gerindra (7 kursi), dan Partai Nasdem (8 kursi).

Pada hari kedua, lanjut dia, pasangan Abdussalam dan Ifan Ariadna (Salam-Ifan) mendaftar ke KPU Jember dengan enam parpol pengusung yakni PDI Perjuangan, PKB, PAN, Partai Perindo, Partai Golkar, dan Partai Berkarya.

Berdasar perolehan kursi di DPRD Jember, enam parpol pengusung Salam-Ifan yakni PDI Perjuangan memiliki tujuh kursi, PKB (8 kursi), Partai Golkar (2 kursi), PAN (2 kursi), Partai Perindo (dua kursi), dan Partai Berkarya satu kursi. Sehingga, totalnya 22 kursi di DPRD Jember. Pada hari terakhir, petahana Faida yang menggandeng Dwi Arya Nugraha Oktavianto (Faida-Dwi Arya) mendaftar melalui jalur perseorangan dengan mendapatkan sebanyak 146.687 dukungan.

Gambar 3. Bupati Kabupaten Jember



Sumber: (Wikipedia.org, 2020)

Pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun pada Pilkada Kabupaten Jember 2020 memiliki latar belakang yang kuat dan mendalam, yang memberikan daya tarik besar bagi masyarakat. Hendy Siswanto, sebagai calon bupati, telah dikenal memiliki kekuatan dan kegigihan untuk membawa perubahan di Kabupaten Jember. Sebagai mantan birokrat, pengalamannya dan pemahamannya terhadap dinamika pemerintahan daerah menjadi nilai tambah yang signifikan. Masyarakat melihatnya sebagai sosok yang mampu mengelola dan menggerakkan roda pemerintahan dengan efektif, serta membawa inovasi untuk meningkatkan kesejahteraan warga. Hendy Siswanto lahir di Jember pada 6 Mei 1962. Ia merupakan anak ketiga dari pasangan H Slamet Alwi dan Hj Alfiah Tarsiyah. Melansir dari situs PPID Kabupaten Jember, Hendy Siswanto mengenyam pendidikan di SD Sawahan 2 Jember, dan melanjutkan ke SMP Dewi Sartika

Jember. Ia kemudian melanjutkan ke STM Negeri Jember, dan lanjut mengenyam pendidikan di Fakultas Teknologi Universitas Mochammad Sroedji Jember. Selain itu Hendy Siswanto memiliki usaha yang berkonsentrasi pada bidang property, selain itu ia juga menjabat sebagai menjadi PNS selama 24 tahun menjadi Ditjen Perkeretaapian Kemenhub. Secara rekam jejak dari segi karier seharusnya Hendy Siswanto memiliki kemampuan yang strategis sebab pengalamannya. Dalam membina sumberdaya manusia ia memiliki pengalaman dalam memiliki beberapa anak bisnis, sehingga ia dapat di asumsikan dapat mengatur sumber daya manusia. Selanjutnya peran Hendy siswanto dalam kegiatan birokrasi dijalankan di kementerian perhubungan, sehingga seharusnya ia paham betul dengan proses politik yang berlaku.

Gambar 4. Wakil Bupati Kabupaten Jember



Sumber: (Wikipedia.org, 2020)

Selain itu, penambahan daya tarik datang dari pasangan calon wakil bupati, M.Balya Firjaun. Beliau dikenal sebagai anak dari seorang Guru Besar Nahdlatul Ulama (NU) di Kabupaten Jember. Hal ini menjadi pertimbangan penting mengingat Jember adalah masyarakat yang dikenal sangat religious. Keberhasilan Gus Balya memenangkan hati masyarakat Jember, yang mayoritas adalah pemeluk agama Islam, mengindikasikan bahwa keberagaman dan ketokohan keluarganya menjadi poin penting. Keterlibatan Balya Firjaun dalam

kegiatan keagamaan dan sosial juga turut memperkuat citra positifnya di kalangan masyarakat. Jejak pendidikan membawanya dari sekolah formal hingga nonformal di berbagai kota, termasuk Jombang, Kediri, dan Tulungagung. Dari SD Jember Kidul 1, SMP Negeri 1 Jember, hingga MAN 1 Jember, serta SMA A. Wahid Hasyim Tebuireng Jombang, ia telah melangkah dalam dunia pendidikan. Beliau juga memiliki banyak pengalaman organisasi, berikut adalah catatan keorganisasian M. Balya Firjaun yakni Ketua forum Musyawarah PP, Pengurus RMI Jatim, Wakil Ketua DPC PKB Kab. Kediri, Wakil Ketua DPW PKB Jawa Timur dan Sekretaris Dewan Syuro DPP PKNU.

IV.4 Fenomena Rendahnya Elektabilitas Pasangan Calon

Gambar 5. Elektabilitas Pasangan Calon Pilkada Jember 2020



Secara *top of mind*, Faida mendapat dukungan paling tinggi

Sumber : (Data Internal Lingkaran Survei Indonesia Pasca Wawancara, 2020)

Setelah proses wawancara dengan Lingkaran Survei Indonesia berlangsung, peneliti berhasil menggali data yang cukup mengemparkan mengenai tingkat elektabilitas pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dalam survei pertama Pilkada Kabupaten Jember 2020. Hasil tersebut menunjukkan bahwa elektabilitas pasangan ini saat itu berada pada tingkat yang cukup rendah, hanya sekitar 2,5%. Sementara itu, pasangan calon incumbent, dengan data elektabilitas sebesar 30,5%, tampaknya mendominasi pandangan masyarakat pada tahap awal kampanye.

Mendasarkan optimisme mereka pada pandangan bahwa elektabilitas dianggap aman jika mencapai suara antara 75%-85%. Dalam konteks ini, tingkat elektabilitas pasangan calon Incumbent hanya 30,5% terlihat jauh dari angka tersebut. Sehingga Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun menunjukkan sikap yang luar biasa dengan tetap mempertahankan tekadnya untuk melangkah dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Jember 2020. Sikap ini menegaskan bahwa pasangan ini memiliki keyakinan yang kuat terhadap pesan dan visi mereka, serta tekad untuk memberikan perubahan yang diinginkan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil survey lainnya yang dilakukan oleh LSI terhadap elektabilitas tentu hal ini akan berpengaruh terhadap posisi dukungan paslon pada momentum pilkada ini, ketika sebelumnya hanya tergambar posisi dukungan Hendy Siswanto sebagai seorang calon bupati hanya memiliki 0,5% pada survey tahun 2019. Namun hal ini, terjadi kenaikan dukungan menjadi 13,7% pada survey tahun 2020, hal ini menandakan bahwa keanikan dukungan ini menjadi sebuah pembuktian untuk pasangan Hendy Siswanto-M.Bayla Firjaun terkait elektabilitasnya.

Gambar 6. Jumlah Suara Partisipasi Masyarakat



Sumber : (Data Survei, Lingkaran Survei Indonesia Tahun 2019-2020, 2020)

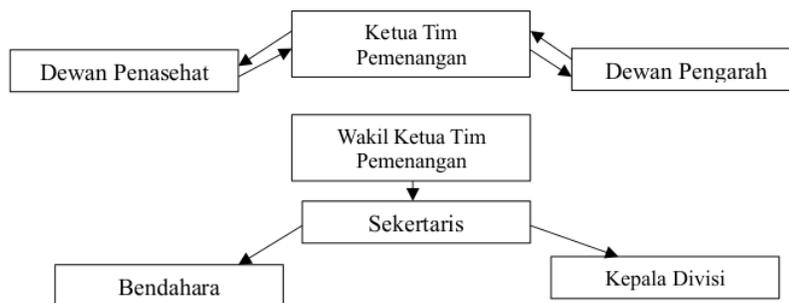
IV.5 Strategi Pemenangan Pasangan Calon

Penulis menggambarkan strategi pemenangan dalam sebuah bagan diatas berdasarkan apa yang disampaikan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun pada saat pelaksanaan wawancara. Dengan melihat dari rancangan strategi pemenangan

yang telah disusun oleh Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dan tim pemenangannya. Maka hal selanjutnya yang akan dilakukan adalah bagaimana melaksanakan strategi pemenangan tersebut. Berikut adalah penjelasan mengenai pelaksanaan strategi pemenangan oleh Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dan tim pemenangan.

Pertama yaitu pembentukan tim pemenangan, Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun membentuk tim pemenangan bersama Bapak blablabla sebagai Ketua Tim Pemenangan dan beberapa orang yang sudah terbentuk. Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun menetapkan beliau sebagai ketua tim Pembentukan Tim Pemenangan Perumusan dan pembuatan program kerja Pemetaan massa *Branding* dan *Positioning* Pendekatan terhadap Petani, tokoh masyarakat dan tokoh agama dengan alasan beliau merupakan seorang wirausaha. Pembentukan tim pemenangan ini memiliki struktur sebagai berikut.

Gambar 7. Struktur Tim Pemenangan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun



Sumber: (Lingkarana Survei Indonesia, 2020)

Adapun susunan dari tim pemenangan ini di isi oleh nama-nama besar yang cukup mentereng di Jawa Timur, hal ini menjadi keuntungan sendiri bagi paslon pilkada Hendy-Firjaun, seperti ketuanya sendiri di isi oleh Ahmad Rusdan sebagai pengurus PKS dan seorang dosen, beliau dapat memiliki potensi keilmuan dari sudut pandang politikus dengan berdasarkan analisis akademis. Selain nama Ahmad Rusdan, ada nama Kiai Haji Sadid Jauhari sebagai dewan penasehat

beliau adalah seorang cendekiawan muslim yang mengurus pondok pasantren dengan memunculkan banyak inovasi untuk meningkatkan kualitas pendidikan pasantren. Selain nama-nama itu banyak sekali nama-nama mentereng di tim pemenangan ini dengan *background* keilmuan dan keagamaan. Berikut susunannya.

Gambar 8. Struktur Tim Pemenangan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun

STRUKTUR TIM PEMENANGAN WES WAYAHE			
No.	Jabatan Struktur	Usulan Nama	Sumber Usulan
1	Dewan Penasehat Anggota	KH. Sadiq Jauhari	TGF
		GUS Nurul – PP. Annuriyah	TGF
		KH. Yazid Karimullah	TGF
		Khusein Andalas	TGF
		Ibu Nyai Kamilah Rosyidi PP Miftahul Ulum Kalsat	TGF
		Ibu Nyai Rosyidah PP. Darius Sholah	TGF
2	Dewan Pengerah Anggota	H. Marsuki AG, S.E	Nasdem
		Drs. H. Muhammad Satib MM	Gerindra
		Ahmad Rusdan	PKS
		KH. Madini Farouq	PPP
		Teddy Zarkasi	Demokrat
3	Ketua Pelaksana	AHMAD RUSDAN	PKS
		KAKUK KATIMAN	Nasdem
4	Wakil Ketua Pelaksana	SUDIYANTO	PKS
5	Sekretaris	NUR HASAN	PKS
		BAMBANG HARIYANTO	Nasdem
		Agusta	Demokrat
		Ahmad Anwari	Gerindra
		Abu Yazid Merdeka	PPP
6	Bendahara	RACHMAD CHOIRUDIN	PKS
		DIAH PUSPITANINGTYAS	Nasdem
7	Bidang Humas dan Media	FATHUL HADI	Gerindra
		Sucipto	Gerindra
		SYAIFUL BACHTIAR	PKS
		ARYUDI	Nasdem

Sumber: (Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Pada prakteknya penyusunan tim pemenangan ini mengacu pada beberapa hal penting yang meliputi beberapa hal, sebagai berikut langkah dan fungsi dalam pemilihan tim pemenangan. Penyusunan tim sukses untuk pemilihan bupati merupakan langkah kritis dalam mendukung kampanye dan pencapaian tujuan politik: 1) Penetapan Visi dan Misi Kampanye, hal ini memiliki fungsi untuk menentukan visi dan misi kampanye bupati, agar paslon dapat menyesuaikan sikap dan pandangannya terhadap masalah yang dapat mewakili masyarakat, selain itu hal ini perlu melakukan identifikasi pesan inti yang ingin disampaikan kepada calon pemilih. 2) Identifikasi Kompetensi dan Keterampilan, hal ini bertujuan untuk memiliki komposisi tugas dalam penyusunan agar dapat melaksanakan

kontes politik dengan baik dan terukur, hal ini akan meliputi peninjauan kebutuhan dan tugas yang harus diemban oleh tim sukses. Identifikasi ini akan meliputi pratinjauan individu dengan keahlian dan keterampilan yang relevan, termasuk ahli strategi kampanye, komunikator yang baik, pengorganisir yang handal, dan individu yang paham akan isu-isu politik lokal. Selanjutnya 3) Perekrutan Tim, hal ini dilakukan dengan seleksi dan perekrutan yang cermat berdasarkan kompetensi, dedikasi, dan keberagaman. Hal ini perlu memastikan tim mencakup perwakilan dari berbagai segmen masyarakat dan kelompok pendukung agar mewakili. 4) Penugasan dan Struktur Tim, hal ini harus meliputi menetapkan peran dan tanggung jawab masing-masing anggota tim sesuai dengan keahlian dan pengalaman mereka. Selanjutnya nanti hal tersebut akan dapat membangun struktur tim yang efektif dengan memperhatikan koordinasi, komunikasi, dan kelancaran tugas. 5) Pelatihan dan Pengembangan, hal ini akan meliputi penyediaan pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan keterampilan tim dalam kampanye, manajemen media, dan strategi komunikasi. 6) Pengelolaan Dana dan Sumber Daya, untuk dapat melakukan hal tersebut perlu melakukan penetapan rencana keuangan dan alokasi anggaran untuk kegiatan kampanye, agar kampanye akan berjalan dengan baik dan berjalan dengan transparan dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Selanjutnya 7) Komunikasi dan Koordinasi. Selanjutnya 8) Penggunaan Teknologi dan Media Sosial, tidak memungkiri teknologi banyak memberikan manfaat teknologi dan media sosial untuk menyebarkan pesan kampanye dan berinteraksi dengan pemilih, sangat efisien, sehingga perlu adanya strategi yang efektif untuk mengelola citra dan informasi kampanye di media, agar hal ini akan menjadi semakin efektif. 9) Monitoring dan Evaluasi, perlu adanya sistem pemantauan untuk mengukur kinerja tim dan efektivitas strategi kampanye agar dapat menjaganya maka harus melakukan evaluasi berkala untuk mengidentifikasi area perbaikan dan peningkatan. Terakhir 10) Komitmen pada Etika dan Kode Etik, agar kampanye berjalan dengan baik dan damai perlu tim sukses menerapkan kode etik kampanye yang jelas. Dengan menyusun tim sukses yang solid dan terkoordinasi, peluang kesuksesan dalam pemilihan bupati dapat ditingkatkan, dan kampanye dapat dijalankan secara efektif.

Kampanye strategi dan kampanye non-strategi adalah dua pendekatan yang berbeda dalam melakukan promosi dan pemasaran dalam kampanye politik. Kampanye strategi adalah kampanye yang dilakukan dengan rencana yang terstruktur dan terorganisir. Berikut beberapa karakteristik utamanya: 1) Perencanaan Mendalam. Kampanye strategi melibatkan perencanaan yang matang, di mana langkah-langkahnya direncanakan dengan cermat, termasuk penetapan tujuan, strategi, taktik, dan alokasi sumber daya; 2) Analisis Data dan Penelitian. Sebelum meluncurkan kampanye, tim kampanye melakukan analisis data dan penelitian untuk memahami pasar pemilih, tren politik, isu-isu kunci, dan preferensi pemilih; 3) Segmentasi Pasar. Dalam kampanye strategi, pemilih dibagi ke dalam segmen-segmen berdasarkan karakteristik demografis, sosial, dan politik. Hal ini memungkinkan pasangan calon untuk mengidentifikasi target pasar yang lebih spesifik dan menyesuaikan pesan-pesan kampanye; 4) Penggunaan Media dan Alat Promosi. Kampanye strategi menggunakan berbagai media dan alat promosi, termasuk iklan televisi, radio, media sosial, pemasangan spanduk, dan kegiatan tatap muka, sesuai dengan strategi yang telah direncanakan; 5) Evaluasi dan Pemantauan. Selama kampanye berlangsung, tim kampanye melakukan evaluasi dan pemantauan secara teratur untuk mengukur kinerja kampanye dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Sedangkan kampanye non-strategi, merupakan kampanye yang tidak direncanakan dengan baik atau terstruktur. Beberapa karakteristiknya meliputi: 1) Reaksi Spontan. Kampanye non-strategi sering kali timbul sebagai reaksi spontan terhadap situasi atau peristiwa tertentu, tanpa perencanaan yang matang sebelumnya; 2) Keterbatasan Perencanaan. Kampanye ini mungkin terjadi ketika pasangan calon menghadapi tekanan atau tantangan yang tidak terduga, dan mereka harus segera merespons tanpa memiliki rencana yang sudah disiapkan sebelumnya; 3) Kampanye Personal atau Informal. Beberapa kampanye non-strategi dapat bersifat personal atau informal, mungkin dilakukan oleh individu atau kelompok kecil tanpa keterlibatan tim kampanye resmi; 4) Tidak Ada Analisis Data yang Mendalam. Karena sifatnya yang spontan, kampanye non-strategi mungkin tidak didasarkan pada analisis data yang mendalam atau penelitian pasar pemilih; 5) Efek Terbatas. Meskipun dapat memberikan respons

cepat terhadap situasi yang berkembang, efektivitas kampanye non-strategi cenderung lebih terbatas daripada kampanye yang direncanakan dengan baik.

Dalam hal ini, kampanye non-strategi terjadi ketika M. Balya Firjaun memiliki latar belakang sebagai anak Guru Besar NU dan pemilik pesantren, secara spontan melakukan kampanye atau aktivitas yang tidak direncanakan sebelumnya, seperti, menghadiri acara keagamaan atau sosial yang memungkinkannya untuk berinteraksi dengan pemilih tanpa rencana kampanye yang terstruktur.

Dalam upaya meraih kemenangan perdana di Kabupaten Jember, pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun merancang strategi yang cerdas dan fokus pada isu lokal yang sangat relevan, yaitu tingkat kemiskinan yang meningkat selama periode pemerintahan pasangan calon *incumbent*. Strategi ini tidak hanya mencakup pemahaman mendalam tentang masalah di tingkat lokal, tetapi juga bagaimana menyampaikannya secara efektif kepada warga dan konstituen.

Diketahui Perkembangan Penduduk Miskin di Kabupaten Jember Dalam kurun waktu dua tahun terakhir, yakni tahun 2019 sampai dengan 2020, persentase jumlah penduduk miskin Kabupaten Jember mengalami kenaikan sebesar 0,84 persen poin. Dari grafik 1 dapat dilihat bahwa persentase jumlah penduduk miskin Kabupaten Jember naik dari 9,25 persen pada tahun 2019 menjadi 10,09 persen pada tahun 2020. Secara absolut, jumlah penduduk miskin Kabupaten Jember yang semula berjumlah 226,57 ribu jiwa pada tahun 2019 naik menjadi 247,99 ribu jiwa pada tahun 2020.

Gambar 9. Persentase Penduduk Miskin Kabupaten Jember



Sumber: (Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember Tahun 2020, 2020)

Tabel 5. Garis Kemiskinan, Indeks Kedalaman Kemiskinan dan Indeks Keparahan Kemiskinan

Tahun	Garis Kemiskinan (Rupiah /kapita bulan)	Jml Penduduk dibawah Garis Kemiskinan (000)	Persentase Penduduk Miskin (P0)	Perubahan Persentase Penduduk Miskin (%)	Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1)	Indeks Keparahan Kemiskinan (P2)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
2010	202.010	311,80	13,27	-	2,00	0,52
2011	226.546	292,10	12,44	-0,83	1,72	0,38
2012	242.440	277,00	11,76	-0,68	1,60	0,34
2013	260.106	278,50	11,68	-0,08	1,25	0,22
2014	267.962	270,40	11,28	-0,40	1,47	0,31
2015	283.510	269,54	11,22	-0,06	1,58	0,33
2016	299.823	265,10	10,97	-0,25	1,33	0,29
2017	310.650	266,90	11,00	0,03	1,33	0,28
2018	324.174	243,42	9,98	-1,02	1,45	0,33
2019	339.685	226,57	9,25	-0,73	1,22	0,24
2020	365.295	247,99	10,09	0,84	1,42	0,31

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember Tahun 2020, 2020)

Selain itu, pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun juga memastikan bahwa kampanye mereka tidak hanya berfokus pada kritik terhadap pemerintah sebelumnya, tetapi juga menawarkan solusi yang dapat diimplementasikan secara nyata. Mereka mungkin menggelar pertemuan dengan warga setempat, forum diskusi, atau kampanye keliling untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berbicara langsung dengan mereka, memahami kebutuhan mereka, dan memperkuat hubungan langsung dengan calon

pemimpin mereka. Pendekatan pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun untuk tidak hanya memfokuskan kampanye pada kritik terhadap pemerintah sebelumnya, tetapi juga menawarkan solusi yang dapat diimplementasikan secara nyata, merupakan strategi yang dapat memiliki dampak positif pada persepsi pemilih. Berikut adalah beberapa potensi keuntungan dari pendekatan ini:

1. Membangun Citra Positif. Menyajikan solusi konkret dapat membantu membangun citra positif bagi pasangan calon, menunjukkan kesiapan mereka untuk mengatasi tantangan dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.
2. Mengurangi Politik Negatif. Fokus pada solusi mengurangi risiko terlibat dalam politik negatif atau kampanye hitam, yang dapat merugikan citra pasangan calon.
3. Keterlibatan Langsung dengan Masyarakat. Menggelar pertemuan, forum diskusi, atau kampanye keliling memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berbicara langsung dengan pasangan calon, meningkatkan keterlibatan dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan masyarakat.
4. Membangun Hubungan dengan Pemilih, Melibatkan diri secara langsung dengan masyarakat memungkinkan pasangan calon untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pemilih. Ini dapat menciptakan rasa kedekatan dan kepercayaan.
5. Mendemonstrasikan Kepemimpinan. Menawarkan solusi konkret menunjukkan kemampuan kepemimpinan pasangan calon dalam mengatasi permasalahan konkret dan merumuskan kebijakan yang dapat diimplementasikan.
6. Meningkatkan Kepercayaan Publik. Dengan memberikan solusi nyata, pasangan calon dapat meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap kemampuan mereka untuk mengelola pemerintahan.
7. Menghasilkan Dukungan yang Lebih Kuat. Pemilih cenderung lebih mendukung calon yang tidak hanya mengkritik, tetapi juga memiliki rencana dan solusi konkret untuk perbaikan.

Meskipun demikian, pasangan calon juga perlu memastikan bahwa solusi yang mereka tawarkan dapat diimplementasikan secara efektif, dan komunikasi dengan pemilih harus terus terjalin selama kampanye. Keseimbangan antara kritik yang konstruktif dan solusi yang realistis dapat menjadi kunci kesuksesan strategi kampanye ini.

Keputusan untuk mengangkat isu kemiskinan secara spesifik dan mendesain kampanye dengan fokus pada solusi konkret diharapkan dapat menarik simpati warga dan konstituen yang merasa terpinggirkan atau terabaikan selama masa pemerintahan sebelumnya. Dengan melibatkan warga dalam proses perubahan, pasangan calon ini berharap dapat menciptakan momentum positif yang dapat menggerakkan dukungan massa dan mendorong perubahan yang diinginkan.

Dengan demikian, strategi ini bukan hanya tentang mengkritik, tetapi juga tentang memberikan solusi konkret dan merangkul partisipasi masyarakat dalam proses perubahan. Semua ini diharapkan akan menciptakan citra positif bagi pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun, memenangkan hati warga, dan akhirnya meraih kemenangan dalam pemilihan di Kabupaten Jember. Selain hal itu secara konkret peneliti menjelaskan bahwa ketunggan mengangkat isu kemiskinan ini tidak hanya mengkritik saja hal ini juga akan menstimulasi untuk merancang kampanye dengan fokus pada solusi konkret menunjukkan kesadaran mereka terhadap kebutuhan dan aspirasi warga yang merasa terpinggirkan. Hal ini dapat peneliti ulas bahwa isi dari kepentingan mengangkat isu kemiskinan ini dengan menawarkan solusi nya adalah meningkat kan empati terhadap masalah nyata, dimana fokus pada isu kemiskinan menunjukkan empati pasangan calon terhadap masalah nyata yang dihadapi oleh sebagian masyarakat, meningkatkan rasa keterhubungan. Selain itu juga menarik dukungan dari segmen terpinggirkan, dimana warga yang merasa terpinggirkan atau terabaikan dapat merasa diakui dan didengar melalui kampanye ini, memperoleh kepercayaan dan dukungan mereka. Isu ini juga akan menciptakan identitas kampanye yang positif, hal ini menandakan kampanye dengan fokus pada solusi konkret dan partisipasi masyarakat menciptakan identitas positif untuk pasangan calon sebagai pemimpin yang peduli dan bertindak, yang akan menghindari isu perpecahan seperti isu sara.

Hal ini juga akan mendorong mobilisasi dukungan massa, pelibatan warga dalam proses perubahan dapat menciptakan energi positif dan dukungan massa yang kuat, menggerakkan perubahan yang diinginkan oleh pasangan calon. Sehingga dengan mobilitas ini dapat mendorong partisipasi aktif, strategi ini merangsang partisipasi aktif warga dalam proses perubahan, menciptakan keterlibatan yang lebih besar dan meningkatkan tanggapan terhadap kampanye. Hal ini juga membuka kesempatan untuk paslon untuk meraih kemenangan dengan citra positif, dengan menawarkan solusi konkret dan memfokuskan kampanye pada partisipasi masyarakat, pasangan calon berpotensi menciptakan citra positif yang dapat meraih kemenangan dalam pemilihan. Namun, penting untuk diingat bahwa pelaksanaan solusi konkret harus dapat diukur dan diimplementasikan secara efektif untuk mempertahankan kepercayaan pemilih. Peningkatan komunikasi dan keterlibatan yang berkelanjutan dengan masyarakat selama dan setelah kampanye juga akan kunci keberhasilan strategi ini.

Dari kekuatan isu ini memberikan hasil, dimana dua hari setelah pemasangan billboard yang memetakan isu kemiskinan yang dihadapi Kabupaten Jember selama masa pemerintahan pasangan calon Incumbent, pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun berhasil menciptakan momentum yang signifikan. Strategi sentilan tajam yang mereka gunakan tidak hanya mempertanyakan kemampuan pasangan Incumbent dalam menangani isu kemiskinan, tetapi juga memaksa pasangan tersebut untuk memberikan respons publik.

Gambar 10. Peningkatan Angka Kemiskinan Kabupaten Jember 2020

Pertumbuhan Ekonomi 2020 di Jember Turun, Kemiskinan Meningkat

Kamis, 15 April 2021, 11:25 WIB
 Reporter : Oryza A. Wirawan

Bagikan ini



Sidang paripurna nota pengantar Laporan Keterangan Pertanggungjawaban (LKPJ) Akhir Tahun Anggaran 2020, di gedung DPRD Jember, Selasa (14/4/2021) malam.



- 1 PERISTIWA**
 Aksi Heroik, Petugas SPBU di Blitar Dorong Mobil Terbakar saat Isi BBM
- 2 PENDIDIKAN & KESEHATAN**
 SMK Global Jombang: Lokasinya di Desa, Tapi 5 Muridnya Lolos SNBP 2024
- 3 PERISTIWA**
 Yayasan Wings Peduli Tebar Sembako di

(Sumber: Beritajatim.com, 2020)

Konferensi pers yang dilakukan oleh pasangan Incumbent menunjukkan bahwa sentilan tajam dari pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun telah memberikan dampak yang signifikan pada pihak lawan. Dalam konferensi pers tersebut, pasangan Incumbent merespons isu kemiskinan dengan berbagai argumen dan rencana tindakan. Mereka kemungkinan besar mencoba meredakan kekhawatiran dan kritik yang dilontarkan oleh pasangan lawan. Konferensi pers yang melibatkan pasangan Incumbent sebagai respons keadaan isu yang dijadikan sentilan tajam oleh pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun ini dapat mencerminkan terkait dinamika kompetisi dalam arena politik yang memiliki kontes yang panas. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam konteks konferensi pers ini, sebagai garis bawah tanggapan terhadap Kritik ini dari pasangan Incumbent adalah respon kritik dengan menyampaikan argumen dan rencana tindakan terkait isu kemiskinan. Ini menunjukkan kesadaran mereka terhadap isu-isu yang diangkat oleh lawan dan upaya untuk memberikan tanggapan yang meyakinkan, secara tidak langsung mereka menyadari hal ini. Selanjutnya ini merupakan strategi redaman, strategi redaman untuk meredakan kekhawatiran dan kritik dari pasangan lawan serta memperkuat citra pasangan Incumbent di mata pemilih. Hal ini tentu mengkhawatirkan untuk reputasi baik paslon incumbent, Pertahanan Reputasi ini memberikan sikap konferensi pers tersebut kemungkinan merupakan upaya pasangan Incumbent untuk mempertahankan reputasi mereka dan mengatasi dampak dari sentilan tajam yang diberikan oleh pasangan lawan. Di sisi lain dampak dari sentilan tajam, mengemukakan fakta bahwa pasangan Incumbent merespons secara langsung menunjukkan bahwa sentilan tajam dari pasangan lawan memiliki dampak dan menjadi perhatian yang perlu dijawab.

Penting untuk diingat bahwa dinamika kampanye politik dapat terus berubah, dan respons terhadap sentilan tajam dapat menjadi bagian dari strategi jangka pendek atau respons yang lebih luas terhadap dinamika politik yang berkembang. Kedua pasangan calon mungkin terus berkomunikasi dengan

pemilih melalui berbagai cara, termasuk debat, pertemuan terbuka, dan media massa, untuk memperkuat pesan kampanye mereka.

Namun, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun tidak hanya berhenti pada pemasangan billboard dan kritik terhadap kegagalan pasangan Incumbent. Dalam langkah berikutnya, mereka dapat memanfaatkan peluang konferensi pers pasangan Incumbent sebagai momen untuk menyampaikan kembali pesan-pesan kritis mereka, menyoroti kelemahan rencana tindakan yang diajukan oleh pihak lawan. Memanfaatkan peluang konferensi pers pasangan Incumbent sebagai momen untuk menyampaikan kembali pesan-pesan kritis dan menyoroti kelemahan rencana tindakan yang diajukan oleh pihak lawan adalah langkah strategis dalam kampanye politik. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam konteks ini:

1. Penguatan Pesan Kritis. Pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat memanfaatkan konferensi pers pasangan Incumbent untuk secara jelas dan tegas menyampaikan kembali pesan-pesan kritis mereka terkait isu-isu tertentu, terutama yang berkaitan dengan kemiskinan.
2. Menyoroti Kelemahan Rencana Tindakan Lawan. Pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat menggunakan momen ini untuk secara kritis menyoroti kelemahan atau ketidakjelasan dalam rencana tindakan yang diajukan oleh pasangan Incumbent. Ini dapat menciptakan keraguan di kalangan pemilih terhadap efektivitas solusi yang ditawarkan oleh lawan.
3. Peningkatan Visibilitas. Melalui konferensi pers, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat meningkatkan visibilitas kampanye mereka, menjangkau pemilih yang lebih luas melalui liputan media massa.
4. Kampanye Positif. Selain menyampaikan kritik, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat menekankan solusi dan rencana tindakan positif yang mereka miliki, menjelaskan mengapa pendekatan mereka lebih efektif daripada yang diusulkan oleh pasangan Incumbent.
5. Pertahankan Fokus pada Isu Penting. Dalam momen ini, penting untuk tetap mempertahankan fokus pada isu-isu penting yang menjadi perhatian

pemilih. Menyajikan argumen dengan jelas dan terstruktur dapat membantu memperkuat pesan kampanye.

6. Respon Terhadap Argumen Lawan. Jika pasangan Incumbent memberikan argumen atau tanggapan terhadap kritik yang diajukan, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun perlu siap untuk memberikan respons yang meyakinkan dan berbasis fakta.
7. Bersikap Profesional. Dalam menyampaikan kembali pesan kritis, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun perlu mempertahankan sikap yang profesional, menghindari retorika yang berlebihan atau negatif yang dapat merugikan citra kampanye.

Memanfaatkan momen seperti konferensi pers lawan dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat kampanye dan mempengaruhi persepsi pemilih. Dalam situasi ini, keterampilan komunikasi dan penekanan pada solusi yang diusulkan dapat menjadi kunci kesuksesan. Dalam konferensi pers mereka sendiri, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat memberikan analisis mendalam terhadap respons pasangan Incumbent, menyoroti apakah solusi yang diusulkan benar-benar mengatasi akar permasalahan kemiskinan atau hanya merupakan upaya kosmetik. Mereka dapat menekankan pada kebutuhan untuk solusi yang lebih konkret, terukur, dan berkelanjutan. Selain itu, pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat menggunakan kesempatan ini untuk membangun narasi positif tentang visi dan program mereka sendiri dalam menangani isu kemiskinan. Mereka bisa merinci langkah-langkah spesifik yang akan mereka ambil jika terpilih, memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang permasalahan ini dan rencana yang lebih kuat untuk menanganinya.

Sementara pasangan Incumbent berusaha mempertahankan diri dan merespons kritik, pasangan Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dapat terus menggali isu-isu terkait kemiskinan, memberikan argumen yang kuat, dan menjaga momentum yang telah mereka bangun. Dengan terus menyoroti kegagalan pemerintahan sebelumnya dan menawarkan solusi yang meyakinkan, pasangan calon ini berharap dapat memenangkan dukungan lebih banyak dari warga dan konstituen, menjelang hari pemilihan.

1. Tingkat keberhasilan ekonomi pemerintahan kabupaten jember memiliki tingkat keberhasilan ekonomi cukup baik, namun ada hal yang sedikit mengganjal, dimana isu yang dibangun ini memiliki hal yang berbanding terbalik dengan hasil survey LSI, keberhasilan ekonomi ini mencapai pada cakupan yang tinggi yakni 59%, dimana hal ini sebenarnya berlawanan dengan isu kemiskinan pada saat itu. Ekonomi menjadi hal yang cukup mewakili kondisi kemiskinan masyarakat, dimana hal ini mencerminkan pengakuan bahwa faktor ekonomi memiliki peran yang signifikan dalam menyumbang terhadap tingkat kemiskinan di suatu masyarakat. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan terkait pernyataan tersebut melibatkan:
2. Keterkaitan Antara Ekonomi dan Kemiskinan. Pengakuan bahwa ekonomi mencerminkan kondisi kemiskinan mengindikasikan adanya keterkaitan erat antara parameter ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat.
3. Akses Terhadap Sumber Daya dan Peluang. Keadaan ekonomi dapat mempengaruhi akses masyarakat terhadap sumber daya, peluang pekerjaan, dan fasilitas layanan sosial, yang semuanya dapat berdampak pada tingkat kemiskinan.
4. Pendapatan dan Distribusi Kekayaan. Faktor ekonomi melibatkan pendapatan individu, distribusi kekayaan, dan tingkat pengangguran, yang bersama-sama dapat memberikan gambaran tentang kondisi kemiskinan di suatu daerah.
5. Kondisi Bisnis dan Investasi. Kondisi ekonomi, termasuk pertumbuhan ekonomi, kondisi bisnis, dan tingkat investasi, dapat mempengaruhi penciptaan lapangan kerja dan potensi peningkatan pendapatan masyarakat.
6. Infrastruktur Ekonomi. Ketersediaan infrastruktur ekonomi, seperti akses transportasi dan fasilitas pasar, dapat memainkan peran penting dalam mendukung atau membatasi peluang ekonomi bagi masyarakat.
7. Keberlanjutan Pembangunan Ekonomi. Keberlanjutan pembangunan ekonomi dapat berdampak langsung pada upaya mengurangi tingkat kemiskinan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

8. Program Pemberdayaan Ekonomi. Pemahaman bahwa ekonomi mencerminkan kondisi kemiskinan dapat mendorong pengembangan program pemberdayaan ekonomi yang bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengatasi tantangan ekonomi.
9. Perlunya Pendekatan Holistik. Meskipun ekonomi memainkan peran penting, penting untuk diingat bahwa faktor-faktor sosial, budaya, dan kebijakan juga dapat berkontribusi terhadap tingkat kemiskinan. Oleh karena itu, pendekatan yang holistik diperlukan.

Perlu adanya pemahaman untuk menjalankan analisis yang komprehensif terhadap kondisi ekonomi dan faktor-faktor terkait untuk merancang kebijakan dan program yang efektif dalam mengatasi kemiskinan di masyarakat. Pendekatan terkoordinasi dan berkelanjutan dapat membantu menciptakan dampak positif yang lebih besar dalam mengurangi tingkat kemiskinan.

Selain mengenai isu kemiskinan, pasangan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun melakukan strategi terhadap pasangan calon tentang isu pengangguran yang terjadi di Kabupaten Jember. Diketahui tingkat pengangguran di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2019 hingga tahun 2020. Pada tahun 2019, jumlah pengangguran mencapai 7.045.761 juta jiwa, dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,28%. Namun, pada tahun 2020, angka tersebut meningkat drastis menjadi 9.767.754 juta jiwa, dengan TPT yang naik menjadi 7,07%. Peningkatan ini mencerminkan dampak yang serius dari berbagai faktor, termasuk tetapi tidak terbatas pada dampak pandemi COVID-19 yang merata di seluruh dunia.

Peningkatan tingkat pengangguran ini juga terjadi di tingkat regional, khususnya di Jawa Timur. Pada tahun 2019, TPT di Jawa Timur mencapai 3,92%, namun pada tahun 2020, angkanya melonjak menjadi 5,84%. Faktor-faktor seperti penurunan aktivitas bisnis, pengurangan kapasitas produksi, dan penurunan permintaan konsumen dapat menjadi penyebab utama dari peningkatan tersebut. Peningkatan angka pengangguran di Kabupaten Jember dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 6. Peningkatan Angka Pengangguran di Kabupaten Jember

Kondisi Ketenagakerjaan Kabupaten Jember tahun 2019 -2021

Kondisi Ketenagakerjaan	Tahun		
	2019	2020	2021
Pengangguran terbuka	48.278	67.448	73.017
Tingkat Pengangguran terbuka	3,80%	5,12%	5,43%

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember 2019-202, 2021)

Berdasarkan data tabel yang disajikan, terlihat bahwa tingkat pengangguran di Kabupaten Jember mengalami peningkatan yang cukup mencolok dalam periode dua tahun terakhir. Pada tahun 2019, jumlah pengangguran mencapai 48.278 jiwa, namun angka ini mengalami kenaikan signifikan menjadi 67.448 jiwa pada tahun 2020. Peningkatan yang terus menerus ini mencerminkan adanya tantangan serius dalam menyediakan lapangan pekerjaan di wilayah tersebut. Selain itu, data juga menunjukkan perubahan yang signifikan dalam jumlah tenaga kerja yang terserap di pasar kerja. Pada tahun 2019, tingkat penetrasi tenaga kerja di Kabupaten Jember hanya sebesar 3,80%. Namun, pada tahun 2020, angka ini mengalami peningkatan menjadi 5,12%.

Dengan memperhatikan data mengenai tingkat pengangguran yang signifikan di Kabupaten Jember, Pasangan Calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun telah merespons secara tegas dan proaktif dengan merancang strategi komunikasi yang diwujudkan dalam media cetak, khususnya baliho, yang tersebar di sepanjang jalan Kabupaten Jember. Strategi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat secara visual dan mencolok, membuka mata mereka terhadap realitas bahwa isu pengangguran di wilayah tersebut belum mendapatkan penanganan yang memadai selama periode pemerintahan pasangan calon incumbent. Melalui distribusi baliho di ruang publik, Pasangan Calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun berharap agar masyarakat dapat lebih sadar akan permasalahan pengangguran yang terjadi di lingkungan mereka. Dengan memberikan fakta konkret melalui media cetak, mereka ingin menyampaikan pesan bahwa isu ini bukan sekadar retorika, tetapi merupakan masalah nyata yang memerlukan perhatian dan tindakan nyata. Pendekatan Pasangan Calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun melalui distribusi baliho di ruang publik dengan fokus pada permasalahan pengangguran menunjukkan strategi yang berupaya

meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu tersebut. Beberapa aspek penting terkait dengan pendekatan ini melibatkan:

1. Penekanan pada Fakta Konkret. Melalui distribusi baliho, pasangan calon ingin memberikan informasi konkret dan fakta mengenai masalah pengangguran. Hal ini dapat memperkuat argumen mereka dengan dasar yang kuat.
2. Menyampaikan Isu Sebagai Masalah Nyata. Pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa isu pengangguran bukan hanya sebuah retorika, melainkan masalah nyata yang dapat dirasakan oleh masyarakat sehari-hari.
3. Meningkatkan Kesadaran Masyarakat. Distribusi baliho di ruang publik bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dimensi dan dampak dari permasalahan pengangguran di lingkungan mereka.
4. Tindakan Nyata sebagai Solusi. Dengan menyoroti isu pengangguran, pasangan calon ingin menunjukkan komitmen mereka untuk mengambil tindakan nyata guna menyelesaikan masalah ini jika terpilih.
5. Penggunaan Media Cetak sebagai Alat Edukasi. Baliho sebagai media cetak dapat dianggap sebagai alat edukasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye kepada masyarakat luas.
6. Mengajak Masyarakat untuk Berpartisipasi. Dengan meningkatkan kesadaran, pasangan calon dapat menciptakan dorongan bagi masyarakat untuk terlibat dalam permasalahan ini dan mendukung upaya-upaya penyelesaiannya.
7. Membangun Identitas Kampanye. Melalui distribusi baliho yang fokus pada isu pengangguran, pasangan calon dapat membangun identitas kampanye mereka sebagai yang peka terhadap masalah sosial.
8. Meningkatkan Dukungan Pemilih. Menyoroti isu-isu sosial yang relevan dapat membantu pasangan calon mendapatkan dukungan pemilih yang peduli terhadap permasalahan tersebut.

Penting untuk dicatat bahwa strategi ini juga memiliki tujuan politis yang jelas, yaitu mempertanyakan kinerja pasangan incumbent yang saat ini memegang tanggung jawab dalam menangani isu-isu lokal, termasuk pengangguran. Dengan menyoroti peningkatan jumlah pengangguran selama masa pemerintahan

incumbent, pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun secara implisit menantang keefektifan dan keberhasilan langkah-langkah yang telah diambil oleh pasangan calon incumbent dalam menanggulangi masalah ketenagakerjaan di wilayah tersebut. Dengan adanya kampanye visual ini, Pasangan Calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun berharap dapat membangun kesadaran masyarakat, mendapatkan dukungan publik, dan memberikan dorongan bagi perubahan dalam kepemimpinan untuk mengatasi tantangan ekonomi dan ketenagakerjaan yang dihadapi Kabupaten Jember, sebagai berikut:

Gambar 11. Alat Peraga Kampanye Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun



Sumber: (Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Pada awal kampanye, pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun meluncurkan strategi pertama mereka dengan mengusung slogan yang menjadi ciri khas pergerakan mereka, yakni "Wes Wayahi Mbenahi Jember." Hal ini merupakan strategi propaganda politik melalui slogan, dimana dengan upaya untuk mempengaruhi persepsi publik dan mencapai dukungan politik melalui pesan yang singkat dan mudah diingat. Slogan politik yang efektif dapat menciptakan identitas, menyampaikan pesan kunci, dan membangun citra positif bagi seorang kandidat atau partai politik. Berikut adalah beberapa strategi umum yang digunakan dalam propaganda politik melalui slogan: 1) Sempel dan Mudah Diingat, 2) Emosional dan Mengena, 3) Keterlibatan Pemilih, 4) Menekankan

Prestasi atau Janji, 5) Konsistensi *Branding* 6) Menanggapi Isu Terkini, 7) Menggunakan Alat Komunikasi Visual, 8) Uji Coba dan Evaluasi. Penting untuk diingat bahwa efektivitas sebuah slogan politik dapat bervariasi tergantung pada konteks politik, target audiens, dan dinamika kampanye. Untuk melihat kesesuaian data peneliti melampirkan hasil survey yang dilakukan oleh LSI menunjukkan bahwa 40,2 % isu yang di angkat adalah jalanan yang rusak, selanjutnya adalah kesulitan dalam mencari lapangan kerja sebesar 32,3%, dan terakhir dalam tiga besar isu adalah kesehatan yang mahal, yakni 4,5%. Hal ini berdasarkan masalah khusus yang menjadi perhatian masyarakat.

Gambar 12. Permasalahan Utama di Kabupaten Jember



Sumber: (Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun adalah pilihan yang lebih baik bagi masyarakat Kabupaten Jember yang ingin melihat perubahan substansial. Slogan ini dapat diartikan sebagai sebuah panggilan aksi atau komitmen untuk secara aktif terlibat dalam upaya pembenahan dan perbaikan kondisi di Kabupaten Jember. "Wes Wayahi Mbenahi Jember" mengandung pesan yang kuat bahwa pasangan ini siap dan mampu mengatasi berbagai tantangan dan masalah yang ada, serta memiliki tekad untuk membawa perubahan positif bagi masyarakat.

Dalam survei yang dilakukan, terungkap bahwa tingkat kesukaan terhadap slogan ini mencapai 78,6%, mengungguli tingkat kesukaan terhadap slogan pasangan incumbent yang berbunyi "Pemimpin Perubahan" sebesar 75,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dalam merancang dan mengusung slogan telah berhasil menarik perhatian serta mendapatkan dukungan signifikan dari masyarakat.

Slogan ini tidak hanya menjadi sekadar tagline kampanye, tetapi juga dijadikan landasan untuk merumuskan berbagai misi dan program kerja pasangan tersebut. Setiap inisiatif dan tindakan yang mereka tawarkan kepada masyarakat Kabupaten Jember didasarkan pada prinsip "Wes Wayahi Mbenahi Jember," menciptakan keterkaitan yang kuat antara visi mereka dan harapan masyarakat. Dengan demikian, strategi pertama pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun telah berhasil menciptakan identitas yang kuat, memberikan pesan yang jelas, dan memenangkan dukungan masyarakat dengan tingkat kesukaan yang tinggi terhadap slogan mereka. Strategi ini menjadi dasar untuk kampanye mereka, yang bertujuan untuk membuktikan bahwa mereka adalah pemimpin yang mampu membawa perubahan positif yang diinginkan oleh masyarakat Kabupaten Jember.

Secara keseluruhan, tingginya tingkat kepuasan terhadap kinerja pasangan calon Faida petahana mencerminkan sejauh mana pencapaian kinerja tersebut berhasil menarik perhatian dan dukungan masyarakat. Namun, keberhasilan ini juga harus diimbangi dengan upaya lebih lanjut untuk menangani kelompok masyarakat yang mungkin masih merasa tidak puas atau kurang informasi.

Tabel 7. Tagline / Slogan "Wes Wayahe Mbenahi Jember"

TAGLINE / SLOGAN	Tingkat Pengenalan	Tingkat Kesukaan
Pemimpin Perubahan	20,3%	75,2%
Wes Wayahe Mbenahi Jember	32,0%	78,6%
Sing Pasti Pasti wae	14,0%	71,6%
Harapan Baru	20,7%	71,7%
Jember Guyub Rukun	27,2%	73,1%
Jember Juara	9,8%	74,1%

Tingkat Pengenalan dan Kesukaan paling tinggi yaitu *tagline / slogan* “Wes Wayahe Mbenahi Jember”

Sumber: (Wawancara terhadap Direktur Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Analisis terhadap hasil survei mengenai slogan pasangan calon Hendy Siswanto menunjukkan fakta menarik bahwa meskipun masyarakat mungkin masih tergolong awam dengan sosok Hendy Siswanto, strategi kampanye yang melibatkan slogan atau jingle telah memberikan dampak positif signifikan. Berdasarkan data survei, pasangan calon Hendy Siswanto unggul dengan 78,6% total kesukaan terhadap slogan tersebut. Ini mencerminkan keberhasilan kampanye mereka dalam menciptakan pesan yang menarik dan membangun resonansi positif di kalangan pemilih. Berikut adalah analisis lebih rinci:

1. Efektivitas Slogan

Slogan atau jingle yang digunakan oleh pasangan calon Hendy Siswanto terbukti sangat efektif, karena meraih dukungan sebesar 78,6%. Ini menandakan bahwa pesan yang disampaikan melalui slogan tersebut berhasil menarik perhatian dan mendapatkan simpati dari sebagian besar responden survei.

2. Kesukaan Publik

Tingginya tingkat kesukaan (78,6%) menunjukkan bahwa slogan tersebut tidak hanya sekadar diterima, tetapi juga dianggap positif oleh mayoritas masyarakat. Ini bisa mengindikasikan bahwa pesan yang diusung oleh Hendy Siswanto melalui slogan tersebut sesuai dengan harapan atau nilai-nilai yang diinginkan oleh pemilih.

3. Strategi Emosional atau Menginspirasi

Slogan atau jingle mungkin berhasil menciptakan dampak emosional atau menginspirasi yang signifikan. Pesan yang dapat menyentuh hati atau membangkitkan semangat masyarakat dapat menjadi kunci kesuksesan dalam memenangkan hati pemilih.

4. Branding Hendy Siswanto

Meskipun masyarakat mungkin awam dengan sosok Hendy Siswanto, strategi kampanye dengan menggunakan slogan berhasil membantu membangun identitas dan citra positif. Dengan begitu, pemilih dapat mulai mengenali dan mengidentifikasi pasangan calon berdasarkan pesan-pesan yang disampaikan melalui kampanye ini.

5. Dukungan Potensial

Tingginya tingkat kesukaan terhadap slogan dapat mengindikasikan potensi dukungan yang kuat dari pemilih, terutama jika pasangan calon mampu mempertahankan atau meningkatkan kualitas kampanye mereka seiring berjalannya waktu.

Program Makan Jumat Gratis Setelah Sholat Jumat adalah salah satu inisiatif yang diambil oleh pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam rangka memperkenalkan diri mereka kepada masyarakat dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan warga Kabupaten Jember. Program ini bertujuan untuk menunjukkan komitmen pasangan calon untuk memperhatikan kebutuhan masyarakat, terutama yang terkait dengan kebutuhan dasar seperti makanan.

Melalui program ini, pasangan calon memberikan makanan gratis kepada warga setelah mereka menunaikan sholat Jumat. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi masyarakat, tetapi juga memungkinkan pasangan calon untuk berinteraksi langsung dengan warga dan mendengarkan keluhan serta aspirasi mereka.

Sosialisasi kampanye dengan memanfaatkan toko fashion milik istri Bupati Hendy Siswanto yang bernama Reincollection di Jember merupakan salah satu strategi kampanye yang menarik. Dalam strategi ini, toko fashion tersebut digunakan sebagai tempat sosialisasi kampanye pasangan calon dengan cara memberikan hadiah kecil kepada setiap pembeli.

Strategi ini memiliki beberapa keuntungan. Pertama, toko fashion Reincollection sudah dikenal luas di Jember, sehingga menjadi tempat yang strategis untuk menjangkau banyak orang. Kedua, dengan memberikan hadiah kecil kepada setiap pembeli, kampanye pasangan calon bisa lebih dekat dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran mereka tentang pilihan mereka pada Pilkada Jember.

Strategi ini tidak hanya memperkuat keterlibatan masyarakat dalam proses demokrasi, tetapi juga memberikan kesempatan bagi pasangan calon Hendy-Firjaun untuk berinteraksi langsung dengan warga, memperkuat hubungan mereka, dan membangun kepercayaan.

Dengan memastikan bahwa kampanye yang dilakukan di toko fashion Reincollection tidak mengganggu aktivitas pembeli, dan menyediakan suasana yang santai dan menyenangkan, pasangan calon dapat menciptakan pengalaman positif bagi masyarakat. Hal ini akan memicu minat yang lebih besar dari masyarakat untuk mendengarkan pesan-pesan kampanye mereka, dan pada akhirnya meningkatkan dukungan untuk pasangan calon tersebut.

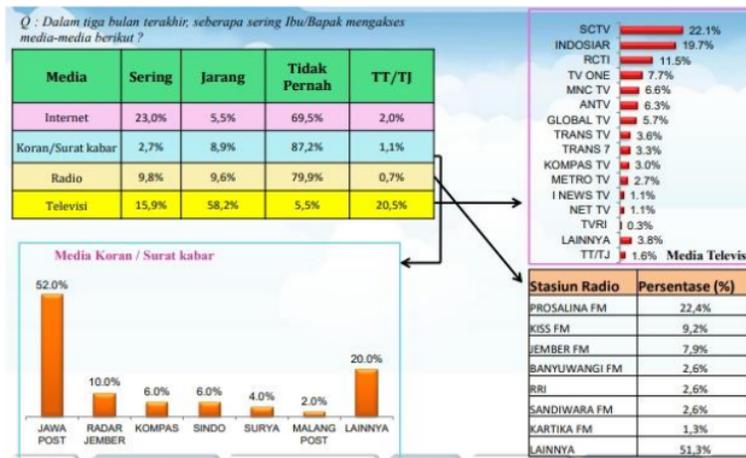
Penyampaian kampanye juga tidak melulu dilakukan di media outdoor, namun dapat juga dilakukan dengan menggunakan mediasosial, adapun manfaat media social dapat membantu kampanye didasari dengan beberapa hal, Benar, penggunaan media sosial sebagai alat kampanye memiliki sejumlah manfaat yang dapat mendukung efektivitas kampanye politik. Berikut adalah beberapa hal yang dapat dijadikan dasar untuk memahami manfaat dari kampanye melalui media sosial:

1. Jangkauan yang Luas. Media sosial memungkinkan pasangan calon untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Informasi dan pesan kampanye dapat disampaikan kepada pemilih potensial di berbagai lokasi geografis.
2. Interaksi Langsung dengan Pemilih. Melalui media sosial, pasangan calon dapat berinteraksi langsung dengan pemilih, memberikan kesempatan bagi pemilih untuk mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, dan terlibat secara aktif dalam diskusi politik.

3. Pembaruan Cepat dan Terkini. Media sosial memungkinkan pasangan calon untuk memberikan pembaruan cepat dan terkini mengenai aktivitas kampanye, acara, atau perkembangan terbaru. Hal ini dapat mempertahankan minat dan perhatian pemilih.
4. Pemantauan Sentimen. Analisis sosial media dapat digunakan untuk memantau sentimen publik terhadap kampanye. Ini memberikan wawasan yang berharga untuk menyesuaikan strategi kampanye dan merespons perubahan pandangan masyarakat.
5. Berbagi Konten Multimedia. Media sosial memungkinkan pasangan calon untuk berbagi konten multimedia, seperti video, gambar, dan infografis, yang dapat membuat kampanye lebih menarik dan mudah dipahami oleh pemilih.
6. Mobilisasi Pemilih. Media sosial dapat digunakan untuk membantu dalam mobilisasi pemilih, termasuk menyebarkan informasi tentang tempat pemungutan suara, waktu pemilihan, dan mengingatkan pemilih untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi.
7. Pendekatan Target. Media sosial memungkinkan pasangan calon untuk menerapkan pendekatan target dengan menyajikan pesan kampanye kepada kelompok pemilih tertentu berdasarkan demografis, minat, atau lokasi geografis.
8. Keterlibatan Generasi Muda. Generasi muda cenderung lebih aktif di media sosial. Oleh karena itu, kampanye melalui platform ini dapat membantu pasangan calon dalam meraih dukungan dari segmen pemilih ini.
9. Biaya yang Lebih Efisien. Kampanye melalui media sosial dapat menjadi alternatif yang lebih ekonomis daripada media konvensional. Dengan biaya yang lebih rendah, pasangan calon dapat mencapai audiens yang lebih besar.
10. Peningkatan Kesadaran. Media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kampanye, visi, dan rencana aksi pasangan calon.

Dalam menyusun strategi yang baik dan melibatkan tim yang terampil dalam manajemen media sosial untuk memastikan efektivitas kampanye. Selain itu, perlunya menjaga integritas dan keberlanjutan komunikasi yang positif di media sosial. Melanjutkan statement diatas peneliti akan melampirkan aksebelitas pada media sosial sebagai berikut.

Gambar 13. Tingkat Pengenalan Paslon Melalui Media Massa



Sumber: (Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Berdasarkan hal tersebut dapat di ketahui bahwa internet dan media sosial menjadi hal paling sering diakses oleh masyarakat. Dalam strategi pemenangan pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun, mereka mengadopsi pendekatan Door to Door yang bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pemilih, khususnya kepala keluarga. Strategi ini dirancang dengan harapan bahwa kepala keluarga, sebagai tokoh sentral dalam dinamika keluarga, dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi anggota keluarga lainnya untuk memberikan dukungan pada pasangan calon tersebut.

Tim kampanye Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun telah merancang rencana yang terstruktur untuk pelaksanaan strategi Door to Door. Dalam setiap kunjungan, tim tersebut tidak hanya memberikan informasi terkait visi dan misi pasangan calon, tetapi juga memberikan buah tangan berupa kaos, kalender, dan

flyer yang mencantumkan informasi kampanye pasangan tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan positif dan meninggalkan jejak visual yang dapat dikenang oleh pemilih.

Pentingnya mendapatkan dukungan kepala keluarga sebagai agen persuasif menjadi fokus utama. Tim kampanye memberikan pendekatan persuasif kepada kepala keluarga, menjelaskan secara rinci mengenai program-program yang akan diimplementasikan oleh pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun. Melalui dialog yang terarah dan memberikan kesempatan kepada kepala keluarga untuk mengungkapkan kebutuhan dan aspirasi mereka, tim kampanye berharap dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat.

Selain itu, untuk memantau sejauh mana kampanye Door to Door telah menjangkau masyarakat, tim kampanye Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun menggunakan tanda pengenal berupa sticker. Sticker tersebut ditempelkan di rumah kepala keluarga yang telah menerima kunjungan Door to Door, menciptakan jejak visual yang dapat dijadikan indikator keberhasilan kampanye di berbagai wilayah Kabupaten Jember.

Dengan demikian, strategi Door to Door yang difokuskan pada kepala keluarga ini bukan hanya sekadar menyebarkan informasi, tetapi juga merupakan upaya untuk membangun koneksi personal, memperkuat ikatan emosional, dan menciptakan dukungan yang berkelanjutan dari tingkat keluarga hingga tingkat komunitas dalam mendukung pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun.

Dalam rangka kampanye Door to Door, sekitar 65% dari keseluruhan kegiatan tersebut dilakukan di wilayah pedesaan. Pilihan ini diambil dengan mempertimbangkan bahwa sebagian besar masyarakat pedesaan mungkin kurang atau bahkan tidak tahu tentang pasangan calon yang akan bersaing dalam Pilkada Kabupaten Jember Tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh minimnya akses informasi di wilayah tersebut.

Di pedesaan, masyarakat seringkali memiliki keterbatasan akses terhadap informasi terkini, termasuk mengenai pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun. Oleh karena itu, melalui kampanye Door to Door, tim kampanye berusaha untuk memberikan pemahaman mendalam tentang pasangan calon ini kepada masyarakat pedesaan. Tujuannya adalah agar setiap pemilih dapat membuat

keputusan yang informasional dan didasarkan pada pengetahuan yang memadai tentang visi dan misi pasangan tersebut.

Sebaliknya, di perkotaan, pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun telah meraih simpati suara yang signifikan. Hal ini dapat diatributkan pada latar belakang Hendy Siswanto sebagai seorang birokrat dan M.Balya Firjaun sebagai anak dari seorang guru besar NU di Kabupaten Jember. Keduanya memiliki profil yang dikenal dan dihargai di lingkungan perkotaan, yang secara inheren lebih terkoneksi dengan berbagai informasi politik dan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang latar belakang calon.

Dengan memfokuskan sebagian besar kampanye Door to Door di pedesaan, tim kampanye Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun berupaya mengurangi kesenjangan informasi dan memastikan bahwa setiap lapisan masyarakat memiliki akses yang setara terhadap informasi mengenai pasangan calon ini. Upaya ini sejalan dengan prinsip demokrasi yang menghargai partisipasi setiap individu, tanpa memandang latar belakang geografis atau sosial.

Gambar 14. Pelaksanaan Kampanye Door to Door



Sumber: (Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Efektivitas kampanye *door to door* (mendatangi rumah ke rumah) dapat bervariasi tergantung pada konteks, target audiens, dan strategi yang diterapkan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas kampanye *door to door* melibatkan:

1. Keterlibatan Personal

Mendatangi rumah ke rumah memungkinkan keterlibatan personal antara kampanye dan pemilih. Interaksi langsung ini dapat menciptakan kesan yang lebih mendalam dan personal.

2. Komunikasi Dua Arah

Kampanye *door to door* memberikan kesempatan bagi pemilih untuk menyampaikan pertanyaan, keprihatinan, atau pandangan langsung kepada calon atau tim kampanye. Ini menciptakan komunikasi dua arah yang lebih interaktif.

3. Pengaruh Relasional

Interaksi langsung dapat membantu dalam membangun hubungan dan kepercayaan antara pemilih dan calon. Hal ini dapat memiliki dampak positif pada keputusan pemilih.

4. Penjelasan Program dan Kebijakan

Dengan mendatangi rumah-rumah, kampanye dapat memberikan penjelasan lebih lanjut tentang program dan kebijakan calon. Ini dapat membantu pemilih memahami lebih baik visi dan misi calon.

5. Memperbaiki Kesalahpahaman

Mendatangi rumah juga memberikan kesempatan untuk memperbaiki kesalahpahaman atau mencegah penyebaran informasi yang tidak benar yang mungkin muncul selama kampanye.

6. Mobilisasi Pemilih

Kampanye *door to door* dapat membantu dalam mobilisasi pemilih, terutama jika dilakukan dengan pendekatan persuasif yang kuat. Pemilih yang merasa didengar dan dihargai cenderung lebih termotivasi untuk memberikan dukungan.

7. Ketertarikan pada Isu Lokal

Kampanye door to door dapat sangat efektif di tingkat lokal, terutama jika calon atau tim kampanye dapat menyoroti isu-isu spesifik yang penting bagi warga setempat.

8. Konteks Budaya dan Sosial

Efektivitas kampanye door to door juga dipengaruhi oleh konteks budaya dan sosial. Di beberapa komunitas, pendekatan ini mungkin lebih diterima, sementara di tempat lain mungkin dianggap sebagai gangguan.

Meskipun kampanye door to door memiliki potensi untuk menciptakan dampak yang signifikan, perlu diperhatikan bahwa strategi ini juga memiliki beberapa potensi kendala, seperti:

1. Waktu dan Tenaga

Kampanye door to door membutuhkan waktu dan tenaga yang signifikan, terutama jika targetnya adalah wilayah yang luas.

2. Keamanan dan Privasi

Beberapa orang mungkin merasa khawatir terkait keamanan dan privasi mereka jika orang asing mendatangi rumah mereka.

3. Pentingnya Peningkatan Digital

Di era digital, beberapa pemilih mungkin lebih terbiasa dengan kampanye online, dan pendekatan door to door mungkin kurang relevan bagi sebagian kelompok pemilih.

Dengan memahami konteks lokal, mendengarkan kebutuhan pemilih, dan menerapkan pendekatan yang sesuai, kampanye door to door dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun dukungan dan mengkomunikasikan pesan kampanye.

Pasangan calon Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun menunjukkan strategi kampanye yang sangat mencolok dalam tiga acara debat Pilkada Kabupaten Jember 2020 yang diselenggarakan oleh KPU Jember. Dalam keseluruhan rangkaian debat tersebut, pasangan ini secara konsisten berhasil unggul dan mampu membuat pasangan calon incumbent terdiam. Fakta ini menjadi sangat menarik, mengingat ketiga acara debat tersebut menjadi ajang yang signifikan dalam mengukur kemampuan dan argumentasi dari setiap pasangan calon.

Dalam Acara Debat Pertama, Hendy Siswanto muncul sebagai sosok yang sangat proaktif dan gigih dalam menanggapi serta menepis pernyataan yang dikeluarkan oleh pasangan calon incumbent. Sejak awal hingga akhir acara, Hendy Siswanto secara intens menghadapi dan merespons setiap pernyataan yang diajukan oleh pasangan incumbent. Pasangan incumbent, dalam upayanya untuk mempromosikan kinerja mereka, menyajikan beberapa pernyataan yang diketahui tidak sesuai dengan fakta, bahkan dianggap sebagai kebohongan. Di sinilah Hendy Siswanto menunjukkan ketangguhan dengan menyajikan data konkrit yang mencerminkan realitas keadaan masyarakat Jember.

Salah satu momen signifikan adalah ketika Hendy Siswanto menghadirkan data mengenai indeks kesejahteraan masyarakat Jember. Sementara pasangan incumbent mengklaim bahwa tingkat kesejahteraan telah meningkat secara signifikan selama periode jabatan mereka, Hendy Siswanto dengan tegas menolak klaim tersebut. Dia membuktikan argumennya dengan merinci situasi lapangan, termasuk kejadian tragis di rumah sakit yang mengakibatkan kehilangan anak secara tragis dan aduan seorang ibu rumah tangga. Angka kematian ibu dan bayi di Kabupaten Jember mencapai tingkat tertinggi se-Jawa Timur selama tahun 2020, seperti yang diungkapkan oleh Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa, dalam rilis data kematian ibu dan bayi. Persoalan ini menjadi perhatian utama setelah data tersebut disampaikan oleh Gubernur. Berdasarkan hasil beberapa studi, teridentifikasi beberapa faktor penyebab, mulai dari pencemaran lingkungan, masalah gizi, hingga pernikahan dini. Namun, dari berbagai faktor tersebut, pencemaran lingkungan dianggap sebagai penyebab utama.

Rata-rata kasus kematian ibu dan bayi tidak terjadi di rumah, melainkan setelah mereka dibawa ke fasilitas kesehatan seperti rumah sakit. Selama tahun 2020, angka kematian ibu selama proses kehamilan hingga persalinan di Jember mencapai 61 orang. Angka kematian bayi juga mencapai 324 jiwa, kedua data ini merupakan yang tertinggi di antara kota-kabupaten lain di Jawa Timur. "Jember memiliki tingkat kematian ibu yang tertinggi, ini merupakan masalah serius. Angka Kematian Ibu (AKI) berada di posisi juara satu, merupakan yang tertinggi, begitu juga dengan angka kematian bayi, oleh karena itu, saya meminta agar

semua catatan ini harus diintervensi seefektif dan seefisien mungkin. Kita perlu mengetahui apa penyebabnya," ungkap ⁸ Khofifah.

Selain angka kematian ibu dan bayi, Khofifah juga menyoroti kasus stunting di Jember yang jauh dari target yang diinginkan. "Angka stunting di Jember sangat tinggi, mencapai 37,94, ini jauh di atas rata-rata nasional dan provinsi Jawa Timur. Saya harap ini akan menjadi prioritas yang lebih besar. Angka kematian ibu, angka kematian bayi, dan stunting merupakan bagian penting dalam pembentukan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan berdaya saing," tegasnya.

Kondisi Ibu Ulfah juga yang menggambarkan sulitnya menyekolahkan anaknya hingga menjadi Sarjana karena kurangnya kuota PNS di Kabupaten Jember. Selain itu, Hendy Siswanto menyoroti perubahan dalam susunan organisasi, tugas dan fungsi, serta tata kerja (KSOTK) yang dilakukan oleh pasangan incumbent. Dengan membawa fakta dan rincian peraturan bupati Jember tentang KSOTK yang diterbitkan pada 3 Januari 2019, Hendy Siswanto mengungkapkan dugaan pelanggaran terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah serta peraturan pelaksanaannya. Poin ini menciptakan kesan bahwa pasangan incumbent tidak hanya membuat klaim yang tidak akurat, tetapi juga melakukan langkah-langkah administratif yang dapat dipertanyakan.

Secara keseluruhan, strategi pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam Acara Debat Pilkada Kabupaten Jember 2020 mencerminkan kesiapan mereka dalam menyajikan data konkret, menanggapi klaim lawan dengan argumen yang kuat, dan mempertanyakan langkah-langkah kebijakan yang diambil oleh pasangan incumbent. Dengan penekanan pada fakta dan kejadian nyata di lapangan, pasangan ini berhasil menciptakan narasi yang meyakinkan dan membangun kepercayaan masyarakat.

Perubahan dalam Susunan Organisasi dan Tata Kerja (SOTK) yang diterapkan oleh Pasangan Incumbent memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat Kabupaten Jember. Dampak tersebut secara tidak langsung menciptakan pelanggaran terhadap hak masyarakat Jember untuk memperoleh peluang pekerjaan sebagai aparatur sipil negara.

Gambar 15. Disalokasi Kuota CPNS di Kabupaten Jember



Sumber: (Beritajatim.com, 2020)

Keputusan Pasangan Incumbent untuk mengubah SOTK membawa konsekuensi serius, terutama terkait dengan penerimaan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) di wilayah tersebut. Dalam praktiknya, perubahan ini menyebabkan Pemerintah Kabupaten Jember tidak memperoleh kuota formasi CPNS pada tahun 2019, sebagaimana yang diumumkan dalam Pengumuman MenPAN-RB Republik Indonesia Nomor: B/1069/M.SM.01.00/2019 tentang Informasi Penerimaan Calon Pegawai Negeri Sipil Tahun Anggaran 2019 di lingkungan pemerintah pusat dan daerah.

Dengan tidak adanya kuota formasi CPNS, hak masyarakat Jember untuk mendapatkan pekerjaan sebagai aparatur sipil negara menjadi terbatas. Ini menciptakan ketidaksetaraan dalam peluang kerja di sektor pemerintahan dan merugikan warga yang memiliki aspirasi untuk berkontribusi dalam pelayanan publik. Pelanggaran hak masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan sebagai aparatur sipil negara terjadi secara tidak langsung karena kebijakan perubahan SOTK yang diambil oleh Pasangan Incumbent.

Dengan demikian, dampak perubahan SOTK ini tidak hanya menciptakan ketidaksetaraan dalam distribusi pekerjaan di Kabupaten Jember, tetapi juga merugikan aspirasi masyarakat yang berkeinginan untuk mengabdikan diri sebagai bagian dari pemerintahan daerah. Hal ini menggambarkan pentingnya keterbukaan dan pertimbangan yang cermat dalam setiap perubahan kebijakan, terutama yang berkaitan dengan penerimaan CPNS, untuk memastikan keadilan dan hak setiap warga negara diakui dan dihormati.

Point menarik lainnya terdapat didalam debat kedua mengenai isu peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan penyelesaian persoalan daerah. Calon Bupati dan Wakil Bupati Jember nomor urut dua, Hendy Siswanto-Moh Balya Firjaun Barlaman, menjelaskan konsep "Smart Village" atau desa cerdas sebagai solusi dalam debat kedua Pilkada Jember 2020. Debat ini juga dipantau secara virtual oleh warga Jember melalui televisi dan kanal YouTube.

Gambar 16. Pelaksanaan Debat Pilkada Kabupaten Jember 2020

Pilkada 2020

Smart Village Ala Pasangan Hendy-Firjaun untuk Selesaikan Permasalahan di Kabupaten Jember

Selasa, 24 November 2020 09:04 WIB

Penulis: [Sri Wahyunik](#) | Editor: [Titis Jati Permata](#)



Sumber: (Surabaya.tribunnews.com, 2020)

Dalam debat tersebut, Calon Bupati Hendy Siswanto menyatakan bahwa fokus utama mereka adalah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat desa melalui edukasi, kewirausahaan, dan informasi. Konsep Smart Village dijadikan pijakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang ada di desa, dengan tujuan mengembalikan hak-hak masyarakat desa yang mungkin terabaikan.

Calon Wakil Bupati Moh Balya Firjaun Barlaman menambahkan bahwa salah satu strategi untuk menyelesaikan permasalahan daerah adalah dengan mempermudah urusan perizinan. Gus Firjaun, sapaan akrabnya, menegaskan bahwa semua proses perizinan harus disederhanakan dan dipercepat melalui satu lembaga Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Selain itu, mereka juga berencana

menerapkan sistem *e-planning* dan *e-budgeting*, serta melibatkan masyarakat dalam setiap program pembangunan.

Gus Firjaun juga menekankan pentingnya transparansi, termasuk transparansi dalam penggunaan anggaran, sebagai langkah preventif untuk menghindari praktik korupsi. Dengan menggarisbawahi keterlibatan masyarakat, mereka berharap dapat menciptakan desa yang cerdas, efisien, dan terhindar dari potensi tindak korupsi.

Pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun secara cermat menghadapi isu-isu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat Jember, dan mereka mengusung konsep Smart Village sebagai solusi inovatif. Program ini telah berhasil mendapatkan simpati luas dari masyarakat, khususnya mereka yang bergerak di sektor pertanian dan perkebunan. Masyarakat ini sangat antusias menunggu rilis resmi mengenai program tersebut, mengingat pengalaman kurang perhatian terhadap mereka selama masa jabatan pasangan incumbent.

Dalam konteks pertanian, Kabupaten Jember dikenal dengan hasil 3C (Cocoa, Coffee, Cerutu). Sayangnya, meskipun memiliki potensi besar, Kabupaten Jember minim mendapatkan perhatian dari investor. Para petani dan tukang kebun merasa kurang diakui dan didukung oleh pemerintah selama ini. Hal ini menjadi latar belakang bagi pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun untuk menjadikan isu ini sebagai fokus utama kampanye mereka.

Pasangan ini berkomitmen untuk membangun sinergi yang baik antara masyarakat dan pemerintah jika terpilih, dengan tujuan meningkatkan perhatian terhadap potensi jenis tanaman pangan, hortikultura, dan perkebunan yang dimiliki oleh Kabupaten Jember. Dengan cara ini, mereka berharap dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Investasi yang tinggi diharapkan dapat mengalir ke Jember, menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Gambar 17. Potensi Alam di Kabupaten Jember



Sumber: (Kompasiana.com, 2022)

Sebagai contoh, Kakao dan kopi merupakan dua tanaman perkebunan unggulan di Kabupaten Jember. Daerah Kaliwining memiliki luas lahan 160 ha untuk Kakao, sementara produksi kopi mencapai 2.368 ton dengan luas lahan mencapai 4.658 ha, dan mencapai produktivitas 11.859 kg/hektar. Kecamatan Silo menjadi penyumbang terbesar produksi kopi robusta di Jember, terutama Desa Sidomulyo yang diakui memiliki mutu kopi yang baik.

Investasi dalam sektor 3C (Cocoa, Coffee, Cerutu) dipandang sebagai langkah yang strategis, mengingat tren konsumsi kopi meningkat pesat dalam dekade terakhir. Dengan rata-rata pertumbuhan 8-10% per tahun, investasi ini diharapkan akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten Jember, menciptakan nilai investasi yang tinggi dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat setempat.

Strategi kampanye dalam Pilkada Jember ini terdiri dari beberapa elemen penting, termasuk debat publik, kampanye tatap muka, dan faktor personal individu pasangan calon. Debat publik merupakan salah satu metode kampanye yang diatur dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 13 Tahun 2020 tentang pelaksanaan Pilkada serentak lanjutan dalam kondisi bencana non-alam COVID-19. Pada Pilkada Jember, KPU Jember telah melakukan tiga kali debat publik yang diikuti oleh tiga pasangan calon.

Debat publik ini bertujuan untuk menyebarluaskan profil, misi visi, dan program kerja pasangan calon kepada seluruh masyarakat atau pemilih di Kabupaten Jember. Selain itu, debat publik juga bertujuan untuk memberi tahu informasi secara menyeluruh kepada pemilih sebagai bahan pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihannya pada pemungutan suara nanti. Dalam PKPU juga

mengatur peserta yang hadir dalam acara debat publik yang diselenggarakan di salah satu lembaga penyiaran publik atau swasta wajib menerapkan protokol kesehatan pencegahan dan pengendalian COVID-19.

Namun, pengamat politik Universitas Jember Dr Muhammad Iqbal mengatakan bahwa debat publik tidak signifikan untuk memengaruhi pilihan para pemilih pada pasangan calon di Pilkada Jember. Ia menyebutkan bahwa riset Mitchell McKinney dan Benyamin R Warner mengenai empat debat kandidat Presiden Amerika Serikat dari tahun 2000 hingga 2012 menilai debat kandidat tidak memberikan efek dramatis bagi suara pasangan calon. Iqbal juga menjelaskan bahwa debat publik tidak berpengaruh pada tinggi rendahnya partisipasi pemilih untuk datang mencoblos di tempat pemungutan suara. Menurutnya, partisipasi masyarakat terutama hanya bisa dipengaruhi oleh sosialisasi yang efektif baik yang dilakukan oleh KPU, parpol, pasangan calon, tim sukses maupun pelibatan semua lapisan tokoh agama masyarakat.

Selain debat publik, kampanye tatap muka juga menjadi strategi penting dalam Pilkada Jember. Pasangan calon Hendy-Firjaun melakukan kampanye tatap muka dengan mengadakan event charity setiap bulan Ramadhan, seperti nasi kotak untuk buka puasa. Kampanye tatap muka ini bertujuan untuk mendekatkan diri dengan masyarakat dan memperkenalkan pasangan calon kepada pemilih.

Faktor personal individu pasangan calon juga berpengaruh dalam strategi kampanye. Pasangan calon Hendy-Firjaun memanfaatkan kepopuleran istri Hendy yang memiliki usaha Reincollection yang terkenal di Jember dan juga memanfaatkan latar belakang Firjaun sebagai anak guru besar NU untuk mendapatkan dukungan dari kalangan santri dan masyarakat yang kental dengan nilai-nilai keagamaan.

Dengan demikian, debat publik, kampanye tatap muka, dan faktor personal individu pasangan calon merupakan strategi kampanye yang penting dalam Pilkada Jember. Meskipun debat publik tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada pemilih, kampanye tatap muka dan faktor personal individu pasangan calon tetap menjadi faktor penting dalam mempengaruhi pemilih.

Salah satu langkah strategis yang diambil oleh pasangan calon adalah memanfaatkan media ruang publik, khususnya *billboard*, untuk menyuarakan

pesan mereka. *Billboard* dipilih dengan strategis, ditempatkan di pusat kota Jember tepat di depan kantor DPRD Kabupaten. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan matang, karena merupakan titik strategis yang sering dilewati oleh warga setempat, pejabat pemerintahan, dan orang-orang yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan.

Gambar 18. Alat Peraga Kampanye Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun



Sumber: (Lingkaran Survei Indonesia, 2020)

Desain *billboard* tersebut dirancang untuk mencerminkan urgensi isu kemiskinan yang tengah dihadapi oleh masyarakat Jember. Mungkin ada penggunaan gambar dan statistik yang mencengangkan untuk menyoroti permasalahan tersebut. Pesan-pesan yang jelas dan tegas tentang rencana tindakan konkrit pasangan calon untuk mengatasi masalah tersebut dihadirkan dalam bentuk kata-kata yang mudah dipahami dan meyakinkan. Pemanfaatan media ruang publik, seperti baliho, sebagai media kampanye memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan oleh tim kampanye. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait dengan efektivitas penggunaan baliho dalam

kampanye politik, kali ini peneliti akan menjelaskan kelebihan Penggunaan Baliho, sebagai berikut:

1. *Visibility* Tinggi, baliho yang ditempatkan di lokasi strategis memiliki potensi untuk dilihat oleh banyak orang, meningkatkan eksposur kampanye.
2. Menciptakan Identitas Visual, baliho dapat membantu dalam menciptakan identitas visual yang kuat untuk kandidat atau partai politik. Desain yang menarik dan mudah diingat dapat meningkatkan kesan pemilih terhadap kampanye.
3. Pesan yang Jelas, baliho dapat menyampaikan pesan yang singkat dan jelas, terutama jika didukung oleh gambar atau logo yang kuat. Efektif untuk menyuarakan slogan kampanye atau pesan inti.
4. Mencakup Wilayah Luas, Pemasangan baliho di berbagai wilayah kota atau kabupaten dapat membantu mencakup pemilih potensial yang lebih luas.
5. Kepentingan Lokal, Baliho dapat digunakan untuk menyoroti isu-isu atau program-program yang spesifik untuk wilayah tertentu, menarik perhatian pemilih lokal.

Sementara untuk kekurangan dalam penggunaan baliho, memiliki dampak pada kontes politik sebagai berikut

1. Biaya Tinggi, pembuatan dan pemasangan baliho dapat memerlukan biaya yang tinggi, terutama jika lokasi yang diinginkan adalah area pemasangan baliho yang strategis.
2. Tidak Ramah Lingkungan, baliho yang terbuat dari bahan plastik atau *vinyl* dapat menciptakan limbah dan mencemari lingkungan setelah kampanye selesai.
3. Gangguan Visual dan Kemacetan, terlalu banyak baliho di suatu area dapat menjadi gangguan visual dan bahkan menyebabkan kemacetan lalu lintas jika tidak ditempatkan dengan bijak.
4. Ketidakpastian Dampak, meskipun baliho dapat terlihat oleh banyak orang, tidak selalu dapat diukur dengan pasti sejauh mana dampaknya terhadap pemilih atau keputusan suara.

5. Rentan terhadap Kerusakan atau Sabotase, baliho rentan terhadap kerusakan atau sabotase, seperti dipotong atau dicoret, yang dapat merusak citra kampanye
6. Mungkin Tidak Sesuai dengan Demografi Target, pemasangan baliho mungkin tidak selalu sesuai dengan demografi target pemilih tertentu, terutama jika wilayah tersebut kurang relevan secara politik.

Dalam menyusun strategi kampanye, tim harus mempertimbangkan dengan cermat kelebihan dan kekurangan penggunaan baliho, dan memastikan bahwa pemanfaatannya sesuai dengan tujuan kampanye serta nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang dipegang oleh kandidat atau partai politik. Selain itu, kombinasi dengan media kampanye lainnya dapat meningkatkan efektivitas keseluruhan kampanye.

Program kampanye terbatas via Zoom dan senam menjaga imunitas saat COVID adalah inisiatif yang diambil oleh pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun untuk berinteraksi dengan pemilih secara virtual dan memberikan manfaat kesehatan kepada mereka. Program ini bertujuan untuk memperluas jangkauan kampanye mereka dan memberikan dukungan kepada masyarakat dalam menjaga kesehatan mereka selama pandemi COVID-19.

Melalui program ini, pasangan calon dapat berbicara langsung dengan pemilih melalui platform Zoom, memberikan informasi tentang visi dan rencana aksi mereka, serta menjawab pertanyaan dari pemilih. Ini memungkinkan pasangan calon untuk tetap terhubung dengan pemilih dan memperkuat hubungan mereka dengan masyarakat.

Selain itu, program ini juga menyediakan sesi senam yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran pemilih. Senam yang dilakukan secara rutin dapat membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh, yang sangat penting dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Program kampanye terbatas via Zoom dan senam menjaga imunitas saat COVID adalah contoh strategi kampanye yang inovatif dan berorientasi pada kepentingan masyarakat. Program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada pemilih, tetapi juga membantu pasangan calon untuk membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat dan memperluas dukungan mereka.

Selain itu, program kampanye ke pelosok desa untuk melihat masalah jalan rusak merupakan salah satu inisiatif yang dilakukan oleh pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam upaya untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kondisi infrastruktur di daerah pedesaan Kabupaten Jember. Program ini bertujuan untuk menunjukkan komitmen pasangan calon untuk memperbaiki infrastruktur jalan yang rusak, yang merupakan salah satu isu penting yang dihadapi oleh masyarakat pedesaan.

Melalui program ini, pasangan calon dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat di pelosok desa, mendengarkan keluhan mereka, dan melihat sendiri kondisi jalan yang rusak. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi pasangan calon untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat tentang masalah infrastruktur, tetapi juga memungkinkan mereka untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat pedesaan.

Selain itu, program kampanye ke pelosok desa juga dapat membantu pasangan calon untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan mendengarkan langsung keluhan dan kebutuhan masyarakat pedesaan, pasangan calon dapat menyusun program-program yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat tersebut.

IV.6 Faktor Kemenangan dari *Background* Wakil Bupati Sebagai Anak Guru Besar NU & Pemilik Pesantren

Wakil Bupati M. Balya Firjaun memiliki latar belakang yang kuat dalam lingkungan keagamaan dan pendidikan, sebagai anak dari Guru Besar NU dan pemilik pesantren. Hal ini memberikan keuntungan strategis bagi pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam konteks pemilihan di Kabupaten Jember yang masih kental dengan nilai-nilai keislaman dan menghormati tokoh-tokoh agama. Dalam wawancara dengan Direktur LSI selaku konsultan politik, disebutkan bahwa Wakil Bupati M. Balya Firjaun lebih terfokus dalam mengambil hati santri, karena latar belakangnya yang kuat di lingkungan pesantren.

Selain itu, latar belakang M. Balya Firjaun sebagai anak dari Guru Besar NU dan pemilik pesantren juga memberikan kesan bahwa ia memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan aspirasi masyarakat, terutama di wilayah

pedesaan dan lingkungan pesantren. Hal ini sejalan dengan visi dan misi pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun yang menekankan pada pembangunan infrastruktur dan perbaikan jalan desa untuk mendukung hasil pertanian, kopi, kakao, dan tembakau di Kabupaten Jember.

Dengan demikian, faktor kemenangan dari background Wakil Bupati sebagai anak Guru Besar NU dan pemilik pesantren dapat dilihat dari kemampuan Wakil Bupati untuk memahami dan mengakomodasi kebutuhan serta aspirasi masyarakat, terutama di wilayah pedesaan dan lingkungan pesantren. Hal ini memberikan keunggulan strategis bagi pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam memenangkan pemilihan di Kabupaten Jember, yang masih kental dengan nilai-nilai keislaman dan menghormati tokoh-tokoh agama.

IV.7 Naiknya Elektabilitas Pasangan Calon Karena Telah Melaksanakan Kampanye

Berdasarkan hasil *quick count* Pilkada Jember yang mencapai 95,77 persen dari TPS sampling, pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomor urut 2, Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun Barlaman, berhasil unggul dengan persentase suara sebesar 47,95 persen. Keunggulan elektabilitas pasangan ini kemungkinan besar disebabkan oleh efektivitas kampanye yang mereka lakukan. Salah satu strategi yang mereka terapkan adalah melaksanakan kampanye dengan mengandalkan jaringan sosial dan pengaruh dari background politik dan nonpolitik mereka. Hendy Siswanto, dengan latar belakang sebagai seorang birokrat (PNS) dan pengusaha, telah membangun investasi politik dan nonpolitik sejak jauh sebelum pencalonan, sementara Balya Firjaun, sebagai anak seorang Guru Besar NU dan pemilik pesantren, memperoleh dukungan kuat dari kalangan santri dan masyarakat yang kental dengan nilai-nilai keagamaan.

Dalam pandemi COVID-19, pasangan ini juga aktif mengadakan kampanye secara daring melalui platform Zoom dan pertemuan terbatas dengan menerapkan protokol kesehatan, serta menggelar gerakan senam bersama untuk menjaga imunitas tubuh. Selain itu, strategi kampanye mereka cenderung menggunakan narasi negatif terhadap kinerja pasangan calon incumbent, dengan menyoroiti isu-isu seperti kemiskinan, stunting, kesehatan, dan infrastruktur yang

belum terselesaikan. Dengan demikian, melalui strategi kampanye yang terencana dengan baik, pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun Barlaman berhasil meningkatkan elektabilitas mereka dan memenangkan dukungan mayoritas di sebagian besar daerah pemilihan.

IV.8 Kemenangan Pasangan Calon No Urut 2 (Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun)

Pilkada Kabupaten Jember 2020, Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun berhasil meraih kemenangan yang signifikan melawan incumbent dengan menerapkan strategi ofensif dan defensif. Strategi ofensif terlihat dari pendekatan realistis dalam menyusun program kerja, yang mampu meyakinkan pemilih mengenai visi dan misi pasangan tersebut. Program-program yang diusung tidak hanya memberikan janji-janji kosong, tetapi juga memiliki landasan yang kuat untuk diimplementasikan. Hal ini menciptakan kepercayaan dari masyarakat terhadap kemampuan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun untuk memberikan perubahan yang nyata.

Selain itu, strategi defensif yang diadopsi oleh pasangan calon ini mirip dengan pendekatan yang sukses digunakan oleh Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dalam mempertahankan pemilih. Pasangan ini aktif berkomunikasi dengan pemilih, mendengarkan aspirasi mereka, dan merespons secara positif terhadap isu-isu yang diangkat oleh masyarakat. Strategi ini tidak hanya mempertahankan basis pemilih yang sudah ada, tetapi juga membuka peluang untuk meraih dukungan dari kelompok pemilih lainnya. Oleh karena itu, kecerdasan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pemilih menjadi kunci keberhasilan strategi defensif yang diterapkan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun.

Penerapan analisis SWOT juga menjadi bagian penting dalam strategi pemenangan pasangan calon ini. Dengan melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap pasangan calon incumbent, Faida-Dwi Arya Nugraha, Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dapat merancang strategi yang lebih efektif. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan meminimalkan kelemahan, mereka dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam kontestasi politik dan mengatasi ancaman yang mungkin muncul selama kampanye. Keseluruhan, kombinasi strategi ofensif, defensif, dan analisis SWOT

membuktikan keberhasilan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dalam meraih kemenangan yang baik pada Pilkada Kabupaten Jember 2020.

Tingkat kesukaan terhadap pasangan calon ini terlihat dari respons positif yang mereka terima selama prosesi Pilkada Jember 2020. Dukungan dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk kalangan birokrat, tokoh masyarakat, dan pemuda, mencerminkan bahwa Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun berhasil menciptakan koneksi emosional dengan berbagai kelompok. Kepercayaan masyarakat pada integritas dan komitmen pasangan ini terlihat dalam partisipasi tinggi pada pemilihan, di mana warga aktif memberikan suara untuk mewujudkan perubahan yang dijanjikan oleh Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun dalam Kabupaten Jember.

Program kerja yang disusun merupakan hasil aspirasi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat itu sendiri. Dalam Pilkada Kabupaten Jember 2020, terdapat seorang petahana yang mencalonkan diri kembali, yang merupakan ancaman bagi Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun karena mereka merupakan wajah baru dalam Pilkada Kabupaten Jember. Strategi pemenangan mereka melibatkan branding dan positioning, seperti pilihan pakaian non formal dan desain slogan yang menimbulkan banyak pertanyaan dari masyarakat. Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun juga dikenal dengan sebutan "Wes Wayahe Mbenahi Jember."

Dalam aspek marketing politik, Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun mengadopsi strategi marketing politik melalui produk politik yang dilihat dari sosok mereka sendiri. Selanjutnya, mereka menerapkan pull marketing, yakni memasarkan produk politik melalui media, dan pass marketing, yakni pendekatan melalui tokoh agama dan tokoh masyarakat. Komunikasi politik menjadi bagian penting, dengan menyampaikan program kerja melalui kampanye politik. Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun tidak hanya menyampaikan program kerja, tetapi juga mendengarkan isu-isu lokal dan permasalahan yang dihadapi masyarakat Jember, dengan niat mencari solusi bagi permasalahan tersebut.

Secara keseluruhan, strategi pemenangan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun didasarkan pada konsep strategi politik menurut Peter Schroder, analisis SWOT, branding dan positioning, kampanye politik, marketing politik, dan komunikasi politik. Dalam wawancara dengan Hendy Siswanto-M.Balya Firjaun

dan tim pemenangannya, terungkap bahwa mereka mencalonkan diri dalam Pilkada Kabupaten Jember 2020 dengan menggunakan strategi pemenangan yang melibatkan konsultan politik, pembentukan tim pemenangan, perumusan program kerja, branding dan positioning, komunikasi politik, serta pendekatan terhadap petani, tokoh masyarakat, dan tokoh agama dengan tujuan memperoleh dukungan sebanyak mungkin untuk memenangkan Pilkada tersebut.

Gambar 19. Ungkapan Kekecewaan Pada Pemerintahan Incumbent

“ Pemerintahan Hendy-Gus Firjaun tidak hanya mewarisi 'piring kotor', tetapi 'piring pecah' dari bupati sebelumnya. ”

Sumber: (Antarnews.com, 2020)

Hasil *real count* atau hitung nyata versi Komisi Pemilihan Umum (KPU) di Pilkada Jember 2020 menyatakan pasangan nomor urut 2 Hendy Siswanto-Muhammad Balya Firjaun Barlaman (Hendy-Gus Firjaun) unggul sementara dengan perolehan 47 persen atau 174.218 suara. Data tersebut diperoleh pada 10 Desember 2020 per pukul 14:26 WIB dari 1.690 tempat pemungutan suara (TPS) dari total jumlah 4.752 TPS atau sebanyak 35.56 persen. Sementara perolehan kedua terbanyak adalah calon petahana nomor urut 1 Faida-Dwi Arya Nugraha Oktavianto (Faida-Vian) dari jalur independen. Mereka mendapatkan 31,4 persen atau 116.167 suara. Sementara pasangan Abdus Salam-Ifan Ariadna Wijaya (Salam-Ifan) mendapat 21,4 persen atau 79.214 suara. Jumlah daftar pemilih tetap (DPT) Pilkada Jember 2020 sebanyak 1.825.386 pemilih. Dengan rincian, sebanyak 902.327 pemilih laki-laki dan 923.059 pemilih perempuan dengan jumlah 4.752 tempat pemungutan suara (TPS).

Hasil ini sejalan dengan kemenangan Hendy-firjaun dimana Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Jember resmi menetapkan pasangan calon Hendy Siswanto dan M. Balya Firjaun Barlaman sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember terpilih dalam Pilkada 2020. Penetapan tersebut disampaikan dalam rapat

pleno terbuka yang dihadiri oleh Komisioner KPU Jawa Timur Gogot Cahyo Baskoro, KPU dan Bawaslu Jember, forkopimda, dan perwakilan masing-masing partai pengusung pasangan calon yang digelar di salah satu hotel berbintang di Jember, Jumat. Ketua KPU Jember M. Syai'in mengatakan penetapan Bupati dan Wakil bupati Jember terpilih dilaksanakan setelah dipastikan tidak ada gugatan ke Mahkamah Konstitusi (MK) dari pasangan calon lain. Pilkada Jember diikuti tiga pasangan calon yakni pasangan Faida-Dwi Arya Nugraha Oktavianto (Faida-Vian) dengan nomor urut 1, pasangan Hendy Siswanto-M Balya Firjaun Barlaman (Hendy-Firjaun) dengan nomor urut 2, dan pasangan Abdus Salam-Ifan Ariadna Wijaya (Salam-Ifan) dengan nomor urut 3.

Hendy-Gus Firjaun mendapatkan sebanyak 489.794 suara (46,60 persen), kemudian pasangan calon Faida-Vian memperoleh 328.729 suara (31,27 persen) dan pasangan Salam-Ifan sebanyak 232.648 suara (22,13 persen). Sementara Komisioner KPU Jatim Gogot Cahyo Baskoro yang hadir dalam rapat pleno terbuka penetapan pasangan calon terpilih tersebut mengapresiasi kinerja KPU Jember. Sebagai catatan pada pemilihan ini adanya partisipasi masyarakat dalam pilkada juga meningkat yakni pada Pilkada 2015 tercatat sebanyak 51,63 persen, sedangkan Pilkada 2020 meningkat menjadi 58,51 persen. Penetapan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Jember terpilih tersebut tidak dihadiri oleh dua pasangan calon yang kalah dalam Pilkada 2020 yakni petahana Faida-Vian dan Salam-Ifan, meskipun keduanya diundang secara resmi oleh KPU Jember.

Kabupaten Jember termasuk salah satu wilayah yang melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara serentak atau bersamaan, bersama 270 daerah lainnya di seluruh Indonesia pada hari Rabu, 9 Desember 2020. Untuk tingkat Provinsi Jawa Timur, Pilkada juga dilaksanakan pada 19 wilayah dari 38 kabupaten/kota yang ada. Setelah mengalami penundaan akibat pandemi Covid-19, Pemerintah akhirnya menetapkan hari Rabu, 9 Desember 2020 sebagai tanggal pelaksanaan Pilkada serentak.

Tentunya, proses tahapan Pilkada tahun ini, sangat berbeda dengan beberapa Pilkada sebelumnya. Terutama, pada tahapan yang memungkinkan berkerumunnya massa dalam jumlah besar, seperti pada tahap pendaftaran calon, masa kampanye, dan proses pemilihan di TPS. Pemerintah mencoba

mengendalikan dan membatasi jumlah massa yang terlibat, dengan menerapkan protokol kesehatan ketat. Pada Pilkada 2020, KPU Jember telah menetapkan tiga pasangan calon masing-masing, nomor urut 01, Faida MMR dan Dwi Arya Nugraha Oktavianto, untuk nomor urut 02, Hendy Siswanto dan Muh. Balyan Firjaun Barlamam (Gus Firjaun), dan pasangan nomor urut 03, Abdussalam dan Ifan Ariadna Wijaya.

Untuk bisa maju dalam Pilkada Jember 2020, pasangan Faida yang merupakan calon petahana (incumbent) mencalonkan diri melalui jalur perseorangan atau independen dengan mendapat dukungan suara dari 146.687 orang, sedangkan pasangan calon Hendy Siswanto maju dengan dukungan 28 kursi di DPRD Jember dari lima partai pengusung, masing-masing Partai Gerindra (Gerakan Indonesia Raya), Partai Nasdem (Nasional Demokrat), PKS (Partai Keadilan Sejahtera), PPP (Partai Perstuan Pembangunan), dan PD (Partai Demokrat).

Pasangan calon Abdussalam meraih dukungan 22 kursi DPRD Jember, masing-masing dari PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan), PKB (Partai Kebangkitan Bangsa), PAN (Partai Amanat Nasional), Partai Golkar (Golongan Karya), dan PB (Partai Berkarya). Mereka bersaing untuk memperoleh dukungan suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat Jember yang mempunyai hak pilih (sesuai ketentuan KPU hak pilih Jember sebesar 1.834.441 pemilih) untuk bisa terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember, periode 2021-2024 mendatang

Tahapan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) yang paling krusial adalah masa kampanye, yakni waktu yang diberikan kepada para kandidat atau pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati, melakukan kegiatan sosialisasi visi, misi dan program kerjanya kepada masyarakat pemilih agar lebih dikenal dan selanjutnya dipilih oleh masyarakat yang punya hak pilih. Sesuai peraturan KPU, tahapan masa kampanye Pilkada 2020, dimulai tanggal 26 September sampai dengan 5 Desember 2020. Tahapan masa kampanye itu dimulai dengan pertemuan terbatas, tatap muka, dialog, penyebaran bahan kampanye, pemasangan alat peraga kampanye (APK), dan kegiatan lainnya. Sementara kegiatan debat publik atau debat terbuka antar pasangan calon dilaksanakan sebanyak tiga kali dengan difasilitasi oleh KPU, dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Kegiatan lainnya,

adalah kampanye melalui media massa, cetak, elektronik, serta media sosial. Meski KPU sudah memfasilitasi kegiatan kampanye melalui berbagai kegiatan, namun tidak seluruh agenda kegiatan kampanye dapat terlaksana. Penyebabnya, pandemi Covid-19 yang masih belum reda, banyak agenda yang sulit dilaksanakan. Misalnya, pertemuan tatap muka yang melibatkan banyak peserta, tidak bisa dilaksanakan. Karena KPU membatasi kegiatan tatap muka hanya boleh dihadiri tidak lebih 50 peserta, setiap kali pertemuan. Demikian juga dengan kegiatan kampanye kunjungan ke basis pemilih. Jember yang terdiri 31 kecamatan dengan 226 desa dan 22 kelurahan, tentu tidak akan mungkin dikunjungi seluruhnya oleh pasangan calon Bupati, dalam tempo hanya 1,5 bulan masa kampanye. Karena itu, berbagai upaya dilakukan para Paslon untuk bisa dikenal masyarakat. Termasuk berkampanye melalui berbagai media, mulai media massa cetak, elektronik di radio dan televisi, serta memanfaatkan media sosial. Kehadiran media sosial telah memberikan implikasi secara sosial, politik, ekonomi, hukum dan budaya. Sederet peristiwa dalam ber-media sosial yang terjadi di berbagai tempat termasuk di negara kita sebagai dampak kehadiran media sosial ini. Peristiwa-peristiwa itu dialami baik secara positif maupun negatif oleh para pengguna atau pemilik akun jejaring sosial. Demikian juga, kampanye yang dilakukan oleh masing-masing paslon untuk mempromosikan dirinya agar terpilih menjadi kepala daerah pada Pilkada kali ini, tentu tidak hanya hitam-putih.

Di media sosial, warganet bisa bebas mengemukakan pendapat dan menilai setiap figur yang tampil. Sehingga tidak hanya informasi positif saja yang diunggah di media sosial. Tidak jarang, jejak digital yang merupakan sisi gelap para pasangan calon, tiba-tiba tampil menyeruak, di tengah-tengah “posting gemerlap” paslon di media sosial. Hasil penelusuran penulis dalam sebulan terakhir, postingan yang bernada negatif terkait dengan paslon, banyak bermunculan di media sosial Facebook. Pola kampanye hitam (black campaign) di Facebook cukup beragam. Ada yang terangterangan menyerang Paslon dengan menampilkan foto atau gambar terkait dengan paslon dengan komentar miring (negatif). Ada juga unggahan yang mengutip pemberitaan media online, dengan diberi komentar dan pola-pola kampanye negatif lainnya. Penelitian ini

dimaksudkan untuk mengungkap dan menganalisis pola kampanye hitam di media sosial, khususnya Facebook.

Meski kegiatan kampanye sudah diatur sedemikian rupa oleh KPU, termasuk tata cara berkampanye, namun diantaranya untuk proses kampanye, paslon harus menghindari ujaran kebencian, fitnah, dan hoaks. Termasuk di dalamnya, Paslon atau tim kampanye Paslon dilarang berkampanye hitam, selama masa kampanye berlangsung. Kampanye hitam menurut Wirdyaningsih, staf pengajar Fakultas Hukum UI yang juga mantan Bawaslu, menyatakan salah satu masalah yang kerap mencuat dalam setiap Pemilu adalah kampanye hitam (black campaign) yang dilakukan oleh salah satu kandidat atau tim kampanye kandidat tersebut untuk menjatuhkan kandidat lainnya. Di Indonesia, kampanye hitam masih sering terjadi dikarenakan sulitnya kegiatan itu ditindak. Menurut Wirdyaningsih, letak kesulitannya terdapat pada pengaturan dalam Undang-undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum. Pada pasal 249 ayat (4) bahwa pelanggaran kampanye baru dapat ditindak apabila ada pengaduan atau pelaporan terlebih dahulu kepada Bawaslu mengenai adanya dugaan pelanggaran atau kelalaian dalam pelaksanaan pemilu. “Adanya batas kedaluwarsa yang begitu cepat, yaitu hanya 7 (tujuh) hari sejak diketahui dan/atau ditemukannya pelanggaran Pemilu lah yang menjadikan pelanggaran tersebut sulit ditindak, karena biasanya baru dilaporkan kepada Bawaslu setelah batas kedaluwarsa tersebut,” jelasnya. Selain itu, penggunaan media elektronik dalam kegiatan-kegiatan kampanye hitam (black campaign) belum diatur secara lengkap dan memadai oleh Undang-undang maupun peraturan terkait dengan pemilihan umum, sehingga pemikiran para penegak hukum belum sampai pada pelanggaran yang dilakukan melalui media dan cara tersebut (law.ui.ac.id, 2021). Kampanye hitam merupakan sebuah upaya berkampanye dengan merusak atau mempertanyakan reputasi seseorang, terutama reputasi pasangan calon, melalui sebuah propaganda negatif. Meski kampanye negatif (biasanya mengungkap fakta terkait dengan kekurangan atau kelemahan seseorang), dalam sebuah kompetisi pemilihan masih dianggap wajar. Namun kampanye hitam (black campaign), dianggap tidak etis, karena argumen yang dilontarkan kerap berupa fitnah, dan bukan fakta yang sebenarnya. Kampanye hitam sering berupa informasi hoaks.

Sementara, narasi hoax begitu mudahnya diproduksi dan disebarakan melalui media sosial. Terkadang menyebar luas sampai viral, yang sulit diketahui siapa pembuatnya. Banyak konten hoaks yang tersebar secara anonim. Meski ada nama, biasanya nama yang digunakan palsu. Kondisi demikian, semakin diperparah dengan sikap sebagian masyarakat yang kurang selektif dan dengan mudahnya mem-posting (nge-share) ulang, tanpa dicari sumber dan kebenaran informasi yang disebarkannya. KPU melarang penggunaan kampanye hitam, selama masa kampanye berlangsung. Larangan yang sama juga untuk kegiatan kampanye dengan membagikan sembako atau uang, yang masuk kategori money politics. Sesuai Peraturan KPU (PKPU) No. 10 tahun 2020, kegiatan kampanye harus mengacu pada penerapan protokol kesehatan, termasuk membatasi jumlah pengujung kampanye tatap muka, yakni 50 orang di dalam ruang, dan 100 orang di luar ruangan.

Sasaran kampanye hitam¹ terbanyak ditujukan kepada Paslon No.01, terutama calon petahana, dr. Faida, hingga 18 kali postingan. Sementara Paslon No. 2, H. Hendy mendapat postingan kampanye hitam sebanyak 8 kali, dan paslon No. 03, mendapat postingan kampanye hitam sebanyak 12 kali, yang ditujukan pada calon Bupati, Abdus Salam, maupun calon wakilnya Ifan Ariadna. Sementara terkait dengan pemerintah, penyelenggara KPU, maupun masyarakat pemilih, tidak ditemukan postingan di media sosial Facebook, yang dapat dikategorikan sebagai kampanye hitam. Penyebaran kampanye hitam maupun hoaks di media sosial, sudah seharusnya dihentikan. Suyono 99 CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 3 Nomor 2, September 2021 Para netizen harusnya bisa bersikap lebih dewasa dalam berdemokrasi, dengan menampilkan kampanye berupa keunggulan program kerja dari masing-masing Paslon yang didukungnya agar dipilih oleh rakyat. Kampanye hitam, apalagi dengan isi pesan yang kurang mendidik, tentu banyak dampaknya. Mengingat, media sosial, termasuk Facebook, tidak hanya dilihat orang dewasa, tapi hampir segala usia.

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Pilkada Jember 2020 mengenai kemenangan pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun, dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye yang efektif menjadi kunci utama dalam meraih kemenangan. Pasangan calon berhasil memanfaatkan berbagai metode kampanye, mulai dari debat publik hingga kampanye tatap muka, dengan memperhatikan penggunaan media ruang publik seperti baliho dengan tepat. Selain itu, pasangan calon ini berhasil menonjolkan isu-isu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat Jember, terutama terkait sektor pertanian dan perkebunan, dengan program Smart Village mereka yang mendapat respons positif. Latar belakang dan koneksi politik pasangan calon memberikan keuntungan strategis dalam membangun dukungan dari berbagai lapisan masyarakat. Mereka juga berhasil menyesuaikan diri dengan kondisi pandemi COVID-19 dengan melaksanakan kampanye daring dan mengadakan program-program kesehatan.

Tingkat partisipasi pemilih yang meningkat menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap proses demokrasi, sementara kemenangan pasangan calon ini dengan perolehan suara yang signifikan menunjukkan keberhasilan strategi kampanye mereka. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan di masa depan, kemenangan ini juga membuka peluang bagi pasangan calon terpilih untuk membawa perubahan positif bagi Kabupaten Jember. Dengan demikian, kemenangan pasangan calon Hendy Siswanto-M. Balya Firjaun dalam Pilkada Jember 2020 tidak hanya didasarkan pada strategi kampanye yang efektif, tetapi juga pada fokus pada isu-isu penting, pemanfaatan background dan koneksi, serta respon terhadap tantangan seperti pandemi COVID-19. Kemenangan ini mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap proses demokrasi dan memberikan harapan untuk perubahan positif di masa mendatang.

V.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Pasangan calon terpilih harus memastikan bahwa pemerintahan mereka beroperasi dengan tingkat transparansi yang tinggi. Informasi mengenai kebijakan, anggaran, dan program-program harus tersedia untuk masyarakat secara terbuka. Selain itu, proses pengambilan keputusan dan penggunaan dana publik harus dipertanggungjawabkan dengan baik.
2. Penting untuk melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan yang mempengaruhi pasangan calon. Pasangan calon terpilih dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat melalui forum diskusi, pertemuan warga, atau konsultasi publik. Pendekatan ini akan membantu memastikan bahwa kebijakan yang diambil mencerminkan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.
3. Fokus pada pengembangan sektor pertanian dan perkebunan merupakan langkah yang tepat. Namun, pasangan calon terpilih juga dapat memperkuat upaya pemberdayaan ekonomi lokal melalui dukungan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta promosi investasi yang berkelanjutan di berbagai sektor potensial.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas (Kedua (revisi))*. Yayasan Obor Indonesia.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif (35th ed.)*. PT. Remaja Rosdakarya.

JURNAL & SKRIPSI

- Erlita, N. (n.d.). PERAN DAN STRATEGI KONSULTAN PR DALAM KAMPANYE POLITIK INDONESIA (STUDI KASUS DI TANGERANG SELATAN).
- Maulida, K., Hertanto, & Kurniawan, R. C. (2021). Strategi Pemenangan Eva Dwiana dan Deddy Amarullah dalam Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6.
- Novia, R. I. (2020). Kampanye Politik dan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus Strategi Kampanye Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati Drs. Seno Samodro – M. Said Hidayat SH. dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Boyolali Tahun 2015). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Putra, R. A. C. (2020). STRATEGI PEMENANGAN Drs. H. MAHMUD ABDULLAH DAN DEWI NOVIANY, S.Pd., M.Pd SEBAGAI BUPATI DAN WAKIL BUPATI TERPILIH PADA PILKADA SERENTAK TAHUN 2020 DI KABUPATEN SUMBAWA. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Sandewi, C. J. (2018). Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon Hasanuddin – Anton Amanah (Hasanah)(Studi Kasus Kampanye Politik Dalam Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018). UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA BANDUNG.
- Thaibah. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PEMENANGAN AKMAL IBRAHIM PADA PILKADA KABUPATEN ACEH BARAT DAYA 2017. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.
- Widarti, P. (2020, December 16). Pilkada Jember, Hendy-Balya Kalahkah Paslon Koalisi PKB dan PDIP Artikel ini telah tayang di [Bisnis.com](https://bisnis.com) dengan judul "Pilkada Jember, Hendy-Balya Kalahkah Paslon Koalisi PKB dan PDIP. Surabaya [Bisnis.Com](https://bisnis.com).

PERUNDANG-UNDANGAN

UU Nomor 1 Tahun 2015. (n.d.).

WEB

- Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. <https://www.researchgate.net/publication/341371977>
- grapadinews. (2019, October 30). 8 Alasan Memilih H. Hendy Siswanto Sebagai Bupati Jember.
- KPU Kabupaten Jember. (2020, September 21). Hasil Pemilihan Bupati 2020. Kpu.Go.Id.
- Kurikulum, B. S. B., Pendidikan, T., Ilmu, F., Universitas, P., Surabaya, N., & Lidah, K. (n.d.). MEYAKINKAN VALIDITAS DATA MELALUI TRIANGULASI PADA PENELITIAN KUALITATIF.
- Larson, C. U. (2012). *Manajemen DKV: product – oriented campaigns, candidate – oriented campaigns and ideologically or cause oriented campaigns*. Paramita.
- Lipsitz, K., Trost, C., Grossmann, M., & Sides, J. (2005). *What voters want from political campaign communication*. *Political Communication*, 22(3), 337–354. <https://doi.org/10.1080/10584600591006609>
- Miles, M., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Mirzaqon, A., Bimbingan, T., Konseling, D., Purwoko, B., Pd, S., & Pd Bimbingan, M. (n.d.). STUDI KEPUSTAKAAN MENGENAI LANDASAN TEORI DAN PRAKTIK KONSELING *EXPRESSIVE WRITING LIBRARY RESEARCH OF THE BASIC THEORY AND PRACTICE OF EXPRESSIVE WRITING COUNSELING*.
- Norris. (2001). *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press.
- Patton. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (1st ed., Vol. 1). SAGE.
- Pito, T. A., Efriza, & Fasyah, K. (2019). *Mengenal Teori-Teori Politik: Dari Sistem Politik Sampai Korupsi (IV)*. Nuansa Cendekia.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (1st ed., Vol. 1). Graha Ilmu.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns* (4th ed.). SAGE.
- Sides, J., & Haselswerdt, J. (2018). *Campaigns and Elections*.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA.
- Trent, J. S., Friedenberg, R. V, & Denton, R. E. (2016). *Political campaign communication : principles and practices* (8th ed.). Rowman & Littlefield, Lanham, Maryland.
- Tribunnews. (2020, December 18). ⁵ Hasil Pilkada Jember 2020 versi KPU: Pasangan **Hendy-Gus Firjaun** Menang, Raih **46,60 Persen** Suara.
- Wahyunik, S. (2020, September 23). Profil Singkat Tiga Pasangan Calon Kepala Daerah di Pilkada Jember 2020. Surabaya Tribunnews.

Fakhira Khairaini

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.uc.ac.id Internet Source	6%
2	www.antaranews.com Internet Source	2%
3	lib.unnes.ac.id Internet Source	2%
4	www.jawapos.com Internet Source	2%
5	tirto.id Internet Source	1%
6	saidhamzali.wordpress.com Internet Source	1%
7	eprints.ipdn.ac.id Internet Source	1%
8	jatim.idntimes.com Internet Source	1%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%