

**STRATEGI DAN TATA KELOLA KAMPANYE PASANGAN CALON
PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI KABUPATEN SOLOK**
(Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015)

TESIS

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tesis Program Studi Magister Administrasi Publik
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Magister Administrasi Publik*



Disusun Oleh :
JONS MANEDI
NIM : 14208055

**PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2017**

ABSTRACT

Jons Manedi : TM/NIM 2014/14208055, Strategy and Governance of Candidate Pairs Campaign at the Election of Head of Region on Solok (Case Study on Selection of Bupati and Wakil Bupati of Solok 2015)

Campaign is a process of individual or group communication activities conducted in institutional manner and aims to create a certain effect or impact. Truely, campaign of candidate cann't only rely on props made by the KPU as a media campaign. Preparation of a mature campaign strategy will be more beneficial to the candidate pair in taking the public's sympathy. The purpose of this research is to know: 1) policy implementation of KPU Regulation No. 7 year 2015; 2) strategy and governance of the candidate's campaign after the birth of the policy; 3) supporting factors and inhibiting the implementation of candidate campaign strategy; And 4) the efforts undertaken to overcome obstacles in running the campaign strategy. This research is descriptive research with qualitative approach. The informants in this study were divided into 3 (three) groups: 1) Candidate Pairing Teams; 2) Political Party Leader of the Candidate Pair; And 3) KPU of Solok. Informants in this study was 12 people, selected by purposive sampling technique. The findings of the research indicate that the implementation of the policy of KPU Regulation Number 7 of 2015 on Campaign generally works well, because KPU Kab. Solok as the election organizer has facilitated the need of candidate campaign campaign in the form of campaign media and campaign materials. The candidate candidate's campaign strategy is to maximize face-to-face, social media, news and broadcast campaigns, and engage in effective political communication. Inhibiting factors in the implementation of candidate pair campaign strategy is, lack of funding from each candidate, the existence of black campaigns, social media that have not been well managed. Next, from the implementation of campaigns facilitated by the KPU Kabupaten Solok, the number of campaign props by candidate pair has not been adequate with the area and the number of voters in Solok District.

Keywords: Strategy, Campaign, Public Policy

ABSTRAK

Jons Manedi : TM/NIM 2014/14208055, Strategi dan Tata Kelola Kampanye Pasangan Calon Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok (Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015)

Kampanye merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Sejatinya kampanye pasangan calon tidak bisa hanya mengandalkan alat peraga yang dibuat oleh KPU sebagai media kampanye. Penyusunan strategi kampanye secara matang akan lebih menguntungkan kepada pasangan calon dalam mengambil simpati masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015; 2) strategi dan tata kelola kampanye pasangan calon setelah lahirnya kebijakan; 3) faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon; dan 4) upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam menjalankan strategi kampanye. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu: 1) Tim Pemenangan Pasangan Calon; 2) Pengurus Partai Politik Pengusung Pasangan Calon; dan 3) Komisioner KPU Kabupaten Solok. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 12 Orang, yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Implementasi Kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015 tentang Kampanye secara umum berjalan dengan baik, karena KPU Kabupaten Solok sebagai penyelenggara pemilihan telah menfasilitasi kebutuhan kampanye pasangan calon berupa media kampanye dan bahan kampanye. Strategi kampanye pasangan calon adalah dengan memaksimalkan kampanye tata muka, media sosial, pemberitaan dan penyiaran, serta melakukan komunikasi politik yang efektif. Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon adalah, kurangnya pendanaan dari masing-masing calon, adanya kampanye hitam, media sosial yang belum terkelola dengan baik. Keempat, dari sisi pelaksanaan kampanye yang difasilitasi oleh KPU Kabupaten Solok, jumlah alat peraga kampanye menurut pasangan calon belum memadai dengan luasnya wilayah dan jumlah pemilih yang ada di Kabupaten Solok.

Kata Kunci : Strategi, Kampanye, Kebijakan Publik

PERSETUJUAN UJIAN TESIS

Judul : Strategi dan Tata Kelola Kampanye Pasangan Calon
Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok
(*Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015*).

Nama : **JONS MANEDI**

TM/NIM : 2014/14208055

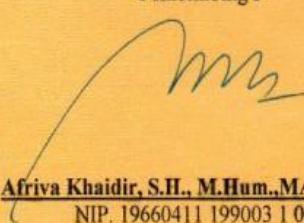
Program Studi : S2 Ilmu Administrasi Negara (Magister Administrasi Publik)

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 9 Agustus 2017

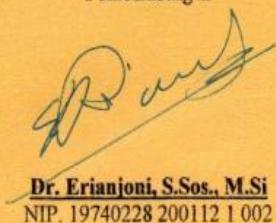
Disetujui Oleh,

Pembimbing I



Afriva Khadir, S.H., M.Hum., MAPA., Ph.D
NIP. 19660411 199003 1 002

Pembimbing II



Dr. Erianjoni, S.Sos., M.Si
NIP. 19740228 200112 1 002

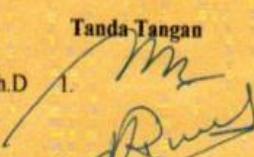
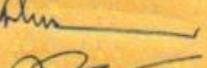
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Jons Manedi
TM/NIM : 2014/14208055
Program Studi : Magister Administrasi Publik
Judul : Strategi dan Tata Kelola Kampanye Pasangan Calon
Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok
(*Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015*).

Tesis ini telah dipertahankan dihadapan Sidang Penguji Tesis Program Studi Magister Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang pada tanggal 13 Agustus 2017 dan telah dinyatakan : **LULUS**

Padang, 14 Agustus 2017

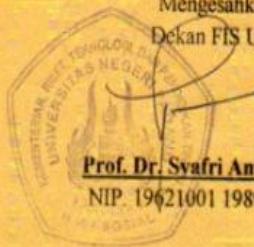
Tim Penguji,

	Nama	Tanda-Tangan
Ketua	: Afriva Khairid, SH., M.Hum., MAPA., Ph.D	1. 
Sekretaris	: Dr. Erianjoni, S.Sos., M.Si	2. 
Anggota	: Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si	3. 
Anggota	: Dr. Helmi Hasan, M.Pd	4. 
Anggota	: Aldri Frinaldi, SH., M.Hum., Ph.D	5. 

Mengesahkan:

Dekan FIS UNP

Prof. Dr. Syafriz Anwar., M.Pd
NIP. 19621001 198903 1 002



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis dengan judul **“Strategi dan Tata Kelola Kampanye Pasangan Calon Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok (Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015)”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, penilaian, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar rujukan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 16 Agustus 2017
Saya yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah Swt, atas berkah dan hidayah-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Strategi dan Tata Kelola Kampanye Pasangan Calon Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok (Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015)”**, dapat diselesaikan. Dalam melakukan penelitian dan menyusun tesis ini, peneliti banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu sebagai ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-sebesarnya, peneliti sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Prof. Drs. Dasman Lanin, M.Pd.,Ph.D selaku ketua Program Studi Magister Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Afriva Khairid, SH.,M.Hum.,MAPA., Ph.D selaku pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing, memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dan penyusunan tesis ini dapat selesai.
4. Bapak Dr. Erianjoni, S.Sos.,M.Si selaku pembimbing II yang dengan kesabaran dan ketulusan telah meluangkan waktunya dalam membimbing, memberikan arahan dan motivasi yang begitu berarti, sehingga penelitian dan penyusunan tesis dapat selesai.
5. Bapak Aldri Frinaldi, SH.,M.Hum.,Ph.D selaku penguji dalam prodi yang senantiasa memberikan dukungan dan saran untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan tesis.
6. Bapak Dr. Helmi Hasan, M.Pd, selaku penguji dalam prodi yang senantiasa memberikan dukungan dan saran untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan tesis ini.

7. Bapak Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos.,M.Si selaku penguji luar prodi yang senantiasa memberikan dukungan dan saran untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan tesis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Prodi S2 MAP FIS UNP, yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan sehingga sangat membantu dalam penyelesaian tesis.
9. Kepada orang tua yang telah memberikan semangat buat saya, terutama Almarhum Ayah tercinta yang selalu membuat saya bersemangat dalam mengapai cita, buat Ibu tercinta yang selalu mendoakan saya dalam setiap sujudnya, terimakasih juga buat saudara-saudaraku dan semua teman-teman yang selalu setia dalam setiap derap langkah perjuangan.
10. Sari, Staf Tata Usaha Prodi S2 MAP FIS UNP yang telah memberikan pelayanan terbaik dan kelancaran admininstrasi pada peneliti dalam rangka penyelesaian tesis.
11. Para rekan mahasiswa Prodi S2 MAP FIS UNP, khususnya angkatan II Tujuh Sekawan (Roni, Jefer, Nila, Puty, Desi, Feni) yang senantiasa memberikan motivasi dan masukan berharga demi penyelesaian tesis ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam penelitian dan penyusunan tesis ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti dengan imbalan pahala yang berlipat ganda. Peneliti menyadari bahwa penelitian dan penyusunan tesis ini belumlah sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak. Harapan peneliti semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padang, 16 Agustus 2017

JONS MANEDI, S.Pd
Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK BAHASA INGGRIS	i
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vi
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori.....	10
1. Kebijakan Publik	10
a. Ciri-ciri Kebijakan.....	12
b. Isu dan Masalah Publik	14
c. Tahapan Kebijakan Publik	15
d. Implementasi Kebijakan Publik	16
e. Kebijakan Kampanye	21
2. Strategi Kampanye Pasangan Calon.....	22
a. Perumusan Strategi.....	23
b. Jenis-jenis Strategi.....	26
c. Pengertian Kampanye dan Strategi Kampanye	30
3. Komunikasi Politik dalam Kampanye	33
a. Unsur Komunikasi Politik	34
b. Fungsi Komunikasi Politik	35
B. Kajian Terdahulu yang Relevan	38
C. Kerangka Konseptual	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian	45

C. Instrumen Penelitian.....	46
D. Sumber Data	46
E. Informan Penelitian.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49
G. Uji Keabsahan Data.....	50
H. Teknik Analisis Data.....	50
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Temuan Umum	53
1. Sejarah Kabupaten Solok	53
2. Kondisi Geografis Kabupaten Solok.....	55
3. Batas Kabupaten Solok	55
4. Visi dan Misi Kabupaten Solok	56
5. Sejarah Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok.....	56
6. Profil Pasangan Calon	61
a. H. Gusmal, SE., MM Dt Rajo Lelo berpasangan dengan Yulfadri Nurdin, SH.	61
b. Agus Syahdeman, SE berpasangan dengan Drs. Wahidup.....	64
c. Drs. Desra Ediwan Anan Tanur berpasangan dengan Bachtul, ST. ..	68
B. Temuan Khusus.....	76
1. Implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye pada Pilkada di Kabupaten Solok.	79
2. Strategi kampanye pasangan calon pasca lahirnya kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015 tentang kampanye dalam Pilkada Kabupaten Solok tahun 2015.....	88
a. Pasangan Calon Gusmal-Yulfadri	89
b. Pasangan Calon Agus-Hidup.....	95
c. Pasangan Calon Desra-Bachtul.....	100
3. Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.....	107
a. Pasangan Calon Gusmal-Yulfadri	108
b. Pasangan Calon Agus-Hidup.....	115
c. Pasangan Calon Desra-Bachtul.....	118
4. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam menjalankan strategi kampanye dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.....	125
a. Pasangan Calon Gusmal-Yulfadri	125
b. Pasangan Calon Agus-Hidup.....	126
c. Pasangan Calon Desra-Bachtul.....	127

C. PEMBAHASAN	129
1. Implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye pada Pilkada di Kabupaten Solok.	129
2. Strategi kampanye pasangan calon pasca lahirnya kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015 tentang kampanye dalam Pilkada Kabupaten Solok tahun 2015.	135
3. Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.	150
4. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam menjalankan strategi kampanye dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.	156
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	161
B. Implikasi Kajian	164
C. Rekomendasi	168
DAFTAR PUSTAKA	170
LAMPIRAN	173

DAFTAR TABEL

Tabel:

1.1.	Daftar Pasangan Calon dan Partai Pengusung	3
1.2.	Jumlah Alat Peraga Kampanye untuk Pasangan Calon	3
2.1	Jenis Strategi Menurut Peter Schroder	27
3.1.	Informan Penelitian	48
4.1.	Tabel Hasil Wawancara	72
4.2.	Alat Peraga Kampanye Pasangan Calon	80
4.3	Bahan Kampanye Pasangan Calon	81
4.4	Jadwal Pelaksanaan Debat Kandidat Pasangan Calon	83
4.6	Gabungan Partai Politik Pengusung Gusmal-Yufadri.....	109
4.7	Partai Politik Pendukung Gusmal-Yulfadri.....	109
4.8.	Partai Politik Pengusung Agus-Wahidup.....	116
4.9.	Partai Politik Pengusung Desra-Bachtul	120
4.10.	Partai Politik Pendukung Desra-Bachtul.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar:

2.1 Model Implementasi George Charles Edward III.....	20
2.2 Kerangka Konseptual.....	44
3.1 Analisis Data Model Interaktif	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Dokumentasi Wawancara	173
2. Nama-nama Tim Kampanye Pasangan Gusmal-Yulfadri	176
3. Nama-nama Tim Kampanye Pasangan Agus-Wahidup	181
4. Nama-nama Tim Kampanye Pasangan Desra-Bachtul	188
5. Ringkasan PKPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pasangan Calon	195
6. Surat Keputusan KPU Kabupaten Solok tentang Penentapan Pasangan Calon Terpilih	203
7. Berita Acara tentang Penetapan Pasangan Bupati dan Wakil Bupati Terpilih tahun 2015	206

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Inti kehidupan bernegara adalah demokrasi, produk dari demokrasi adalah kebijakan publik yang unggul yang dikembangkan dalam konteks dan proses yang demokratis. Bentuk terluar dari demokrasi dan kebijakan publik adalah pelayanan publik yang didasarkan kepada prinsip tata kelola yang baik (Riant Nugroho, 2014:25).

Sebagai sebuah negara yang menganut sistem demokrasi, Indonesia memiliki komponen lembaga-lembaga negara, yaitu lembaga Pemerintahan (eksekutif), lembaga perundangan (legislatif), lembaga peradilan (yudikatif). Kedua lembaga negara eksekutif dan legislatif memiliki hak dalam penyusunan dan melahirkan sebuah kebijakan publik yang bertujuan untuk penataan negara yang lebih baik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 sebagai Penetapan Peraturan Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang salah satu wujud dari kebijakan yang dilahirkan oleh Pemerintah dan DPR. Kebijakan ini mengatur tentang tata cara penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah, mulai dari pendataan pemilih, syarat calon, pencalonan, pemungutan dan penghitungan suara, serta pengaturan masalah kampanye pasangan calon.

Pengaturan lebih teknis terkait dengan pelaksanaan dan penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah diatur lebih lanjut dengan kebijakan yang dikeluarkan

oleh Komisi Pemilihan Umum yang disebut dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU). Pengaturan kebijakan persoalan kampanye diatur secara teknis dalam Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/ atau Walikota dan Wakil Walikota.

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus, 2004:7).

Kampanye pemilihan umum merupakan suatu usaha untuk mempengaruhi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, *public relation*, komunikasi massa lobby dan kegiatan lainnya. Dalam pasal 1 Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 menyebutkan bahwa Kampanye adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program Pasangan Calon dan/atau informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan Pemilih. Dalam Peraturan KPU ini teknis kampanye diatur secara garis besar menjadi dua. Pertama, kampanye pasangan calon yang difasilitasi oleh penyelenggara. Kedua, kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon itu sendiri.

Pemilihan kepala daerah di Kabupaten Solok tahun 2015 diikuti oleh tiga pasangan calon. Ketiga pasangan calon tersebut diusung oleh gabungan tujuh

partai politik dari 10 partai yang mendapatkan kursi di DPRD Kabupaten Solok.

Sebagaimana terlihat dalam tabel 1, sebagai berikut :

Tabel 1.1. Daftar Pasangan Calon dan Partai Pengusung

NO	Pasangan Calon	Partai Pengusung	Jumlah Kursi (20%)	Jumlah Suara Sah (25%)
1.	Gusmal-Yulfadri Nurdin	Gerindra PKS	7	34626
2.	Agus Syahdeman-Wahidup	Demokrat PDI-P	7	29.347
3.	Desra Ediwan AT-Bachtul	Nasdem PAN Hanura	9	47.192

Sumber: Data KPU Kabupaten Solok Tahun 2015.

Ketiga pasangan calon ini diberikan hak yang sama untuk berkampanye sesuai dengan amanat UU No 8 tahun 2015 dan Peraturan KPU No. 7 Tahun 2015. Diantaranya pemasangan alat peraga kampanye yang difasilitasi oleh KPU, sebagaimana dilihat dalam tabel 1.2.

Tabel 1.2. Jumlah Alat Peraga Kampanye untuk Pasangan Calon

NO	Pasangan Calon	Jumlah APK		
		Baliho	Spanduk	Umbul-Umbul
1.	Gusmal-Yulfadri Nurdin	5 Bh untuk Kabupaten	2 bh untuk nagari	20 untuk kecamatan
2.	Agus Syahdeman-Wahidup	5 Bh untuk Kabupaten	2 bh untuk nagari	20 untuk kecamatan
3.	Desra Ediwan AT-Bachtul	5 Bh untuk Kabupaten	2 bh untuk nagari	20 untuk kecamatan

Sumber: Data KPU Kabupaten Solok Tahun 2015.

Selain alat peraga kampanye yang difasilitasi oleh KPU juga terdapat bahan kampanye yang difasilitasi berupa selebaran (*flayer*), brosur (*leaflet*), pamphlet dan poster. Kemudian iklan kampanye di media cetak dan debat publik di fasilitasi oleh KPU Kabupaten Solok.

Disamping kampanye yang difasilitasi oleh KPU sebagai penyelenggara, pasangan calon dan partai politik sebagai pengusung juga dibolehkan berkampanye dengan cara : Pertama pertemuan terbatas, kedua tatap muka dan dialog, selanjutnya rapat umum. Untuk rapat umum jadwal dan tempatnya ditentukan oleh KPU sebagai penyelenggara pemilihan. Kemudian kampanye yang dibolehkan untuk pasangan calon adalah kegiatan kampanye lainnya. Pasangan calon dapat melakukan kegiatan lainnya ini dalam bentuk : rapat umum dengan jumlah terbatas, kegiatan kebudayaan (pentas seni, panen raya, konser musik), kegiatan olah raga, kegiatan sosial, dan kampanye melalui media sosial.

Lahirnya pembatasan terkait dengan kampanye pada pemilihan kepala daerah membuat para kontestan berfikir keras dalam menyusun strategi kampanye agar dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat yang ada di Kabupaten Solok. Dari data yang didapatkan, di Kabupaten Solok terdapat sebanyak 14 Kecamatan, 74 Nagari, 271.474 pemilih dan 881 jumlah TPS dengan luas wilayah Kabupaten Solok yang mencapai 3.738 Km2.

Kondisi geografis Kabupaten Solok yang cukup luas dan jika dibandingkan dengan jumlah alat peraga kampanye sebagaimana diatur dalam Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 yang difasilitasi oleh KPU tidak seluruhnya dapat menjangkau pelosok daerah. Hal ini menyebabkan pemilihan kepala daerah di anggap sepi sosialisasi dan dianggap kurang “bunyi” oleh masyarakat. Masa kampanye yang cukup panjang selama 100 hari juga belum dapat dimaksimalkan oleh pasangan calon. Rapat umum yang diagendakan oleh KPU untuk masing-

masing pasangan calon juga tidak dimanfaatkan oleh pasangan calon untuk berkampanye.

Dilain pihak, kebijakan pembatasan kampanye pun dinilai oleh sebagian pasangan calon tidak hanya di Kabupaten Solok sebagai aturan yang mengekang kebebasan berpolitik. Hal ini dapat dilihat dalam pemberitaan media Padang Ekspres tanggal 10 September 2015 halaman 1 dan 7. Keluhan tentang kebijakan tersebut disampaikan langsung oleh pasangan calon atau melalui tim penghubung pasangan calon, seperti calon Bupati Pesisir Selatan Alirman Sori mengatakan :

“tidak semua masyarakat bisa kita datangi dan bertatap muka untuk menyampaikan visi dan misi kita. Makanya mempublikasikan diri dimedia cetak merupakan langkah yang efektif, tetapi aturan tidak memperbolehkan,” ujarnya.

Sekretaris DPD Partai NasDem Pesisir Selatan, Doni Marta dan Sekretaris DPD PAN Pesisir Selatan yang menjadi pengusung dan penghubung Calon Bupati Pesisir Selatan Hendra Joni, di media Padang Ekspres tanggal 10 September 2015 halaman 1 dan 7, menyampaikan :

“aturan larangan berkampanye di media cetak, sama saja menghambat kebebasan berpolitik, karena mengingat luasnya wilayah Pesisir Selatan menjadi kendala bagi pasangan calon mendatangi masyarakat secara langsung, media kampanye semestinya dapat mewakili kehadiran calon ditengah-tengah masyarakat.”

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah seorang mantan tim penghubung pasangan calon Agus Syahdeman-Wahidup, DFR yang juga sebagai wakil ketua DPD Demokrat Kabupaten Solok, pada tanggal 31 Desember 2016, menyampaikan bahwa :

“sebenarnya pembatasan atribut kampanye bernilai positif demi menyetarakan paslon, namun di sisi lain masyarakat merasakan pilkada minim sosialisasi berupa atribut kampanye. Sejatinya atribut kampanye merupakan sarana penyambung paslon dengan masyarakat. Niat awal untuk paslon menghemat biaya kampanye, malah dilapangan berlaku sebaliknya. Dana kampanye menjadi lebih banyak, karena kampanye dengan *blusukan* atau pertemuan tatap muka membutuhkan biaya yang tidak sedikit.”

Melihat fenomena yang terjadi dilapangan dan jika disandingkan dengan masa kampanye yang cukup lama yaitu 100 hari, serta pembatasan kampanye tentu pasangan calon tidak bisa hanya mengandalkan alat peraga yang dibuat oleh KPU sebagai media kampanye. Penyusunan strategi kampanye secara matang akan lebih menguntungkan kepada pasangan calon dalam mengambil simpati masyarakat.

Beranjak dari kasus pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok tahun 2015, maka penulis ingin meneliti lebih jauh terkait dengan strategi apa yang dipakai oleh pasangan calon setelah adanya kebijakan terkait pembatasan penggunaan atribut kampanye. Karena, kebijakan merupakan sebuah produk dari sistem demokrasi, sedangkan bentuk terluar dari demokrasi dan kebijakan publik adalah adanya pelayanan publik berdasarkan prinsip tata kelola yang baik.

Kebijakan pengaturan terkait dengan kampanye merupakan sebuah bentuk implementasi dari prinsip pelayanan, yang mengatakan bahwa semua orang memiliki hak yang sama dalam pelayanan. Maka lahirlah Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 untuk memberikan kesempatan yang sama bagi pasangan calon untuk melakukan kampanye dalam pemilihan. Semua pasangan calon memiliki hak yang sama dalam fasilitasi atribut kampanye yang jumlahnya tentu tidak memenuhi kebutuhan calon untuk melakukan perkenalan dan sosialisasi bagi pasangan calon.

Untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Strategi dan Tata Kelola Kampanye Pasangan Calon Pada Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Solok (Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari pembahasan permasalahan yang diuraikan diatas dan masih kompleksnya persoalan tentang kebijakan terhadap kampanye pasangan calon pada pemilihan kepala daerah yang berujung pada strategi pemenangan pasangan calon, maka dapat diklasifikasikan beberapa persoalan terkait dengan kebijakan kampanye dan strategi kampanye, yakni:

1. Masih adanya pasangan calon yang tidak memanfaatkan fasilitas kampanye berupa rapat umum yang telah disusun oleh KPU Kabupaten Solok.
2. Belum maksimal jumlah alat peraga kampanye menjangkau semua pelosok daerah di Kabupaten Solok.
3. Masih ditemukannya strategi kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan oleh tim pasangan calon.
4. Masih belum maksimalnya sarana kampanye yang dimanfaatkan oleh partai politik dan pasangan calon untuk menarik minat masyarakat datang ke TPS.
5. Masih lemahnya kebijakan tentang sanksi bagi pasangan calon yang melanggar aturan kampanye.

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada alur pemikiran latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan, maka dirumuskan beberapa masalah penelitian yang bertujuan untuk

mempertajam kajian dalam penelitian ini. Beberapa rumusan masalah penelitian tersebut meliputi :

1. Bagaimana implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok?
2. Bagaimana strategi kampanye pasangan calon setelah lahirnya kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015 ?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015?
4. Apa upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam menjalankan strategi kampanye dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah penelitian, maka kajian pada penelitian ini diarahkan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.
2. Untuk mengetahui strategi kampanye pasangan calon setelah lahirnya kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.

3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.
4. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam menjalankan strategi kampanye dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Solok tahun 2015.

E. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah berikut:

1. Manfaat teoritis, akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep ilmu pengetahuan, khususnya dalam kebijakan publik, strategi kampanye pasangan calon dan komunikasi politik, serta pengetahuan mengenai pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah.
2. Manfaat praktis, yang diharapkan dapat memberikan informasi kepada berbagai pihak tentang strategi kampanye pasangan calon dan partai politik dalam meraih suara pemilih setelah adanya kebijakan yang mengatur persoalan kampanye pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok Tahun 2015. Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan jadi pedoman bagi pemerintah dan DPR dalam merumuskan kebijakan publik. Serta diharapkan penelitian ini jadi acuan bagi penyelenggara pemilu, yaitu KPU dalam membuat kebijakan-kebijakan tentang tata cara kampanye pada pemilihan kepala daerah untuk masa yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan temuan peneliti dan pembahasan yang telah dikemukakan pada BAB IV sebelumnya, maka pada BAB V ini dikemukakan kesimpulan, implikasi kajian, dan rekomendasi strategi kampanye pasangan calon serta implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2015. Serta peneliti juga menyampaikan rekomendasi untuk peneliti berikutnya terkait dengan tema penelitian.

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang disampaikan dalam BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian tentang strategi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati pasca lahirnya kebijakan kampanye Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pasangan Calon, sebagai berikut:

1. Terkait dengan implementasi kebijakan Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota di Kabupaten Solok secara umum berjalan dengan baik. Dari pelaksanaan kebijakan terkait dengan peran KPU Kabupaten Solok sebagai fasilitator dalam hal pengadaan alat peraga kampanye, bahan kampanye, pelaksana debat, dan pemasangan iklan kampanye tidak terjadi gangguan, semua berjalan dengan baik. Hal yang menjadi persoalan adalah adanya alat peraga kampanye yang rusak ataupun hilang setelah dilakukan pemasangan. Namun hal itu dapat diatasi

dengan melakukan proses pengadaan ulang untuk mengganti alat peraga kampanye pasangan calon yang hilang ataupun rusak. Kemudian dari sisi peserta pemilihan atau pasangan calon dalam melaksanakan kebijakan tidak ada yang melakukan pelanggaran kampanye dengan cara mencetak ulang alat peraga kampanye, atau membuat bahan kampanye sebagaimana yang telah diatur dalam kebijakan. Pada pelaksanaan debat kandidat semua pasangan calon juga menghadiri dan debat kandidat berjalan dengan baik dan lancar. Hanya saja fasilitas atau jadwal kampanye rapat akbar, atau yang dikenal dengan rapat umum tidak dimanfaatkan oleh semua pasangan calon. Hal ini disebabkan oleh faktor efektifitas dan masalah pendanaan kampanye. Semua pelaksanaan kebijakan ini dilihat dari indikator yang dikembangkan oleh Edwar dengan melihat indikator komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi.

2. Strategi dan tata kelola kampanye pasangan calon guna meraup dukungan pemilih adalah dengan cara memaksimalkan kampanye yang sudah diatur dalam Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye. Diantara memaksimalkan kampanye dengan metode pertemuan tatap muka dengan melakukan blusukan, menghadiri hajatan masyarakat, mengunjungi masyarakat yang mendapat musibah kematian, menghadiri pesta pernikahan. Kemudian pasangan calon melakukan kampanye dengan media sosial. Yang diatur dalam peraturan hanya dua akun yang terdaftar, namun tim pemenangan tetap juga melakukan kampanye di akun facebook masing-masing tim pemenangan. Selanjutnya strategi yang dilakukan adalah

memaksimalkan peluang kampanye dengan pemberitaan dan penyiaran. Setiap kegiatan kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon selalu dibutkan berita di media cetak, online dan elektronik. Kemudian metode kampanye dengan kegiatan lainnya oleh pasangan calon dilaksanakan dengan strategi kampanye melakukan pertujukan kesenian budaya, melakukan kegiatan goro bersama, dan juga melakukan kegiatan hajatan dirumah penduduk yang kemudian dihadiri oleh pasangan calon. Selain itu dalam kampanye kegiatan lainnya diatur cara berkampanye di media sosial, hal ini menjadi strategi yang tanpa bayak bagi pasangan calon dalam melakukan perluasan dukungan dari segmen pemilih pemula dan segmen pemilih yang sudah menguasai informasi teknologi.

3. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi kampanye pasangan calon dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Solok tahun 2015.

Faktor pendukung:

- a. Ketekunan yang kuat, hal ini dapat dilihat dari pasangan Gusmal-Yulfadri.
- b. Kader muda, kekuatan ini dimiliki oleh pasangan Agus-Wahidup
- c. Incumbent, kekuatan ini dimiliki oleh Desra-Bachtul
- d. Kekuatan dari partai pengusung, hal ini dimiliki oleh pasangan Desra-Bachtul yang memperoleh dukungan dari partai yang paling banyak.

Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi, adalah:

- a. Kurangnya pendanaan dari masing-masing calon. Hal ini dirasakan oleh semua pasangan calon, sehingga tidak ada pasangan calon yang melakukan kampanye melalui rapat akbar.
 - b. Kurang solidnya partai pengusung. Hal ini dirasakan oleh pasangan Desra-Bachtul
 - c. Minim Populeritas, hal ini diraskan oleh pasangan Agus-Wahidup.
 - d. Adanya issu narapidana yang dialami oleh Gusmal-Yulfadri.
4. Upaya yang dilakukan oleh pasangan calon dan tim pemenangan dalam mengatasi kendala, adalah sebagai berikut:
 - a. Klarifikasi serangan, yang dilakukan oleh pasangan calon Gusmal-Yulfadri yang mendapatkan issu mantan narapidana korupsi.
 - b. Melakukan komunikasi politik dengan para penyumbang dana kampanye, untuk mengatasi kendala keuangan yang dimiliki oleh pasangan calon.
 - c. Melakukan pemetaan daerah yang akan dijadikan target serangan dalam rangka perluasan daerah dukungan.
 - d. Melakukan evaluasi berkala guna melihat sejauhmana strategi berjalan, dan strategi apa yang belum terlaksana dengan baik.

B. IMPLIKASI KAJIAN

Implikasi dari hasil penelitian mencakup dua hal, yaitu implikasi teoritis dan praktis. Implikasi teoritis berhubungan dengan kontribusinya terhadap pengembangan konsep ilmu pengetahuan, khususnya dalam implementasi kebijakan, penerapan strategi kampanye, evaluasi strategi kampanye. Sedangkan implikasi praktis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap memberikan

masukan yang berarti kepada KPU secara umum dalam pelaksanaan kebijakan terkait dengan kampanye. Kepada masyarakat atau tokoh-tokoh politik yang ingin maju sebagai kepala daerah di Kabupaten Solok untuk penyusunan strategi yang lebih baik dan efektif guna meraih simpati masyarakat.

1. Implikasi teoritis

Implementasi merupakan sebuah rangkuman dari berbagai kegiatan yang didalamnya melibatkan sumber daya manusia untuk mencapai sumber daya lain dengan menggunakan strategi. Lahirnya kebijakan sebuah kebijakan akan menghasilkan titik terluarnya yaitu pelayanan publik yang berdasarkan kepada tata kelola yang baik. Pelayan publik yang baik harus memiliki prinsip kesamaan hak dan keseimbangan hak dan kewajiban. Prinsip kesamaan hak ini menjadi dasar lahirnya kebijakan yang mengatur perihal cara berkampanye bagi pasangan calon kepala daerah. Dalam kebijakan PKPU Nomor 7 tahun 2015 kampanye dilaksanakan dengan asas keadilan, semua pasangan calon mendapatkan fasilitas yang sama dalam hal jumlah alat peraga kampanye, bahan kampanye, iklan kampanye dimedia cetak dan elektronik, debat kandidat, dan juga jadwal rapat umum. Semua ini diatur agar ada keadilan dan kesetaraan dalam pelaksanaan kampanye, sehingga calon yang memiliki modal yang banyak tidak bisa lagi dengan leluasa mencetak dan memasang alat peraga kampanye serta mencetak bahan kampanye ataupun memasang iklan kampanye. Akibatnya pasangan calon harus mentaati aturan yang ada agar tidak terkena sanksi pelanggaran dalam berkampanye. Kedua prinsip pelayanan publik yang baik dalam

mengimplementasikan kebijakan adalah adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban. Artinya baik yang menerima dan yang memberikan pelayanan terhadap kebijakan yang dikeluarkan haruslah seimbang. Dalam konteks pelaksanaan kebijakan PKPU Nomor 7 tahun 2015 tentang kampanye, KPU dalam hal ini KPU Kabupaten Solok haruslah memenuhi kewajibannya menfasilitasi untuk mengadakan atribut kampanye untuk pasangan calon dengan baik dan adil. Sedangkan pasangan calon harus memenuhi haknya untuk mematuhi semua aturan yang ada terkait dengan cara berkampanye dalam pemilihan kepala daerah. Dalam peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015 pasangan calon hanya diperbolehkan melakukan kampanye dengan metode, pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dan dialog, kampanye pemberitaan dan penyiaran, serta kampanye dengan kegiatan lainnya. Untuk pelaksanaan kegiatan kampanye yang dibolehkan maka sudah pasti pasangan calon dan tim pemenangan harus menyusun strategi yang matang agar tujuan dari kampanye tercapai dan pasangan calon tidak melanggar aturan kampanye yang sudah ditetapkan. Menurut Peter Schroder dalam penyusunan strategi kampanye harus memperhatikan prinsip, pertama prinsip pemilihan tema. Pemilihan tema yang baik akan berpengaruh kepada nilai jual dan cara memperkenalkan calon kepada pemilih, jika tema yang dipilih itu mudah untuk diingat maka kampanye akan mudah dan efektif. Kedua, pemasukan kekuatan artinya adalah pasangan calon harus mengenali kekuatan apa yang dimiliki untuk melakukan kampanye, jika dikaitkan dengan kebijakan kampanye dimetode mana pasangan calon harusnya memusatkan kekuatan

untuk melakukan strategi kampanye agar kampanye dapat berjalan dengan baik, efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan. Ketiga, prinsip penyerangan artinya strategi pasangan calon harus terfokus kepada satu kekuatan untuk melakukan serangan, metode apa yang akan dilakukan namun tidak melanggar aturan kampanye. Keempat, prinsip pemanfaatan kekuatan langsung dan kekuatan tidak langsung, kekuatan langsung adalah berupa kegiatan kampanye yang langsung dilihat sebagai aktifitas pasangan calon seperti adanya kegiatan kesenian, kunjungan ke pasar-pasar, serta melakukan kampanye arak-arakan. Sedangkan kekuatan tidak langsung adalah kegiatan yang dilakukan oleh pasangan calon yang dinilai sebagai tindakan yang tidak berkampanye, seperti contoh pemberitaan dimedia cetak, atau hadir dalam pesta pernikahan tapi tidak ada menyampaikan visi dan misi.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan terhadap pemerintah dan legislatif dalam membuat regulasi terkait dengan kampanye untuk lebih baik kedepannya. Sehingga adanya prinsip proporsional dalam menyusun kebijakan, serta adanya memperhatikan azas efisiensi dalam penyusunan kebijakan, agar pelaksanaan kebijakan tidak terjadi hambatan dari pelaksana kebijakan atau pun dari pemakai kebijakan. Sehingga kebijakan yang dilahirkan dirasakan manfaatnya baik bagi pembuat kebijakan dan juga bagi masyarakat yang akan melaksanakan kebijakan.

C. REKOMENDASI

Berdasarkan kepada hasil pembahasan dan temuan penelitian, maka dapat diajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. KPU RI dan DPR harus melakukan kajian ulang terhadap pengaturan kebijakan terkait dengan kampanye. Pertama dalam hal pengadaan alat peraga kampanye yang belum proporsional antara daerah kabupaten yang memiliki luas wilayah yang lebih luas dibandingkan dengan daerah kota, sehingga pemasangan alat peraga belum berjalan efektif untuk membantu KPU Kabupaten/Kota dalam mensosialisasikan calon. Kedua, perlu kiranya dalam aturan berikutnya adanya pengaturan perbedaan jumlah Alat Peraga Kampanye berupa spanduk dan baliho antara kabupaten yang memiliki daerah yang luas dengan daerah yang kecil, atau melakukan cluster berdasarkan jumlah penduduk atau jumlah kecamatan yang terdapat dalam kabupaten/kota.
2. Pasangan calon atau peserta pemilihan perlu kiranya melakukan perubahan mind set bahwa tidak selamanya alat peraga kampanye itu menjadi media kampanye yang utama. Penyusunan strategi yang lebih matang dan langsung bertemu dengan konstituen merupakan cara yang lebih baik untuk mendapatkan simpati dan dukungan dari pemilih. Peserta pemilihan mestinya menerapkan strategi penyerangan perluasan dukungan dengan melakukan strategi blusukan guna mencerdaskan pemilih.
3. Melihat dari batasan penelitian ini hanya menganalisa kebijakan dan dihubungkan dengan strategi pasangan calon. Untuk peneliti selanjutnya,

dapat melakukan penelitian terkait dengan strategi pasangan calon dengan menggunakan analisa SWOT, hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana kebijakan berpengaruh terhadap strategi pasangan calon. Selanjutnya kajian ini juga dapat dilanjutkan dengan kajian mendalam terkait dengan pembatasan kebijakan kampanye guna mengatasi politik uang pasangan calon, yang bertujuan memperkecil *cost* politik agar jika terpilih nanti tidak melakukan praktik korupsi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arifin Anwar. 2006. *Pencitraan dalam Politik (Strategi Pemenangan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Jakarta : Pustaka Indonesia.
- Arrianie Lely. 2010. *Komunikasi Politik (Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik)*. Bandung: Widya Padjdjaran.
- Asrinaldi. 2012. *Politik Masyarakat Miskin Kota*. Yogyakarta : Gava Media
- Burhan Bungin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis Kearah Ragam Varian Kontemporer)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dwiyanto Indiahono. 2009. *Kebijakan Publik (Berbasis Dynamic Policy Analysis)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Harbani Pasolong. 2010. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Hafied Cangara. 2016. *Komunikasi Politik (Konsep, Teori dan Strategi)*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Janedjri M. Gaffar. 2012. *Demokrasi Konstitusional (Praktik Ketatanegaraan Indonesia Setelah Perubahan UUD 1945)*. Jakarta : Konstitusi Press
- Khairul Fahmi. 2012. *Pemilihan Umum dan Kedaulatan Rakyat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 2016. *Pemilihan Umum Dalam Transisi Demokrasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lisa Harrison. 2007. *Metodologi Penelitian Politik*. Rawamangun Jakarta: Prenada Media Group
- Maleong, Lexi J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miriam Budiardjo. 2013. Edisi Revisi Ketiga. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Muhammad Idrus. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial (Pendekatan kualitatif dan kuantitatif) Edisi Kedua*. Yogyakarta: Erlangga.
- Peter Schroder, 2004. *Strategi Politik*. Buku terjemahan, Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Mitra Alembana Grafika
- Rambe Kamaruz Zaman. 2016. *Perjalanan Panjang Pilkada Serentak*. PT. Mizan Publika. Jakarta
- Riant Nugroho. 2009. *Public Policy*. Jakarta: Pt. Elex Media Kompitindo.
- 2014. *Public Policy*. Jakarta: Pt. Elex Media Kompitindo.