

KAJIAN KOMPETENSI WALIKOTA TERPILIH PADA PEMILUKADA KOTA TANGERANG TAHUN 2013

Deni Lesmana

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan persepsi publik terhadap sosok Arief R. Wismansyah sebagai Walikota terpilih dilihat dari kompetensinya. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada 10 responden sebagai *key informan* dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model interaktif yaitu aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang digunakan Tim Garuda dalam pemenangan pasangan Arief-Sachrudin pada pemilukada Kota Tangerang tahun 2013 adalah merubah *grand design* pola kampanye konvensional menjadi pola kampanye interaksi dan pencitraan kandidat. Komunikasi politik yang telah dilakukan Tim Garuda dalam pemenangan pasangan Arief-Sachrudin adalah pembentukan *image figure* kandidat dan program-program kampanye yang kompleks mencakup 9P, yaitu: *positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing, pass marketing, dan polling*. Pemilihan strategi kampanye yang dilakukan Tim Garuda telah sangat efektif dalam proses pengenalan dan pembentukan ketersukaan hingga sampai pada proses dipilihnya pasangan Arief-Sachrudin di TPS.

Kata kunci : Kompetensi, Pemilukada Kota Tangerang

COMPETENCY ASSESSMENT WAS ELECTED MAYOR IN THE CITY ELCCTION TANGERANG 2013

Deni Lesmana

Abstract

This study was conducted to describe the public's perception of the figure describe Arief R. Wismansyah as seen from the elected Mayor of competence. This research was conducted using qualitative methods with data collection through interviews to 10 respondden as key informants and documentation. Data analysis in this research is done by using an interactive model that activity in qualitative data analysis performed interactively and continues over to the bitter end, where the data is already saturated.

Based on the results of research and discussion we concluded that the strategy used in the winning team mate Arief Garuda-Sachrudin at Tangerang city election in 2013 was to change the conventional campaign grand design patterns into patterns of interaction and imaging campaign candidates. Political communication has been done Garuda team in winning pair Arief-Sachrudin was the formation of image figure candidates and campaign programs complex includes 9P, namely: positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing, pass marketing, and poll. Election campaign strategy undertaken Garuda team has been very effective in the process of introduction and establishment liked to arrive at the chosen pair Arief-Sachrudin in TPS.

Keywords: Competence, Tangerang City Election