

**STRATEGI PEMENANGAN POLITIK PASANGAN IDZA-NARJO
DALAM PEMILUKADA KABUPATEN BREBES
PERIODE 2012-2017**

Surahmadi

Abstract

Regional general election is a process of changing regional leadership that requires a strategy for winning candidates for regional head and deputy regional head. Brebes 2012 regional general election followed by two pairs of candidate. Idza Priyanti-Narjo (IJO) are able to win with 52,85 % vote. They beated Agung Widyantoro-Athoilah (TAAT) who is supported by the major parties in Brebes: Golkar, PAN, PKB, PPP, and Hanura. The study was conducted to provide an overview of political communication strategies undertaken by partner Idza Priyanti-Narjo on the selection of the Regent and Vice Regent of the Brebes Regency, the period of 2012-2017. Methodology in this research is qualitative descriptive type. To obtain data, the author conducted a study and documentation of nterviews wit some informants. Informants retrieval technique used was porpositive sampling, which consists of pair Idza-Narjo, team success/winning team from PDI-P, Brebes District Election Commission, and the district Brebes. These results indicate a strategy of personal and PDI-P strategy in winning the Geberal Election is influenced by several factors, among others are: caring persona, to institusional strengthening, understand the audience, preparing persuasive message, set the method, sort and select media, the art of compromise, willing to open up, embracing other parties, have and opportunity to survey, the formation of winning teams, visits to the community and create a vision and mission in accordance with local conditions. With a variety of strategies such as the PDI-P has Won a Idza-Narjo partner in the Election District Brebes period 2012-2017.

Keywords: Winning Political Strategy, General Election

A. PENDAHULUAN

Perubahan dalam perpolitikan Indonesia sejak jatuhnya rezim Soeharto telah memberikan ruang demokrasi yang sesungguhnya. Hal ini ditandai dengan lahirnya era Reformasi, di mana Indonesia menjadi negara yang kian menghargai hak-hak warga negaranya terutama dalam menentukan pemimpinnya. Pemerintahan yang sebelumnya sentralistik diubah menjadi desentralistik dalam artian pemerintahan pusat memberikan wewenang kepada daerahnya masing-masing untuk memilih kepala daerah dan wakilnya. Selain itu juga memberikan ruang demokrasi politik lokal menjadi lebih terbuka dan bebas dalam menentukan pembangunan di daerahnya masing-masing.

Menurut Sarwono (2008: 23), pemilihan umum kepala daerah pada hakikatnya merupakan pengakuan dan perwujudan dari hak-hak politik rakyat

dan sekaligus merupakan pendelegasian hak-hak tersebut kepada wakil-wakilnya untuk menjalankan pemerintahan. Sedangkan dede dan Caroline (2008: 23) menerangkan tentang mekanisme Pemilukada secara langsung dapat diyakini sebagai solusi ke arah penguatan demokrasi di tingkat lokal sekaligus mengembalikan kepercayaan publik terhadap pemerintah yang berkuasa, sehingga adanya perubahan pola pemerintahan yang sentralistik menjadi desentralistik membawa pergeseran lokus kekuasaan dari pusat ke daerah termasuk pula tentang kewenangan politik di tingkat lokal.

Pemilihan kepala daerah merupakan proses rekrutmen politik, yaitu penyeleksian rakyat terhadap tokoh-tokoh yang mencalonkan diri sebagai kepala daerah, baik gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati ataupun walikota/wakil walikota. Aktor utama sistem pemilihan kepala daerah adalah rakyat, partai politik dan calon kepala daerah. Partai politik sebagai suatu organisasi sangat berperan dalam mencetak pemimpin yang berkualitas dan berwawasan luas. Pemimpin yang berkualitas ini tidak hanya berorientasi pada kepentingan partai politik yang diwakili. Ketika menjadi seorang pemimpin, ia otomatis menjadi pemimpin semua orang. Calon pemimpin yang mampu menarik simpati dan perhatian masyarakat luas merupakan *asset* yang sangat berharga bagi partai politik. Orang-orang yang memiliki potensi dan kemampuan tersebut perlu diberdayakan (Firmanzah, 2008: 70-71).

Dua pasangan kontestan calon bupati pada pemilukada di kabupaten Brebes memiliki keunggulan maupun kelemahan masing-masing. Strategi kemenangan menjadi sangat penting dalam merebut suara terbanyak dari masyarakat. Pasangan pertama pasangan Agung Widiyantoro, S.H, M.Si - Athoillah, S.E, M.Si atau dipopulerkan dengan istilah Agung-Atho / TAAT adalah pasangan *Incumbent* bupati sebelumnya dan wakilnya adalah ketua PCNU Kabupaten Brebes merupakan organisasi islam terbesar yang di anut masyarakat Brebes memiliki peluang yang sangat besar dalam memenangkan pilkada di kabupaten Brebes. Pasangan kedua Hj. Idza Priyanti, S.E – Narjo dipopulerkan dengan nama Idza-Narjo / IJO merupakan pasangan *incumbent* Wakil Bupati sebelumnya dengan *background* pengusaha dan wakilnya adalah anggota DPRD PDIP peraih suara terbanyak di dapilnya.

Pemilihan umum Kepala Daerah di Kabupaten Brebes memiliki kecenderungan yang menarik karena kedua pasangan tersebut merupakan sama-sama calon pasangan *incumbent*, fenomena *incumbent* banyak terjadi di daerah, dan umumnya persaingan terjadi antara kepala daerah dan wakil kepala daerah pada periode sebelumnya. Disharmonisasi hubungan antara kepala daerah dan wakil kepala daerah sudah menjadi rahasia umum, keharmonisan antara kepala daerah dan wakil kepala daerah hanya bertahan 3-6 bulan saja, selebihnya mereka akan membawa kepentingan politiknya masing-masing seperti yang terjadi juga di Kabupaten Brebes.

Pencalonan Hj. Idza Priyanti dan Narjo diusung Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), dan Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) serta didukung oleh Partai Demokrat. Latar belakang partai-partai yang mendukung pasangan nomor urut 2 dan berkoalisi untuk mendukung pasangan Ijo adalah *pertama* karena visi misi

yang diusung pasangan Ijo sejalan dengan visi misi partai-partai tersebut. Dimana Partai pengusung utama pasangan ini mempunyai moto “partai-partai pembela wong cilik” selaras dengan program “Berjuang Untuk Kesejahteraan Rakyat”. *Kedua*, mereka melihat elektabilitas yang cukup tinggi pasangan ini melalui survei-survei menjelang pilkada. *Ketiga*, merangkul partai-partai politik yang terwakili di DPRD Brebes intinya kebersamaan untuk bisa menghantarkan pemerintahan yang stabil, dan lembaga legislatif merupakan partner pemerintahan daerah.

Agenda Pemilukada Brebes sebagai proses demokrasi lima tahunan memang sudah selesai dengan diselenggarakannya Pemilihan Bupati dan Wakilnya tanggal 07 Oktober 2012 dan telah dimenangkan oleh Pasangan nomor urut dua yaitu Idza-Narjo dengan memperoleh 452.120 suara dari daftar pemilih tetap berjumlah 1.471.123 pemilih, sehingga pasangan ini terpilih menjadi Bupati dan Wakil Bupati Brebes periode 2012-2017. Kemenangan pasangan nomor urut dua ini masih menghadapi banyak kendala, karena banyaknya media massa yang masih memberitakan soal kecurangan-kecurangan yang terjadi pada masa pemilihan berlangsung. Maka, saat Komisi Pemilihan Umum Brebes mengumumkan hasil perolehan suara Pemilukada Brebes pada tanggal 14 Oktober 2012 berdasarkan Keputusan KPU Kabupaten Brebes Nomor: 045/KPU-Kab.Bbs-012.329305/X/2012, pasangan nomor urut satu yaitu Agung Widyantoro-Athoilah menggugat hasil Pemilukada tersebut karena menurut pasangan nomor urut satu banyak kecurangan yang dilakukan kandidat pemenang yaitu Idza-Narjo. Namun gugatan tersebut ditolak oleh Mahkamah Konstitusi (MK) karena tidak memiliki bukti yang kuat. Dengan ditolaknya gugatan pasangan nomor urut satu tersebut, maka secara sah bahwa Bupati dan Wakil Bupati terpilih adalah Idza Priyanti-Narjo.

Menyimak latar belakang yang ada, maka perumusan masalah menyangkut dua hal: pertama tentang bagaimana Strategi politik yang diterapkan pasangan Idza-Narjo dalam kemenangan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Brebes Tahun 2012; kedua tentang bagaimana Strategi Komunikasi Politik yang diterapkan dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Brebes 2012?

A.1 Tinjauan Pustaka

A.1.1 Tinjauan Umum Tentang Strategi

Pengertian tentang strategi berasal dari bidang militer. Pemikiran strategis senantiasa dibutuhkan apabila sekelompok besar orang perlu dipimpin dan dibutuhkan orientasi. Strategi menurut Arnold Steinberg adalah rencana untuk tindakan, penyusunan dan pelaksanaan strategi yang nantinya akan mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya. Menurut Carl Von Clausewitz ada perbedaan antara taktik dan strategi sebagai berikut: taktik adalah seni menggunakan “kekuatan bersenjata” dalam pertempuran untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi tujuan jangka pendek dicapai melalui

taktik. Namun tanpa strategi, taktik tidak ada gunanya. Jadi strategi adalah rencana untuk tindakan. Sedangkan penyusunan dan pelaksanaan strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi pada akhirnya (Pito *et al*, 2006: 196-197). Strategi itu sendiri selalu memiliki tujuan yaitu “kemenangan”. Kemenangan akan tetap menjadi fokus, baik tercermin dalam mandatnya dalam perolehan tambahan suara. Dalam sebuah kemenangan pemilu bagi kandidatnya atau dalam mayoritas bagi suatu peraturan. Bagaimana kemenangan tersebut digunakan merupakan tujuan politik yang ada di balik kemenangan yang nampak (Schroder, 2010: 3).

Menurut Prihatmoko & Moessafa (2008:158) bahwa strategi adalah segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilu. Strategi menyangkut berbagai kegiatan diantaranya menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, juga untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih. Agar kandidat dapat memenangkan pemilihan umum, ia harus dapat membuat pemilih berpihak dan memberikan suaranya. Selanjutnya menurut Newman (1999:408) kandidat harus membentuk suatu strategi komunikasi yang secara total menampilkan pesan-pesan melalui isu, tema dan slogan melalui berbagai media siaran elektronik TV, Radio, dan internet diharapkan mampu memelihara pesan-pesan yang momentum secara efektif terhadap target kelompok khusus di saluran media siaran khusus seperti website internet, sangat diperlukan dalam strategi komunikasi kandidat untuk mencapai target khalayak tertentu atau kelompok kecil yang berpengaruh di tataran baik pemilih mengambang atau pemilih pemula (*floating voters or swing voters*) maupun pemilih secara umum lainnya.

A.1.2 Strategi Politik

Pengertian strategi berasal dari konsep militer dan kata itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu kepemimpinan atas pasukan, seni memimpin pasukan. Pertimbangan-pertimbangan strategis senantiasa memainkan peranan ketika sekelompok besar orang butuh dipimpin dan diberi pengarahan. Di masa lalu ada banyak prospek perang yang menciptakan kebutuhan ini, Menurut Firmanzah (2008:10), strategis adalah sesuatu yang penting, baik dari segi sumber daya yang dikorbankan maupun efeknya pada organisasi secara keseluruhan tentu saja harus dicatat bahwa masing-masing orang akan mendefinisikan secara berbeda mengenai mana yang penting dan tidak penting. Selanjutnya menurut Schroder (2010:5) strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Contohnya adalah pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suatu struktur baru dalam administrasi pemerintahan, atau dijalkannya

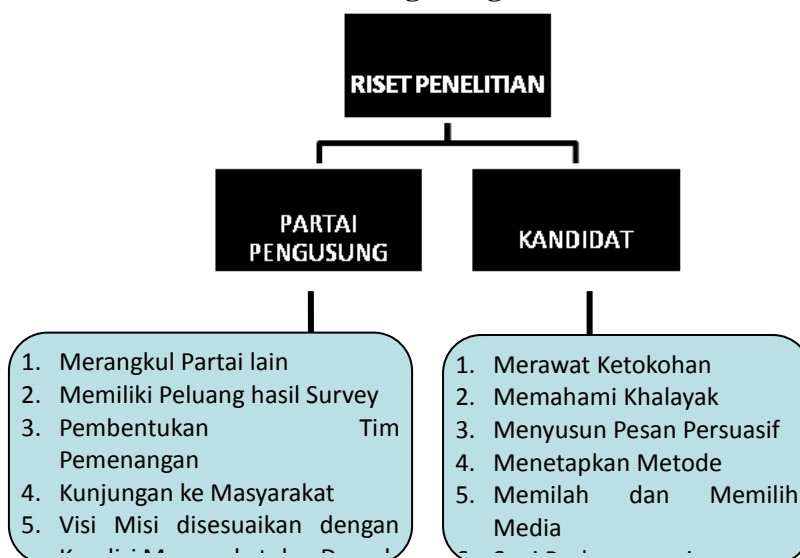
program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi.

A.1.3. Komunikasi Politik sebagai Bagian dari Strategi Kemenangan

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah (Ramlan Surbakti, 2010: 152). Komunikasi politik juga merupakan proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Kejadian tersebut merupakan proses yang berkesinambungan, melibatkan pula pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompok pada semua tingkatan masyarakat, sehingga komunikasi politik memainkan peranan penting dalam sistem politik: komunikasi politik ini menentukan elemen dinamis, dan menjadi bagian menentukan dari sosialisasi politik, partisipasi politik, dan perekrutan politik (Michael Rush dan Phillip Althoff, 2008: 24).

Komunikasi politik sebagai bagian dari strategi kemenangan merupakan hal yang tidak bisa di pisahkan. Dalam strategi kemenangan memerlukan bermacam cara dalam meraih tujuan akhir yaitu kemenangan. Komunikasi politik sebagai strategi yang cukup berperan dalam suksesnya strategi pemenangan yang ingin di terapkan. Berbagai komponen dalam sistem komunikasi politik menjadi bagian-bagian yang diimplementasikan pada strategi pemenangan politik suatu kandidat dalam pertarungan pilkada untuk memperoleh suara terbanyak, seperti bagan berikut:

Bagan 1
Bagan Model Strategi Komunikasi Politik
dari Partai Pengusung dan Kandidat



A.2 Metoda Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dimana hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mencari generalisasi yang luas, karena temuan tergantung pada interaksi peneliti dan subjek penelitian. Teknik pengumpulan data mengutamakan penggunaan data langsung (*first hand*) yang diperoleh dari beberapa narasumber melalui wawancara mendalam (*depth interview*). Informan atau narasumber terdiri dari (1) Wakil Bupati Kabupaten Brebes; (2) Ketua KPUD Kabupaten Brebes; (3) Tim Pemenangan Pasangan Idza-Narjo; (4) Tokoh masyarakat Kabupaten Brebes.

Untuk memperkuat data langsung tersebut digunakan juga data pendukung atau sumber data sekunder seperti Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 Tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, dan Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2005 Perubahan Atas Peraturan Pemerintahan Nomor 6 Tahun 2005. Instrumen utama adalah peneliti sendiri (*human instrument*), sedangkan analisis data pada prinsipnya berproses secara induksi – interpretasi – konseptualisasi.

B. PEMBAHASAN

B.1. Strategi Politik yang diterapkan pasangan Idza –Narjo dalam Pemenangan Pemilukada di Kabupaten Brebes

B.1.1 Strategi PDI Perjuangan Merangkul Partai lain

Menurut Firmansyah (2008 : 69) bahwa partai politik bukan saja sebagai alat mencapai kekuasaan akan tetapi perlu melihat peran dan tugas yang diembannya. Beberapa partai politik yang memiliki pandangan dan pemikiran sama berkomitmen untuk membangun koalisi bersama mengusung dan mendukung Idza–Narjo dalam pemenangan Pemilukada di Brebes. Partai yang dirangkul oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) adalah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA).

Adanya gabungan partai-partai yang mendukung pasangan pada Pemilukada Brebes, berguna untuk menyatukan kepentingan yang sama dari masing-masing partai politik. Oleh karena itu, terbentuknya tim sukses pemenangan pasangan Idza-Narjo merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh partai-partai dalam menyatukan tujuannya agar meraih kemenangan dalam perhelatan pemilukada. Koalisi juga memberikan kemudahan akses dan kebersamaan untuk semakin memperkokoh konsep-konsep yang sudah disepakati bersama, partai pengusung dan pendukung pasangan nomor urut 2 (dua) di kabupaten Brebes

adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dengan ketua H. Indra Kusuma, S.Sos, Partai Keadilan Sejahtera dengan ketua Syaefulloh, dan Partai Gerakan Indonesia Rakyat dengan ketua Ahmad Mustaqim. Ketiga partai pengusung pasangan ini sudah bersatu dan komitmen untuk memenangkan pasangan dalam perhelatan pilkada.

Melihat peta politik di Kabupaten Brebes, koalisi yang dibangun oleh PDIP, PKS dan Gerindra merupakan koalisi yang relatif kecil yaitu hanya sekitar 40% dari kursi di DPRD dibandingkan dengan rival politiknya yaitu gabungan koalisi 5 partai yang mempunyai perwakilan di parlemen, yaitu GOLKAR, PAN, PPP, PKB dan Hanura yang menguasai 46 % suara di Parlemen. Namun kenyataannya kemenangan tidak ditentukan dari besarnya prosentase suara parlemen, tetapi ditentukan oleh kekuatan strategi kampanye dan komunikasi politik masing-masing pasangan seperti visi dan misi yang telah dibuat.

B.1.2 Visi, Misi dan Program Pemenangan Pasangan Idza –Narjo

Visi dan Misi pasangan menjadi hal yang sangat penting dalam upaya memenangkan pilkada. Visi & Misi disusun bersama sebagai program kerja yang akan dilaksanakan pasangan ini jika terpilih menjadi Bupati Brebes. Visi dan Misi juga sebagai pemikiran dari tim pemenangan Pasangan yang ditawarkan ke masyarakat pemilih, agar masyarakat dapat menilai sejauh mana calon pemimpinnya memiliki kemampuan serta komitmen dalam membangun dan memajukan Brebes secara umum, sesuai dengan harapan masyarakat di Brebes.

Berikut adalah Visi dan Misi pasangan Idza-Narjo, yaitu (1) Visi, yaitu “Membangun masyarakat maju, mandiri, sejahtera dan berkeadilan”; (2) Misi, meliputi : mewujudkan pendidikan murah, berkualitas dan berkarakter, meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, meningkatkan perekonomian kerakyatan dan optimalisasi infrastruktur, mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, dan menciptakan pemerintahan yang bersih dan berwibawa.

Visi dan misi yang telah dirumuskan akan dilaksanakan dengan memperhatikan tiga pilar landasan dalam pembangunan yaitu: (1) Pilar Pendidikan, diantaranya Pendirian PAUD dan TPQ setiap desa secara bertahap, peningkatan kesejahteraan GTT dan Guru Madin (Ustadz /Ustazah), optimalisasi Sekolah kejuruan, beasiswa secara Merata dan optimal, optimalisasi guru profesional, dan meningkatkan sarana dan prasarana sekolah; (2) Pilar Kesehatan, meliputi : peningkatan sarana & prasarana kesehatan tingkat desa sampai kabupaten, pemerataan jamkesmas tepat sasaran dan merata, dan Optimalisasi pelayanan puskesmas dan rumah sakit dengan ramah; (3) Pilar Perekonomian, meliputi :

pemberdayaan SDM berbasis pertanian, UMKM, gender dan pemuda, mengembangkan potensi sumber daya pertanian / peternakan/ perikanan / kehutanan menuju ketahanan pangan dan kesejahteraan petani.

Selanjutnya pasangan Idza-Narjo akan menyelaraskan pencapaian Visi tersebut dengan arah pembangunan sesuai tujuan / Misi yang ingin dicapai yaitu : (1) Wajib belajar pendidikan dasar secara gratis; (2) Peningkatan pelayanan dasar dan kesehatan gratis; (3) Pengembangan Infrastruktur, dan (4) Peningkatan PAD.

B.1.3 Program dan Strategi Pembangunan Pasangan Idza-Narjo

Untuk pencapaian tujuan yang sudah dirumuskan, pasangan Idza-Narjo akan membuat strategi pembangunan yang berpihak pada masyarakat luas dengan menggandeng dinas terkait. Implementasi strategi pembangunan yang akan dilakukan dalam mengatasi kondisi geografis kabupaten Brebes sesuai Misi yang ingin diwujudkan dilakukan dengan kebijakan program sebagai berikut: (1) Menampung aspirasi masyarakat seluas-luasnya melalui Musbangdes, Musrenbangcam, Musrenbangkab dan reses dilakukan oleh anggota DPRD Kabupaten Brebes menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan; (2) Melakukan perencanaan pembangunan bersama DPRD dengan dasar kemitraan sesuai dengan peraturan perundang-undangan; (3) Memperhatikan perkembangan perubahan peraturan yang lebih tinggi; (4) Membangun infrastruktur di setiap wilayah secara bertahap; (5) Mengembangkan sentra kegiatan perekonomian dan menggandeng investor, dan potensi ekonomi untuk mencapai masyarakat mandiri; (6) Peningkatan di bidang pertanian.

PDIP merupakan partai politik yang dekat dengan masyarakat kecil. Moto pasangan Idza-Narjo menjadikan PDIP sebagai “ *Partai Pembela Wong Cilik*” digunakan dalam kampanye politik. Moto tersebut diselaraskan dengan program kemenangan yang dibuat dan diberi nama Program 6 pilar sebagai berikut : (1) Memberikan santunan kematian bagi keluarga tidak mampu sebesar Rp. 1.000.000; (2) Seminggu sekali akan menerima aspirasi masyarakat langsung di pendopo Kabupaten Brebes (Open House); (3) Memberikan dana operasional bagi RT dan RW; (4) Meningkatkan kesejahteraan bagi guru Ngaji, guru Madin, Imam Mushola dan Imam Masjid; (5) Meningkatkan Ekonomi Kerakyataan; (6) Meningkatkan sarana dan prasarana jalan.

Program yang akan diwujudkan masuk dalam rancangan program tahunan. Program pada tahun pertama akan diwujudkan sebagai berikut: (1) Mewujudkan pendidikan Murah, berkualitas dan berkarakter, diantaranya: optimalisasi Sekolah kejuruan,

beasiswa secara Merata dan Proporsional, optimalisasi guru profesional, dan Meningkatkan sarana dan prasarana sekolah; (2) Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, meliputi : terpenuhinya sarana & prasarana kesehatan dari desa sampai kabupaten, pemerataan Jamkesmas tepat sarana dan prasarana yang merata, optimalisasi pelayanan puskesmas dan rumah sakit dengan ramah; (3) Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan dan optimalisasi infrastruktur, meliputi : pemberdayaan SDM berbasis pertanian, UMKM, gender dan pemuda, mengembangkan potensi sumber daya pertanian/peternakan/perikanan/ kehutanan menuju ketahanan pangan dan kesejahteraan petani, peningkatan jalan kecamatan secara bertahap, pembangunan infrastruktur jalur lintas tengah, dan Peningkatan Irigasi; (4) Mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, diantaranya : mendorong kesejahteraan perempuan dan keluarga, dan peningkatan kualitas hidup dan perlindungan perempuan; (5) Menciptakan pemerintah yang bersih dan berwibawa, meliputi : peningkatan pelayanan dan tatakelola pemerintahan secara prima, peningkatan investasi dan daya saing daerah, dan menciptakan keamanan dan pelayanan.

Program dan Strategi pembangunan yang dirumuskan pasangan Idza-Narjo mengacu pada kondisi Internal dan Eksternal Kabupaten Brebes seperti diungkapkan oleh Anwar Arifin (2006: 145) yaitu merencanakan pesan-pesan politik untuk disampaikan ke khalayak, di mana penentuan tema materi harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi khalayak. Berikut adalah kondisi Eksternal dan Internal Kabupaten Brebes yang dijadikan acuan: (1) Kondisi Internal Kabupaten Brebes, meliputi : Brebes terbagi menjadi 17 kecamatan, 5 kelurahan dan 292 Desa, penduduk di kabupaten Brebes mencapai kurang lebih 2 juta orang, IPM ke 35 dari 35 Kabupaten/Kota di Jawa Tengah, PAD mencapai 74 M /Tahun, potensi daerah pertanian, perikanan dan kehutanan, dan Sarana dan prasarana infrastruktur belum memadai; (2) Kondisi Eksternal Kabupaten Brebes, meliputi : issue pemekaran, keaneka Ragaman Budaya Jawa Tengah, perlintasan Jawa Barat-Jawa Tengah (Pantura), kebijakan Daerah yang sering berubah, dan infrastruktur jalur tengah.

Pasangan Idza-Narjo menggunakan acuan kondisi Internal dan Eksternal Kabupaten Brebes sebagai langkah politik menentukan kebijakan dalam mengimplemetasikan nya sesuai dengan program-program yang telah dirumuskan.

B.1.4 Membentuk Tim Sukses Yang Solid

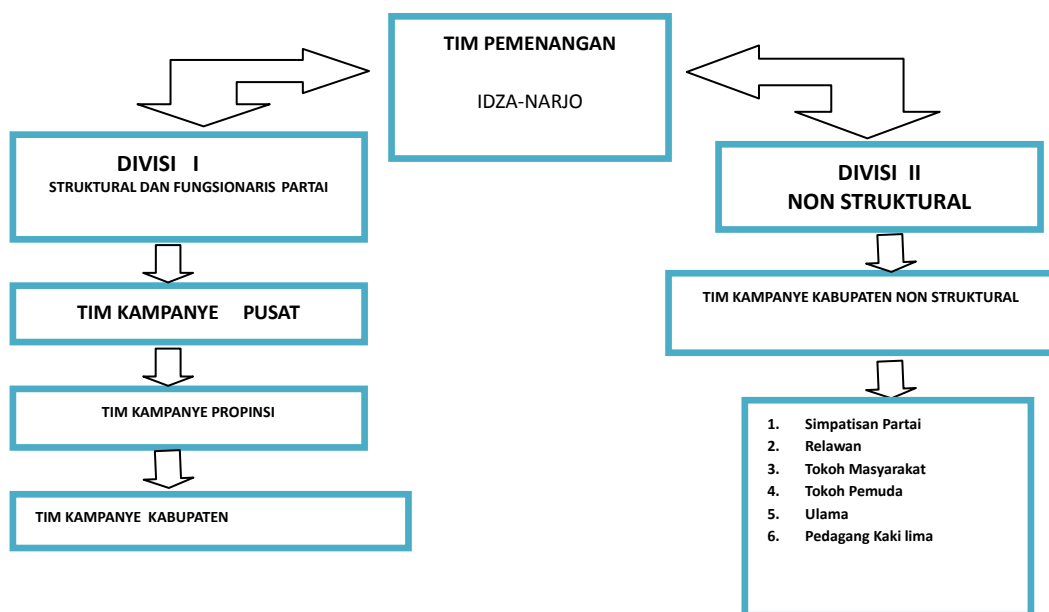
Tim sukses dibentuk dengan tujuan agar pemilihan kepala daerah secara langsung (Pemilukada) memperoleh kemenangan. Tim adalah sebuah proses pertarungan karena sebagai instrumen penting dalam pemenangan pemilukada,

termasuk pemilukada Brebes tahun 2012. Di sisi lain, pembentukan tim sukses merupakan juga sebuah tuntutan dari regulasi KPU yang memberikan persyaratan bahwa setiap pasangan calon harus menyerahkan tim kampanye dalam rangka mengkomunikasikan antara kepentingan-kepentingan tahapan yang dilakukan oleh KPU berkaitan dengan pasangan calon secara langsung, karena tidak mungkin setiap kegiatan yang dilakukan oleh KPU akan dihadiri oleh pasangan calon yang bersangkutan, dan karena itu tim sukses pasangan calon yang menjadi wakil pada setiap momentum atau kegiatan yang diselenggarakan KPU, sehingga peran sebuah tim sukses menjadi penting di dalam kontestasi pilkada. Tim sukses ini juga menjadi ruang untuk menyusun strategi kemenangan pasangan dalam Pemilukada Brebes tahun 2012.

Tim sukses pasangan Idza-Narjo dibagi menjadi dua divisi. Divisi pertama tim sukses yang dibentuk secara struktural dan berjenjang yang berisi para fungsionaris partai pengusung dan anggota fraksi di parlemen. Divisi kedua adalah tim sukses yang dibentuk beranggotakan beragam kalangan antara lain, partai politik pengusung, kader-kader PDIP, organisasi komunitas yang langsung berkordinasi dengan pasangan Idza-Narjo, seperti para relawan, tokoh masyarakat, ulama, organisasi kepemudaan dan kelompok pedagang kaki lima.

Tim sukses pasangan dibagi menjadi dua divisi bertujuan agar dapat memberikan kekuatan baik dalam pemikiran, tenaga maupun biaya. Berikut adalah bagan tim pemenangan dalam pemilukada brebes, yaitu:

Bagan 2
Bagan Tim Pemenangan Pasangan Idza-Narjo



Bagan di atas menunjukkan bahwa tim pemenangan dengan melibatkan seluruh kekuatan yang dimiliki PDIP dan partai pengusung dari tingkat pusat hingga Desa/Ranting. Tim pemenangan bukan hanya melibatkan fungsionaris partai dalam struktur tapi unsur lain seperti relawan, tokoh masyarakat, ulama, tokoh pemuda hingga pedagang kaki lima. Dua divisi yang dibentuk memberikan kekuatan penuh dalam usaha untuk meraih kemenangan.

Tim sukses dari pusat akan bekerja saat kampanye terbuka dilaksanakan. Tim sukses dari pusat memiliki sasaran para pemilih umum dan memberikan kontribusi berupa pemikiran dan ide-ide dalam strategi pemenangan.

Tim kampanye Provinsi menjadi bagian dari divisi pertama yang akan memperkuat tim kampanye politik. Tim kampanye Provinsi terlibat dalam memberikan pemikiran dan langkah-langkah strategi pemenangan. Tim Kampanye Provinsi terdiri dari anggota fraksi PDIP dan partai pengusung dalam parlemen di DPRD tingkat I Jawa Tengah.

Beberapa partai yang mendukung juga dilatarbelakangi oleh gaya komunikasi seorang pemimpin yang mampu mengakomodir berbagai kepentingan dari partai-partai politik. Gaya komunikasi yang akomodatif ini ditunjukkan oleh Idza Priyanti selama menjadi Wakil Bupati Brebes sebelumnya. Dan ini menjadi strategi komunikasi politik efektif dengan cara yang halus dan menyentuh emosional pihak-pihak yang merasa diakomodir seluruh kepentingan politiknya, dan dengan sendirinya mereka merapat dan menjadi bagian dari tim pemenangan pasangan ini.

B.1.5 Membentuk Struktur Tim Kampanye

Partai pengusung yang terdiri dari tiga partai Pengusung secara struktural menempatkan pimpinan dari masing-masing partai, masuk jajaran menjadi tim sukses. Struktur tim sukses atau tim kampanye ini diisi oleh para politikus yang kompeten, namun ada juga tenaga-tenaga potensial yang sesuai dengan tugas dan fungsinya. Melihat struktur di atas, bahwa Dewan Pembinaan tim kampanye ditangani langsung oleh pasangan calon Idza Priyanti dan Narjo, sementara ketua umum tim kampanye dipimpin oleh H. Illia Amin, fungsionaris PDI Perjuangan Kabupaten Brebes, dan serta masing-masing ketua DPD partai pengusung yang diposisikan sebagai ketua tim kampanye.

B.1.6 Membentuk Tim Relawan (Non Struktural)

Organisasi taktis yang dibentuk sebagai tim relawan

pemenangan adalah Tim-tim yang dibentuk mulai dari tingkat Kabupaten sampai tingkat RT. Namun, Tim relawan tersebut tidak hanya berperan sebagai organisasi taktis pemenangan di Pilkada Brebes 2012 saja. Bahkan pada saat Dr. Edi Utomo mencalonkan diri sebagai Bupati Tegal namun mengalami kekalahan, Tim ini ikut berperan aktif dalam kampanye terbuka maupun kampanye *door to door* (dari rumah ke rumah), karena baik Idza Priyanti maupun Dr. Edi Utomo masih dalam satu keluarga besar.

Organisasi ini menjadi sebuah gerakan politik yang bisa menembus sampai tingkat akar rumput (*grassroot*) dan berbagai lapisan masyarakat diajak untuk bergerak melakukan kerja-kerja politik pemenangan pasangan calon yang didukungnya. Meskipun demikian, kegiatan Tim Relawan tidak hanya sebatas menjelang pilkada berlangsung, pasca pilkada pun Tim Relawan ini masih memiliki soliditas untuk melakukan kerja-kerja sosial sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Dalam marketing politik, Tim Relawan IJO berperan sebagai penjual produk politik (Person) yaitu Idza Priyanti, sehingga dengan berbagai macam strategi dibuatlah sebuah “presentasi” yang menarik sehingga masyarakat tertarik dan pada akhirnya menjatuhkan pilihan kepadanya pada Pemilukada Brebes 07 Oktober 2012. Presentasi dan cara kampanye di dalam marketing politik begitu mempengaruhi produk politik (*Person, Policy, Party*) karena jika produk politiknya bagus namun tidak menarik “presentasinya” maka produk politik tersebut tidak diminati dan tidak mendapatkan perhatian besar di hati masyarakat.

B.1.7 Konsultan Politik

Di era demokrasi elektoral yang semakin kompetitif, para kandidat sangat membutuhkan konsultan politik untuk mengimplementasikan strategi-strategi komunikasi politiknya. Konsultan politik bisa mendisain strategi komunikasi politik untuk klien-nya dengan cara-cara yang strategis. Tak heran, kandidat yang sebelumnya tak diunggulkan dalam sebuah perhelatan pemilu atau pemilukada, menjadi suatu yang memungkinkan untuk memperoleh kemenangan, dengan cara mengaplikasikan strategi-strategi yang sesuai yang telah direkomendasikan kepada klien-nya. Oleh karena itu, demokrasi elektoral yang ditandai oleh pemilihan (pilkada), menjadi realistis bila setiap kandidat membutuhkan konsultan politik dalam rangka meraih kemenangan.

Konsultan politik digunakan pasangan ini adalah Lingkaran Survei Indonesia (LSI) dan Jaringan Isu Publik (JIP).

Namun Peran LSI dan JIP pada Pilkada 2012, hanya sebatas melakukan riset politik elektabilitas Idza Priyanti di mata masyarakat Brebes pada saat menjelang pilkada dan pada saat hasil rilis pemilukada Brebes 2012.

Hasil rilis pemilukada Brebes tahun 2012, prosentase hasil penghitungan suara sudah bisa diketahui melalui penghitungan cepat (*quick count*) yaitu pasangan nomor urut Pertama Agung Widyantoro-Athoilah (Taata) memperoleh 49,19 % dan Pasangan nomor urut kedua Idza Priyanti-Narjo (Ijo) memperoleh 50,81 %, sehingga pasangan nomor urut kedua unggul dengan selisih 1,62 %.

Menurut Manager Riset LSI Setia Darma mengatakan *quick count* mengambil sampel di 250 TPS. Sampel tersebar secara proporsional berdasarkan jumlah pemilih dan dipilih secara acak di seluruh kecamatan. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *multistage random sampling* dengan margin error sekitar 1 %, dengan partisipasi pemilih relatif rendah yakni 53,3 % atau jumlah pemilih berdasarkan data KPU Brebes 1.471.123 orang.

B.2. Strategi Komunikasi Politik Pasangan Idza - Narjo dalam Pemenangan Pemilukada Kabupaten Brebes Tahun 2012

Strategi komunikasi politik merupakan sebuah taktik yang begitu berperan dalam pemenangan pemilihan umum. Keberhasilan strategi komunikasi politik memberikan sebuah kontribusi yang besar dalam menggunakan dan merencanakan strategi pasangan kandidat atau partai politik untuk menyusun tidak hanya dalam menghadapi pemilu namun juga pasca pemilu. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Arifin, 2006:102).

Oleh karena itu, politik dan strategi, kedua hal tersebut harus berjalan beriringan apabila ingin mengejar tujuan berpolitik dalam pemenangan Pemilukada. Sementara itu strategi juga membutuhkan taktik, persyaratan dalam sebuah perencanaan taktik adalah adanya perencanaan strategi. Perencanaan taktik dan pengambilan tindakan hanya dapat memiliki arti apabila strategi direncanakan secara teliti. Jadi perencanaan taktik dapat memberikan jawaban atas pertanyaan siapa, akan melakukan apa, kapan, di mana, bagaimana dan mengapa.

Strategi komunikasi politik yang dilakukan pada pemilukada Brebes dianalisis dengan menggunakan teori-teori yang telah dikemukakan oleh Arifin (2006: 145), bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan untuk memperoleh kemenangan di dalam pemilihan umum kepala daerah antara lain:

B.2.1 Merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan

Masyarakat dalam menentukan pilihan pada pemilu tidak hanya didasari atau sekedar melihat dari partai yang mendukung kandidat, tetapi pribadi dan personal calon yang pasti jadi bisa menjadi sebab utama pemilih memantapkan pilihannya kepada kandidat. Hal ini yang menjadi strategi komunikasi politik dalam kemenangan pasangan Idza-Narjo, yakni merawat Ketokohnya dengan cara menjaga kepribadian dan nama baiknya di lingkungan masyarakat, menghargai semua lapisan masyarakat, tidak adanya pembedaan status, ikut memikirkan nasib masyarakat, menampung aspirasi dan keluhan masyarakat, menepati janji yang tertuang dalam visi-misi, dapat meyakinkan serta mengayomi masyarakat melalui kepercayaan, ketulusan, kejujuran di depan khalayak.

Adanya tindakan kejujuran, bisa dipercaya di hadapan publik, tidak hanya sekedar janji itu yang menjadi prioritas utama dalam merawat ketokohan, sehingga kepercayaan dari masyarakat terhadap calon yang dipilihnya dapat menunjukkan bahwa karakter seorang pemimpin bisa dirasakan oleh masyarakat bila seorang pemimpin ikut terjun langsung terhadap apa yang dihadapi masyarakat, jadi personal pribadinya akan langsung dinilai oleh masyarakat. Sikap pasangan Idza-Narjo dalam merawat ketokohnya dapat memberikan pengayoman terhadap masyarakat dalam menegakkan supremasi hukum yang tidak tebang pilih, serta selalu menjalankan program kerja sesuai aturan yang ada.

B.2.2 Menciptakan kebersamaan

Pengimplementasian Strategi menciptakan kebersamaan dilakukan dengan memahami khalayak (publik), menyusun pesan, menetapkan metode dan memilih media. Menurut Rice dan Paisley (1981:272) bahwa *source*, *message* dan *channel* merupakan elemen yang penting dalam sebuah strategi komunikasi. Oleh karena itu menciptakan kebersamaan dalam komunikasi politik diperlukan pemahaman terhadap prinsip-prinsip tersebut. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut: Pertama, Pemahaman khalayak (publik), yaitu publik itu terdiri dari individu-individu yang tertarik oleh berbagai masalah atau isu yang menyangkut kepentingan umum yang dilontarkan oleh media (Arifin, 2014:152). Strategi komunikasi politik kandidat pasangan Idza-Narjo dalam memahami khalayak dilakukan dengan cara melakukan pemetaan wilayah terlebih dahulu. Pemetaan wilayah dilakukan oleh tim sukses untuk mengetahui karakter penduduk sesuai dengan kondisi masyarakat di wilayah masing-masing.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, publik yang menjadi sasaran adalah warga masyarakat Kabupaten Brebes dengan *target audience* masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah. Pendekatan yang digunakan pasangan Idza-Narjo untuk bisa memahami masyarakat Brebes adalah pendekatan yang dibangun untuk hubungan emosional dalam jangka panjang dengan tujuan mewujudkan pemerintahan yang bisa memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakatnya.

Kedua, Penyusunan Pesan Persuasif yaitu penyusunan pesan yang berarti ajakan atau suatu bentuk mempengaruhi masyarakat pemilih untuk memilih dalam konteks pendekatan pemilih dalam pemilukada, tentunya antara Bupati dan Wakil Bupati sebagai komunikator menyampaikan kepada pemilih atau masyarakat yang isinya bisa mengena dan dapat dipahami oleh masyarakat sekitar yaitu tentang memahami kondisi daerah di Kabupaten Brebes dan masyarakatnya telah tertuang dalam Visi dan Misi.

Pesan persuasif yang dilakukan pasangan Idza-Narjo adalah : Pertama, menetapkan metode, yaitu berdasarkan temuan penelitian di lapangan metode yang digunakan oleh tim sukses dalam mengimplementasikan strategi yaitu menggunakan model pendekatan langsung yaitu aksi *door to door*. Selain itu program internal *sak kasur, sak dapur lan sak sumur* merupakan metode yang digunakan oleh tim sukses untuk mengajak warga masyarakat yang belum mengenal kandidat pasangan Bupati dan wakilnya. Pasangan Idza-Narjo merupakan pasangan yang kemenangannya karena kerja keras dari tim sukses partai PDIP, PKS, dan Gerindra. Tim sukses bekerja secara optimal bersama jaringan yang sudah terbentuk dengan baik. Hampir di semua kecamatan unggul, karena pergerakan Tim sukses sampai ke akar rumput untuk memperoleh kemenangan di tiap TPS.

Kedua, pemilihan media, pencitraan seorang tokoh diperlukan sebuah strategi media yang dapat mendukung citra sang tokoh di mata publik. Media juga dapat menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan pada khalayak ramai. Pemilihan media menurut Effendy (2003:37) dipengaruhi oleh khalayak sasaran yang akan dituju, efek yang diharapkan dari program komunikasi yang dijalankan dan isi pesan yang dikomunikasikan. Media massa dipilih dalam mengimplementasikan strategi pencitraan kandidat dengan media cetak, media elektronik dan media internet. Media cetak yang dipilih adalah Jawa Pos, Suara Merdeka, Radar Tegal. Kemudian media format kecil juga digunakan seperti selebaran, spanduk, poster, sticker, majalah dinding dan papan nama untuk memasang tanda gambar kandidat. Sedangkan media

elektronik yang dipilih seperti radio yaitu Gemilang FM dan POP FM. Media lainnya adalah *internet* yang diharapkan bisa menjangkau warga Brebes yang aktif menggunakan media sosial yaitu melalui *facebook* yang berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan kandidat pasangan ke masyarakat.

B.2.3 Membangun konsensus

Membangun konsensus, baik diantara para pemimpin politik dalam suatu partai politik maupun antara para pemimpin politik dari partai politik yang berbeda (Arifin, 2003:182). Terdapat dua hal yang harus diperhatikan, yaitu : (1) Seni Berkompromi, yaitu dari hasil temuan penelitian di lapangan, seni berkompromi yang diterapkan oleh tim sukses dapat dilihat ketika tim sukses melakukan pendekatan ke berbagai elemen masyarakat yang terdiri dari kelompok-kelompok. Pendekatan dilakukan dengan cara melakukan dialog kepada tokoh masyarakat, pemuka agama, tokoh budaya hingga ke kelompok kerja. Kemudian tim sukses juga melebarkan jaringan dengan membentuk tim pemenangan di tingkat kecamatan yaitu tim Tujuh dan di tingkat desa yaitu tim Lima. Selain itu dibentuklah tim relawan yang disebut Relawan IJO; (2) Bersedia Membuka Diri, dari hasil temuan di lapangan terdapat dua hal, yaitu Pertama ternyata Wakil Bupati yaitu Narjo, beliau merupakan pribadi yang *low profile* dikenal memiliki banyak pendukung dan simpatisan khususnya saat menjadi anggota DPRD Kabuapten Brebes. Di daerah pemilihannya Narjo dikenal sebagai pribadi yang *Lumoh* dalam bahasa jawa yang artinya pribadi yang tidak pelit, suka memberi, rela berkorban dan suka menolong. Hal tersebut yang menjadikan Narjo dua kali periode terpilih menjadi anggota legislatif Brebes dari PDIP dengan suara terbanyak. Image yang terbentuk dari pendukungnya membawa dampak positif bagi kemenangan pasangan ini. Kebanyakan dari kalangan rakyat kecil biasa sosok Narjo bukanlah sosok asing, karena biasa berbaur layaknya masyarakat biasa sehingga masyarakat tidak merasa canggung dan dekat dengan Narjo.

Kedua, pendekatan yang digunakan tidak hanya dengan *Open House* saja yang dilakukan pasangan ini, pendekatan lain juga dilakukan. Pengajian-pengajian akbar sampai pengajian tingkat desa yang rata-rata dihadiri oleh kaum ibu-ibu menjadi *event* penting dan Idza Priyanti diusahakan selalu hadir. Sosok calon Bupati perempuan memudahkan pendekatan secara emosional pada sesama perempuan. Beberapa pengajian yang dihadiri secara berkala dan terjadwal dengan baik mempunyai tujuan sama yaitu untuk membuka diri dan agar lebih akrab dengan kaum ibu-ibu.

C. PENUTUP

C.1 Simpulan

Hasil penelitian menghasilkan beberapa simpulan penting. Pertama, Strategi politik yang diterapkan oleh tim sukses pada Pemilu 2012 sangat efektif dalam mendulang suara pemilih masyarakat Brebes. Ada beberapa tahapan yang telah dilakukan yaitu strategi PDI Perjuangan Merangkul Partai lain, membuat Visi dan Misi Pemenangan, Membuat Program dan Strategi Pembangunan, membentuk tim sukses yang solid, membentuk struktur tim kampanye, membentuk tim sukses Relawan, dan konsultan politik sebagai lembaga yang dapat memberikan saran dan rekomendasi.

Kedua, berkenaan strategi komunikasi politik yang digunakan untuk memperoleh kemenangan dengan Ketokohan dan kelembagaan yang meliputi: (a) Merawat ketokohan yaitu menjaga kepribadian dan nama baiknya di lingkungan masyarakat, menghargai semua lapisan masyarakat, tidak membedakan status, ikut memikirkan nasib masyarakat, menampung aspirasi dan keluhan masyarakat, tidak ingkar janji yang tertuang dalam visi-misi, dapat meyakinkan serta mengayomi masyarakat melalui kepercayaan, ketulusan, kejujuran di depan khalayak. Adanya tindakan kejujuran, bisa dipercaya di hadapan publik, dan tidak hanya sekedar janji, itu yang menjadi prioritas utama dalam merawat ketokohan. Kepercayaan masyarakat terhadap calon pilihannya menunjukkan bahwa karakter seorang pemimpin bisa dirasakan oleh masyarakat, bila ikut terjun langsung dan ikut merasakan yang dihadapi masyarakat, sehingga personal pribadinya akan langsung dinilai masyarakat; b) Pemantapan Kelembagaan yaitu dengan cara pertemuan dengan warga untuk menjalin hubungan emosional, mendengarkan keinginan masyarakat, pertemuan rutin dan konsolidasi dengan Tim Sukses, memantapkan dan mengoptimalkan Tim Sukses pengusung dan semua elemen pendukung untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat.

Ketiga, menciptakan Kebersamaan pasangan Idza-Narjo di mana dalam implementasinya dilakukan dengan cara: (a) Memahami Khalayak yaitu dengan cara memahami karakteristik demografis, sosial, *formal consideration*, partisan *preferences* dan objek politik. Selain itu dalam memahami khalayak dilakukan dengan ikut turun langsung ke bawah, memfasilitasi kegiatan kemasyarakatan dan untuk membahas keluhan masyarakat, meningkatkan perekonomian kerakyatan, mengadakan forum diskusi langsung dengan masyarakat, membuat organisasi untuk menciptakan wadah kepemudaan; (b) Menyusun Pesan Persuasif yaitu dengan cara menciptakan slogan untuk melanjutkan program-program yang belum terealisasi, menggunakan istilah sesuai dengan visi dan misi kandidat; (c) Menetapkan Metode yaitu dengan cara melihat dan meneliti kondisi masyarakat dan daerah dengan survei, kunjungan ke ruang publik; d) Memilah dan Memilih media yaitu dengan pendekatan

komunikasi melalui media cetak yang terdiri dari Koran, majalah lokal dan media elektronik seperti pesan singkat melalui SMS dan radio. Selain itu pendekatan komunikasi jarak dekat dengan pendekatan secara langsung, komunikasi jarak jauh melalui selebaran, koran, radio, serta optimalisasi layanan pesan singkat dengan menggunakan media elektronik seperti *short messages system (SMS)*, *blackberry messenger group* dan sebagainya.

Keempat, membangun konsensus yang terdiri dari: (a) Seni berkompromi yaitu dengan cara melakukan pendekatan secara menyeluruh ke masyarakat dan memiliki kesepakatan politik bahwa kandidat berkomitmen memberikan pelayanan yang lebih baik dari periode sebelumnya terhadap masyarakat. Pendekatan juga dilakukan kepada sesepuh (tokoh masyarakat) yang mengetahui kondisi daerah, perangkat desa dan semua lapisan masyarakat; (b) Bersedia membuka diri dengan cara *open house* menerima tamu (masyarakat) di rumah, mudah dijumpai di kantor maupun di rumah, tidak membedakan status dan ikut bersosialisasi dengan semua lapisan masyarakat.

C.2 Saran

Melihat hasil penelitian masih diperlukan hal-hal yang perlu lebih diperhatikan dan ditindak lanjuti sebagai berikut :

1. Perlu kerja keras dalam rangka meraih kemenangan, hal ini pun sudah dilakukan seluruh tim sukses pemenangan pasangan Idza Priyanti, SE dan Narjo, SH, yaitu dengan menggunakan strategi komunikasi politik dan marketing politik secara efektif dan tepat sasaran.
2. Pencitraan melalui ketokohan jangan terlalu kuat atau berlebihan, jika mengeksploitasi popularitas secara berlebihan akibatnya masyarakat Brebes yang notabene kebanyakan bertempat tinggal di pedesaan, tidak mempunyai daya kritis untuk memilih kandidatnya secara rasional (memilih dengan melihat visi, misi, program kerja dan rekam jejak calon), namun lebih mementingkan faktor psikologis dan sosiologis dalam menentukan pilihannya.
3. Perlu dikembangkan lagi model dalam memenangkan kandidat dengan menggunakan strategi komunikasi, karena dengan hanya melihat keefektifan strategi komunikasi politik yang telah dilakukan oleh pasangan calon dan tim sukses di kabupaten Brebes, belum tentu strategi yang digunakan ini akan menghasilkan keefektifan buat di daerah lainnya.
4. Perlu dilakukan penelitian mengenai strategi Pemenangan politik yang dilakukan oleh semua pasangan calon menggunakan perspektif strategi komunikasi politik pada masing masing calon. Sehingga bisa mengetahui tidak hanya strategi pemenang, namun juga strategi kandidat lainnya mengapa mengalami kekalahan.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Abdullah, Rozali. *Pelaksanaan Otonomi Luas dengan Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Agustino, Leo. *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik, Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik di Indonesia*, PT Remaja Rosdakarya, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komununikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Budiardjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Cresswell. John W. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Efriza. *Political Explore; Sebuah Kajian Ilmu Politik*, Bandung: CV Alfabeta, 2012.
- Firmanzah. *Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007.
- Firmanzah *Mengelola Partai Politik; Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik Di Era Demokrasi*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.
- Gaus, F. Gerald & Kukathas, Chandran. *Handbook Teori Politik*, Bandung; Nusa Media, 2012.
- Grant, Robert M. *Analisis Strategi Kontemporer, Konsep, Teknik, Aplikasi*, Jakarta: Erlangga, 1995.
- Haryatmoko. (2011). *Etika Publik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Heywood, Andrew. (2007). *Politik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Heufers, Rainer dan Ellwein, Warsito. *Memperbesar Peluang Calon Memenangkan Pilkada*, Jakarta: Friedrich Nauman Stiftung Fur die Freiheit, Indonesia, 2010.
- Huntington, Samuel P & Joan M. Nelson. *Partisipasi Politik, di Negara Berkembang*, Jakarta: PT Sangkala Pulsar, 1984.
- Kaloh, J. *Kepemimpinan Kepala Daerah*, Jakarta: Sinar Gradika, 2010.
- Kencana Syafi'i Inu. *Kepemimpinan Pemerintahan Indonesia*. Yogyakarta. PT Refika Aditama, 2009.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Karya.
- Guba E., *The Paradigm Dialogue*, New Bury Park CA: Sage Publications, 1990.
- Mujani S., Liddle W., Ambardi K. *Kuasa Rakyat; Analisis Tentang Perilaku Pemilih dalam Pemilihan Legislatif dan Presiden Indonesia Pasca Orde Baru*, Jakarta: Mizan Publika, 2012.

- Nimmo, Dan. (2004). *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. (2012). *Media dan Politik; Menemukan Relasi antara Dimensi Simbiosis-Mutualisme Media dan Politik*, Yogyakarta.
- Schroder, Peter. (2008). *Strategi Politik*, Jakarta: Friedrich Nauman Stiftung Fur die Freiheit, Indonesia.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.
- Surbakti, Ramlan. (1999). *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta: PT Grasindo.
- Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: dasar-dasar teoritis dan praktis*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004
- PP No. 6 Tahun 2005 Tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah
- PP No. 17 Tahun 2005 Perubahan Atas Peraturan Pemerintahan Nomor 6 Tahun 2005

Sumber Lain

- Fitriyah (2011) *Meninjau Ulang Sistem Pilkada Langsung: Masukan Untuk Pilkada Langsung Berkualitas*. **Jurnal Ilmu Politik (Politika)**, No. 1 Volume 2 (April) : 45
- Gaharu dan Heriyanto, Takwo. (2011, 5 Januari) *Idza Priyanti Siap Nyalon Bupati di Pemilukada Brebes 2012*. Pantura News
- Hadi Sucahyono (2012) *Strategi Pemenangan Pasangan Yuliyanto, SE., MM-H. Muh Haris, SS., M.Si dalam Pemilukada Kota Salatiga*, **Tesis**. Semarang: UNDIP
- Hudiyanto, Wawan & Setiyawan, Bayu. (2012, 29 November). *Kekuasaan politik Keluarga "Dewi Sri". Kampanye: Sang Ibu Ikut Turun Gunung*. **Suara Merdeka: 1**
- Kushanjani, (2008). *Pilkada dan Demokratisasi di Daerah*. **Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**, Nomor 2 Volume 36 (Juni): 2
- Kusnaldi (2009). *Memenangkan Pemilu Dengan Pemasaran Efektif*, Bekasi Utara, Duta Media Tama
- Narendra, Rosa Arista. (2012). *Strategi Komunikasi politik Pasangan Bambang-Icek Dalam pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011*. **Tesis**. Semarang: UNDIP
- Susanti, Martien Herna (2008). *Strategi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) Dalam Memenangkan Pilgub di Jawa Tengah Tahun 2008*. **Tesis**. Semarang: UNDIP
- Wibowo, A. (2012, 08 Okt) *Bersaing ketat. Hasil Sementara Taat Unggul di Real Count, Idjo Unggul di Quick Count*. **Radar Tegal: 1, 19**
- Wibowo, A. (2012, 09 Okt) *Idjo Sementara Unggul*. **Radar Tegal: 1, 19**

Widiastuti, Wiwi. (2014). *Strategi Pemenangan Ade Uu Sukaesih-Darmadji Prawirasetia (Asih-Katadji) dalam Pemilu Walikota Banjar Periode 2013-2018*. Tesis. Semarang: UNDIP

Yuwono, Teguh. (2011, 10 Januari). *Pragmatisme Politik dan koalisi Dukungan*.
Suara merdeka: 1

Zubaidah, Siti. (2009). *Strategi Pemenangan Pasangan Bibit Waluyo-Rustriningsih Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2008*. Tesis. Semarang: UNDIP

Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah

Dewan Pimpinan Cabang (DPC) PDI Perjuangan Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah

Masyarakat Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah

Sumber Internet

Bustanulis, B (2012, 17 Okt) *Wartawan Partisan Calon Bupati*. http://bustanulis.blogspot.co.id/2012_10_01_archive.html. dilihat pada tanggal 18 Oktober 2012

Incumbent dan Pilkada dalam Lingkaran Survei Indonesia (2007). Dalam <http://lsinetwork.co.id/wp-content/themes/kajian/bulanan/news/letter-edisi-nomor-2-juni-2007.pdf>. Diunduh pada tanggal 9 November 2011 pkl 01.35 WIB

Mabruri (2012) *Pemilu Bupati dan Wakil Bupati Brebes 2012*. Dalam <https://mabrurisirampog.wordpress.com/2012/09/24/pemilu-bupati-dan-wakil-bupati-brebes-2012>. Diunduh pada tanggal 6 Juni 2015 pukul 22.00 WIB

Pilkada Brebes (2012, 08 Oktober) *Idza Priyanti-Narjo Unggul Sementara*. <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2012/10/08/201465/Idza-Priyanti-Narjo-Unggul-Sementara>. **Suara Merdeka: 1**