

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN BAMBANG-ICEK DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KABUPATEN GROBOGAN TAHUN 2011

Rosa Arista Narendra

Abstract

In the general election of regional head of central java in 2010 and 2011, has held elections in 25 districts/municipalities of 35 districts/cities, 7 countries/cities of which are incumbent re-elected (won). Judging from the result of valid votes, the appearance of the incumbent as the winner in the district election Grobogan, this is the result of hard work from the personal as well as full support team of successful couples Bambang-Icek, so it gets a positive appreciation of the community because voters have chosen a partner back Bambang Pudjiono and Icek Baskoro is in the lead as the regent and deputy regent Grobogan district 2011. The problem formulation of research is how political communication strategies Bambang-Icek couples do in the General Election District Grobogan 2011? The results showed that the winning strategy Bambang-Icek (incumbent) can not be separated from the preparation of personal and political role of the bearer.

Keywords: Strategy, Political Communication, Election, Incumbent Winning.

A. PENDAHULUAN

Pemilihan umum kepala daerah merupakan bentuk penyampaian pesan-pesan politik, baik dari kandidat maupun dari partai politik, sehingga keberadaan kepala daerah dalam rangka membentuk kekuasaan tingkat lokal atau daerah yang benar-benar memberikan keefektifan demokrasi di tingkat lokal yang berlandaskan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Kaloh (2009: 4) menjelaskan tentang awal mula kedudukan dan keberadaan kepala daerah sepanjang sejarah sangat strategis. Sejak masa pemerintahan Hindia Belanda, masa pendudukan Jepang, masa Proklamasi Kemerdekaan, masa Orde Baru dan Era Reformasi dewasa ini kedudukan dan peran kepala daerah sangat penting dan menentukan, meskipun sebutan kepala daerah sering berubah-ubah. Kewenangan kepala daerah sepanjang sejarah juga selalu menggambarkan dua fungsi, yaitu sebagai alat Pemerintahan Pusat dan alat Pemerintahan Daerah. Landasan normatif penyelenggaraan pemerintahan daerah yang terus berubah dalam kurun waktu tertentu, akibat pengaruh perubahan politik pemerintahan, telah memberi warna tersendiri dalam pola kegiatan, pola kekuasaan, dan pola perilaku kepemimpinan kepala daerah. Sejak terbitnya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1945 sampai dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008, sebagai ketentuan normatif yang mengatur sistem penyelenggaraan pemerintahan di daerah, telah mengatur kedudukan, tugas, fungsi, kewajiban, dan persyaratan kepala daerah.

Pelaksanaan pemilukada yang sebelumnya diimplementasikan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah, yang kemudian direvisi melalui Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 Tentang Pemerintah Daerah, yang menjelaskan bahwa Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah pemilu untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pelaksanaan Pemilukada di tingkat teknis menurut Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2005 tentang Perubahan Pertama atas Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005, serta Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2007 tentang Perubahan Kedua atas

Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 menyebutkan bahwa Pemilukada adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan atau kabupaten atau kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk memilih Kepala Daerah.

Menurut Lingkaran Survei Indonesia bahwa kepala daerah yang tengah memerintah (*incumbent*) masih mempunyai peluang lebih besar dalam memenangkan Pilkada. Posisi *incumbent*, menguntungkan bagi kandidat. Besarnya peluang kepala daerah terpilih kembali ini tidak bisa dilepaskan dari keuntungan yang didapat oleh kepala daerah, baik keuntungan langsung, maupun tidak langsung. Keuntungan langsung yang didapat oleh kepala daerah yang tengah menjabat adalah dalam bentuk popularitas, sementara keuntungan tidak langsung didapat oleh kepala daerah *incumbent* dari aktivitasnya sebagai kepala daerah.

Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah di Jawa Tengah pada tahun 2010 dan 2011, telah diselenggarakan pemilukada di 25 kabupaten/kota dari 35 kabupaten/kota yang ada, 7 kabupaten/kota diantaranya terdapat *incumbent* terpilih kembali (menang). Sebagaimana dapat dilihat daftar tabel 1, tentang pelaksanaan pemilukada kabupaten/kota di Jawa Tengah tahun 2010 dan 2011, sebagai berikut:

Tabel 1
Pelaksanaan Pemilukada
Kabupaten / Kota di Jawa Tengah Tahun 2010 dan 2011

No	Kabupaten/Kota	Tanggal Pemungutan Suara	Keterangan
1	Kota Pekalongan	7 April 2010	Incumbent Menang
2	Kabupaten Kebumen	11 April 2010	
3	Kota Semarang	18 April 2010	
4	Kabupaten Purbalingga	18 April 2010	
5	Kabupaten Rembang	26 April 2010	Incumbent Menang
6	Kota Surakarta	26 April 2010	Incumbent Menang
7	Kabupaten Boyolali	9 Mei 2010	
8	Kabupaten Blora	3 Juni 2010	
9	Kabupaten Sukoharjo	3 Juni 2010	
10	Kabupaten Kendal	6 Juni 2010	
11	Kota Magelang	6 Juni 2010	
12	Kabupaten Semarang	31 Juli 2010	
13	Kabupaten Purworejo	31 Juli 2010	
14	Kabupaten Wonosobo	2 Agustus 2010	Incumbent Menang
15	Kabupaten Wonogiri	16 September 2010	
16	Kabupaten Klaten	20 September 2010	Incumbent Menang
17	Kabupaten Pemalang	31 Oktober 2010	

18	Kabupaten Grobogan	9 Januari 2011	Incumbent Menang
19	Kabupaten Demak	6 Maret 2011	Incumbent Menang
20	Kabupaten Sragen	19 Maret 2011	
21	Kabupaten Pekalongan	1 Mei 2011	
22	Kota Salatiga	8 Mei 2011	
23	Kabupaten Pati	23 Juli 2011	
24	Kabupaten Banjarnegara	24 Juli 2011	
25	Kabupaten Batang	11 Desember 2011	

Sumber: KPU Provinsi Jateng 2010-2011

Di Kabupaten Grobogan Provinsi Jawa Tengah, pada tahun 2011 telah dilaksanakan Pemilukada, yang diikuti oleh 4 pasangan calon, antara lain: Sri Sumarni,SH berpasangan dengan H.Pirman,S.Pd, M.Pd yang diusung dari PDIP; H.Pangkat Djoko Widodo,SH berpasangan dengan Ir.HM.Nurwibowo yang diusung dari Partai Karya Peduli Bangsa (PKPB) dan PKB, H.Bambang Pudjiono,SH berpasangan dengan H.Icek Baskoro,SH diusung dari Partai Golkar, dan Bambang Budisatyo,SH,MM dengan Edy Mulyanto, S.Si.T, Master Mariner yang berkoalisi PDP, Partai Hanura dan PNBKI. Dari 4 pasangan calon tersebut, H.Bambang Pudjiono,SH dengan H.Icek Baskoro,SH merupakan pasangan yang pernah menjadi Kepala Daerah Kabupaten Grobogan dalam periode sebelumnya, yaitu periode 2006-2011 (*incumbent*) dan terpilih kembali untuk periode 2011-2016.

Dalam penetapan perolehan hasil Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan tahun 2011, pasangan Sri Sumarni-Pirman memperoleh 289.495 suara atau 40,44%; pasangan Pangkat Djoko Widodo-Nurwibowo memperoleh 93.601 suara atau 13,08%; pasangan Bambang-Icek memperoleh 296.047 suara atau 41,35%,; dan untuk pasangan Budisatyo-Edy Mulyanto memperoleh 36.741 suara atau 5,13%.

Dari hasil perolehan suara yang sah, bahwa tampilnya *incumbent* sebagai pemenang Pemilukada di Kabupaten Grobogan ini, hal ini merupakan hasil kerja keras dari personalnya maupun dari dukungan penuh tim sukses pasangan BA-IK (Bambang-Icek), sehingga mendapat apresiasi positif masyarakat karena pemilih telah memilih kembali pasangan H.Bambang Pudjiono,SH dan H.Icek Baskoro,SH ini dalam mengantarkan sebagai bupati dan wakil bupati Kabupaten Grobogan 2011.

Kepala daerah yang masih memerintah atau masih aktif dalam menjalankan program kerja yang ada (*incumbent*) mempunyai kesempatan sangat besar dalam memenangkan Pemilukada dalam periode selanjutnya. Posisi strategis untuk pasangan *incumbent* yang telah mendapat popularitas selama menjabat memberikan kekuatan personal dan dukungan dari partai politik sebagai kendaraan politik dalam usaha mencalonkan kembali menuju pemilihan umum kepala daerah selanjutnya karena telah memiliki akses penguatan di bidang ekonomi, sosial dan politik.

Menurut Kushandajani (2008: 2) dijelaskan bahwa secara yuridis dalam pasal 36 dan 37 Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah disebutkan bahwa pengusulan calon pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dilakukan dengan melalui satu pintu yaitu

partai politik atau gabungan partai politik. Bukan rahasia lagi, bahwa keterlibatan partai politik dalam pemilihan kepala daerah langsung sangatlah besar, bahkan bisa dikatakan dominan.

Di dalam suatu pemilihan umum kepala daerah, komunikasi politik merupakan faktor terpenting untuk menjamin berjalannya fungsi-fungsi pemerintahan daerah demi kepentingan masyarakat guna mencapai kesejahteraan hidup bersama. Kemenangan Bambang-Icek dari Partai Golkar tentunya tidak lepas dengan strategi komunikasi politik yang mereka digunakan dari pihak pasangan secara personal maupun dari Partai Golkar yang membesarkan nama Bambang-Icek tersebut.

Partai politik saat ini berperan penting sebagai pintu masuk bagi para calon pemimpin politik. Mereka yang aktif dan menjadi pimpinan partai politik adalah para politisi yang telah berpengalaman dalam bidang kekuasaan. Hal ini sejalan dengan kemenangan kembali *incumbent* sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Grobogan. Dalam kemenangan *incumbent* ini, H.Icek Baskoro,SH selain menjadi wakil bupati, adalah juga sebagai Ketua DPD Partai Golkar di Kabupaten Grobogan. Dengan demikian partai politik yang ditumpangi oleh H.Icek Baskoro,SH memberikan suatu kontribusi yang besar dalam berperan aktif mendukung *incumbent* untuk mencapai pemimpin politik yang telah diharapkan dari Partai Golkar.

Kemenangan pasangan H.Bambang Pudjiono,SH dan H.Icek Baskoro,SH dari Partai Golkar untuk yang kedua kalinya sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Grobogan memberikan suatu pencitraan yang positif bagi kalangan sang kandidat, Partai Golkar, dan perkembangan Kabupaten Grobogan, yang sebelumnya telah memimpin di periode 2006-2011, yang kini dipercaya lagi oleh masyarakat untuk memimpin kembali di periode 2011-2016, sehingga membuktikan bahwa sistem demokrasi lokal berjalan sesuai dengan pengharapan masyarakat Kabupaten Grobogan. Mempertahankan kemenangan untuk yang kedua kalinya tidaklah mudah, perlu perjuangan yang keras dan strategi komunikasi politik yang sangat penting dalam memberikan hasil maksimal dalam memahami segala kepentingan dalam masyarakat.

Permasalahan yang kemudian menarik untuk dibahas adalah: *Bagaimana strategi komunikasi politik dilakukan pasangan Bambang-Icek dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011*. Strategi komunikasi politik yang dimaksud adalah strategi dalam memperoleh kemenangan di Pemilukada Kabupaten Grobogan tahun 2011 yang dilakukan oleh pasangan Bambang-Icek dan peran partai Golkar yang di ketuai oleh Icek Baskoro.

Dalam kaitan dengan rumusan masalah di atas, pertanyaan yang ingin dijawab yaitu: *Bagaimana strategi komunikasi politik dilakukan pasangan Bambang-Icek dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011?*

Penelitian tentang strategi komunikasi politik pasangan Bambang-Icek dalam Pemilukada Kabupaten Grobogan tahun 2011 memiliki tujuan, antara lain: (a) Menggambarkan strategi komunikasi politik yang digunakan pasangan Bambang-Icek dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011, (b) Menganalisis realisasi strategi komunikasi politik yang digunakan pasangan Bambang-Icek dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011.

Teori-teori yang dipakai penulis dalam mempertajam analisa antara lain: *pemilihan umum kepala daerah (pemilukada), kepala daerah sebagai aktor politik,*

komunikasi politik, kampanye politik, peran media massa, partisipasi politik, peran partai politik, pemasaran politik, dan strategi komunikasi politik.

Menurut Dede dan Caroline (2008 :1) bahwa sistem pemilihan umum kepala daerah ini pada praktiknya memang tidak secara otomatis membawa perubahan yang lebih baik dalam tata kelola pemerintahan daerah.

Pemilihan kepala daerah perlu dilakukan secara langsung, dikarenakan menurut (Abdullah, 2007: 53), sebagai berikut:

- a. Mengembalikan Kedaulatan Ke Tangan Rakyat
Warga masyarakat berdasarkan kedaulatan yang mereka miliki harus diberi kesempatan untuk ikut menentukan masa depan daerahnya masing-masing, dengan memilih kepala daerah dan wakil daerah secara langsung.
- b. Legitimasi Yang Sama Antara Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah Dengan DPRD
Jika kepala daerah dan wakil kepala daerah tetap dipilih oleh DPRD, bukan dipilih langsung oleh rakyat, tingkat legitimasi anggota DPRD jauh lebih tinggi dari tingkat dari tingkat legitimasi yang dimiliki kepala daerah dan wakil kepala daerah.
- c. Kedudukan Yang Sejajar Antara Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah Dengan DPRD
Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dan bertanggungjawab kepada DPRD, berarti kedudukan DPRD berada diatas kepala daerah dan wakil kepala daerah. Untuk memberikan kedudukan sebagai mitra sejajar antara kepala daerah dan wakil kepala daerah dengan DPRD, kepala daerah dan wakil kepala daerah harus dipilih secara langsung oleh rakyat.
- d. UU No. 22 Tahun 2003 Tentang Susduk MPR, DPR, DPD dan DPRD
Dalam pasal 62 UU No. 22 Tahun 2003, kewenangan DPRD untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah sudah dicabut. Kewenangan yang ada pada DPRD adalah mengusulkan pengangkatan dan penghentian kepala daerah kepada Presiden melalui Menteri Dalam Negeri.
- e. Mencegah Terjadinya Politik Uang
Masalah politik uang dimungkinkan terjadi karena begitu wewenang yang dimiliki oleh DPRD dalam proses pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah. Dengan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung, kemungkinan terjadi politik uang ini bisa dicegah, atau setidaknya-tidaknya dapat dikurangi. Apabila masih ada pihak-pihak yang ingin melakukannya, mereka akan berhadapan dengan para pemilih yang jumlahnya cukup banyak.

Menurut Kaloh (2009: 5) pengaturan dalam semua Undang-Undang tentang Pemerintahan Daerah telah meletakkan peranan Kepala Daerah sangat strategis mengingat Kepala Daerah merupakan komponen signifikan bagi keberhasilan pembangunan nasional, karena pemerintahan daerah merupakan subsistem dari pemerintahan nasional atau negara. Kepemimpinan kepala daerah, yang menerapkan pola dan strategi mendengarkan, merasakan, menanggapi, dan mewujudkan keinginan, aspirasi, tuntutan dan kepentingan masyarakat serta

tuntutan organisasi, merupakan kekuatan dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi dan peningkatan kehidupan serta kesejahteraan masyarakat.

Menurut Firmanzah (2011: 22) bahwa mengingat peranan kepala daerah sangat strategis maka tingkat persaingan juga semakin tinggi yang membuat para aktor politik mudah sekali terjebak dalam pragmatisme politik (orientasi jangka pendek dari para aktor politik untuk dapat memenangkan persaingan politik).

Dalam hal ini Gatara (2009: 265) menjelaskan pandangan Charles F. Andrain, bahwa aktor politik adalah bagian kunci yang berkuasa didalam dimensi kehidupan politik. Lebih lanjut, aktor menurutnya, merupakan suatu istilah yang menunjukkan orang-orang yang memainkan kekuasaannya dalam arena politik. Berkenaan dengan itu, Andrain (1992: 14) dalam Gatara (2009: 265) juga mengatakan di samping keyakinan dan struktur dimensi kehidupan politik utama lainnya yang terdiri dari individu-individu, ada kalanya digambarkan sebagai "aktor yang berkuasa", suatu istilah yang menunjukkan bahwa orang-orang ini memainkan peranan dalam dunia politik.

Maswadi Rauf seorang pakar politik dalam Harun dan Sumarno (2006: 3) menjelaskan tentang komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Disamping itu Maswadi Rauf menempatkan komunikasi politik sebagai objek kajian ilmu politik, karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik yaitu berkaitan kekuasaan politik negara, pemerintahan, dan aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik.

Sumarno dalam Harun dan Sumarno (2006: 5) mendefinisikan komunikasi politik adalah suatu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti, oleh sebab itu komunikasi politik bukan membahas suatu proses yang bersifat temporer atau situasional tertentu, namun bahasan komunikasi politik akan menampakkan karakter sebagai identitas keilmuan, baik sebagai ilmu murni yang bersifat ideal dan berada dalam lingkup "Das Sollen" (apa yang seharusnya), maupun sebagai ilmu terapan yang berada dalam dunia empiris dalam lingkup wilayah "Das Sein" (kenyataan/praktik).

Ada beberapa komponen penting yang terlibat dalam proses komunikasi politik yang dikemukakan oleh Asep (2008: 31-34), antara lain:.

1. Komunikator dalam komunikasi politik, yaitu pihak yang memprakarsai dan mengarahkan suatu tindak komunikasi.
2. Khalayak komunikasi politik, yaitu peran penerima yang sebetulnya hanya bersifat sementara. Khalayak komunikasi politik dapat memberikan respon atau umpan balik, baik dalam bentuk pikiran, sikap maupun perilaku politik yang diperankannya.
3. Saluran-saluran komunikasi politik, yakni setiap pihak atau unsur yang memungkinkan sampainya pesan-pesan politik.

Menurut pandangan Arifin (2006: 11) bahwa komunikasi politik bertujuan membentuk dan membina pendapat umum (fenomena komunikasi politik yang sudah lama dikaji oleh politikus) serta mendorong partisipasi politik yang dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik dalam hal ini sangat penting yaitu khalayak memberikan suaranya kepada politikus dan partai politik dalam pemilihan umum maupun pemilihan umum kepala daerah. Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik sangat ditentukan oleh peranan media massa yang merupakan dimensi penting dalam kehidupan politik.

Lilleker dan Negrine dalam Firmanzah (2008: 271) memperkuat penjelasan tentang kampanye politik yaitu periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik partai politik atau perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan, sehingga kampanye dalam kaitan ini dilihat sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, parade, orasi politik, pemasangan atribut partai (misalnya umbul-umbul, poster, spanduk) dan pengiklanan partai.

Ardial (2010: 162) menjelaskan bahwa penggunaan media massa dalam komunikasi politik, sangat sesuai dalam upaya membentuk citra diri para politikus dan citra partai politik untuk memperoleh dukungan pendapat umum. Komunikasi politik dengan menggunakan media massa, dinamakan *komunikasi massa*, dengan ciri-ciri dasar, yang bersifat umum, terbuka dan aktual. Pesan komunikasi massa bersifat aktual, yaitu baru terjadi dari segi waktu, terjadi dari segi substansi. Itulah sebabnya komunikasi massa sangat erat kaitannya dengan politik dan komunikasi politik.

Salah satu kunci dalam persaingan citra politik adalah dengan penggunaan media massa yang diartikan sebagai suatu entitas yang memiliki peran dan fungsi untuk mengumpulkan sekaligus mendistribusikan informasi dari dan ke masyarakat, oleh karena itu komunikasi politik tidak dapat dilakukan oleh partai politik sendirian, tetapi membutuhkan peran serta media massa, karena merekalah salah satu profesia penting yang memiliki perangkat dan kemampuan berkomunikasi dengan masyarakat luas.(Firmanzah, 2008: 265).

Partisipasi politik menurut Huntington dan Joan Nelson (1994: 5) dalam Agustino, (2009: 188) adalah suatu sikap politik yang mencakup segala kegiatan atau aktivitas yang mempunyai relevansi politik ataupun hanya mempengaruhi pejabat-pejabat pemerintah dalam pengambilan keputusan pemerintah. Dalam konteks Pemilu, partisipasi politik masyarakat saat pemilihan pun berorientasi pada peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat.

Menurut Berger (1976: 60) dalam Ardial (2010: 61) orientasi dari partisipasi merupakan salah satu aspek penting demokrasi, sehingga asumsi yang mendasari demokrasi dan partisipasi ialah orang yang paling tahu tentang apa yang baik bagi dirinya adalah orang itu sendiri yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan mempengaruhi kehidupan warga masyarakat, maka warga masyarakat berhak ikut serta menentukan isi keputusan politik.

Dalam hal ini Firmanzah (2008: 70) menjelaskan bahwa partai politik tidak hanya sebatas kendaraan untuk mencapai kekuasaan, tetapi adanya tanggungjawab sosial yang harus diemban. Selain itu partai politik harus dilihat sebagai entitas yang dibebani kewajiban untuk membantu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat melalui perjuangan ideologi mereka yang tercermin dalam program kerja dan *platform* partai.

Budiardjo (2002: 163) menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik, yakni menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa sehingga kesimpangsiuran pendapat dalam masyarakat berkurang. Proses ini merupakan “penggabungan kepentingan” (*interest aggregation*) dan kemudian diolah dan dirumuskan dalam bentuk yang teratur yang dinamakan sebagai “perumusan kepentingan” (*interest articulation*).

Firmanzah (2008: 43) mengkaitkan antara pemasaran politik identik apa yang dilakukan di dunia politik terdiri dari produsen dan konsumen yaitu sebagai

produsennya adalah partai-partai atau kontestan individu yang menjadi pihak yang penghasil produk politik dan masyarakat dalam hal ini adalah pihak yang menjadi konsumen politik yang menentukan dan memilih partai politik serta produk politik.

Menurut Nursal (2004: 23), *political marketing* bahwa pada dasarnya merupakan serangkaian aktivitas strategis tapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih, tujuannya membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku pemilih.

Timur Mahardika (2006: 58) mendefinisikan arti dari strategi adalah jalan untuk mencapai tujuan. Maka mengembangkan suatu strategi membutuhkan paling tidak suatu pengetahuan yang menyeluruh, kritis dan objektif mengenai kekuatan penghalang perubahan dan sekaligus peta seluruh kekuatan yang ada, termasuk analisis dengan kejujuran kekuatan internal yang dimiliki dan suatu tata susunan langkah-langkah yang akan diambil sehubungan tujuan yang ingin dicapai dikaitkan dengan kenyataan-kenyataan yang ada, sehingga dapat didapat strategi yang baik, dalam hal ini tidak ditentukan oleh suatu kecerdasan individual, melainkan oleh hasil kerjasama, terutama untuk bisa memperoleh data yang akurat.

Dengan adanya strategi yaitu suatu jalan dalam mencapai tujuan, maka Arifin (2006: 33) menjelaskan tentang strategi komunikasi politik untuk pencitraan politik, ialah merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. Artinya dengan ketokohan seorang politikus dan kemantapan lembaga politiknya dalam masyarakat, akan memiliki pengaruh tersendiri dalam berkomunikasi politik. Selain itu juga diperlukan kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode dan memilih media politik yang tepat.

Dikarenakan pendekatan penelitian yang dipakai adalah pendekatan deskriptif kualitatif yaitu analisis data dengan mengelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian di lapangan, kemudian dihubungkan dengan teori yang diperoleh dari tinjauan pustaka, sehingga diperoleh jawaban yang diajukan.

Bogdan dalam Pawito (2008: 84) lebih lanjut menyatakan bahwa metodologi dalam penelitian kualitatif pada dasarnya adalah *research procedures which produce descriptive data: people's own written or spoken words and observable behavior* (prosedur-prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif: yang ditulis atau yang diucapkan orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati).

Sedangkan, teknik penarikan sampling yang digunakan yaitu *purposive sample* yaitu yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil subjek didasarkan atas tujuan tertentu dengan cara demikian dapat memperoleh informasi yang benar dan mendalam.

Selanjutnya, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan beberapa metode, di antaranya yaitu wawancara mendalam secara terstruktur dan studi kepustakaan.

Yang terakhir dari metode penelitian ini, ada tiga teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini. *Pertama*, teknik deskriptis analitis, yang artinya mendeskripsikan tentang permasalahan yang diangkat, juga melakukan analisis untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana masalah itu terjadi. *Kedua*, penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus yang artinya penelitian ini, mengambil kasus di suatu daerah untuk diteliti secara mendalam sesuai permasalahan yang telah dirumuskan. *Ketiga*, penelitian ini juga menggunakan pendekatan melalui sistematika mengelompokkan dan memisahkan data, mereduksi data, mentabulasikan data, serta membuat kesimpulan dari hasil data.

B. PEMBAHASAN

Selama perjalanan 5 tahun memimpin Kabupaten Grobogan H.Bambang Pudjiono,SH dengan H.Icek Baskoro,SH melaksanakan berbagai program bersama-sama dalam mewujudkan pemerintahan Kabupaten Grobogan. Dalam Pemilu pada periode 2011-2016 pasangan *incumbent* ini kembali terpilih memimpin Kabupaten Grobogan untuk yang kedua kalinya. Di Pemilu pada periode 2011-2016, ada empat pasangan kandidat yang mencalonkan, yakni Sri Sumarni-Pirman (SIP), Pangkat Djoko Widodo-Nurwibowo (JANUR), Bambang-Icek (BAIK), Bambang-Budisatyo-Edy Mulyanto (Budi-Edy). Dari ke-empat pasangan hanya satu pasangan pemain baru yang sebelumnya belum pernah mencalonkan diri untuk tampil dalam Pemilu, yaitu pasangan Sri Sumarni-Pirman. Pasangan Bambang-Icek adalah *incumbent*, pasangan Nurwibowo dan Bambang Budisatyo juga mencalonkan diri dalam Pemilu pada periode 2006-2011. Meskipun pasangan Sri Sumarni-Pirman yang diusung oleh PDI Perjuangan merupakan pemain baru dalam Pemilu pada periode 2011-2016, namun dalam perolehan suara mampu melebihi kandidat lainnya, hanya kalah tipis dengan perolehan suara pasangan Bambang-Icek, yang memperoleh suara 41,35%. SIP memperoleh suara 40,44%, JANUR memperoleh suara 13,08%, dan Budi-Edy memperoleh suara 5,13%.

Pasangan *incumbent* yang sudah cukup mampu untuk diusung dari Partai Golkar, juga merangkul partai-partai kecil seperti Gerindra, PKS, PKNU, PBR, dan partai-partai kecil non parlemen guna dukungan moral dan menciptakan kerukunan umat beragama.

Dalam melihat peluang tentang kondisi masyarakat Kabupaten Grobogan, pasangan Bambang-Icek melakukan berbagai peluang survei antara lain dari survei akademik yang bersifat formal yang dilakukan oleh Teguh Yuwono-Undip, survei dari tim sukses-Partai Golkar, dan survei manual dari Pati (biasanya dilakukan oleh botoh Pati). Banyaknya survei yang dilakukan oleh pasangan Bambang-Icek tersebut bertujuan untuk melihat realita masyarakat Kabupaten Grobogan dalam menilai pasangan *incumbent* tentang kelebihan dan kelemahan dalam kurun waktu lima tahun menjabat di periode 2006-2011. Meskipun hasil survei antara ke-tiga tersebut mengalami perbedaan, yakni survei dari pihak Teguh Yuwono menyatakan kalah, survei dari partai Golkar, serta survei dari manual Pati menyatakan menang, meski demikian perbandingan survei sangat membantu dan memberikan letak kekuatan-kekuatan daerah mana saja yang akan di perjuangkan.

Kemenangan pasangan Bambang-Icek tidak terlepas dari partai pengusung, partai pendukung, dan unsur yang paling penting adalah tim-tim pemenangan atau tim sukses dalam memobilisasi massa dan menggerakkan kader-kadernya. Selain adanya tim sukses resmi yang telah mendaftarkan di KPU, pasangan Bambang-Icek ini juga membentuk tim bayangan yang telah melebarkan jaring-jaringnya sampai ke tingkat tukang ojek, makelaran, perangkat desa dengan pendekatan-pendekatan emosional, karena pasangan Bambang-Icek ini sering turun ke masyarakat dalam keadaan formal maupun informal, sehingga hubungan dengan masyarakat pun telah terbentuk dengan sendirinya. Untuk mengetahui kondisi masyarakat Kabupaten Grobogan dan mengolah strategi dengan matang, misal dalam menghadapi isu hubungan besan, pasangan Bambang-Icek juga menyiapkan tim sembilan yang berfungsi mengantisipasi dan menanggulangi isu-isu yang ada di dalam masyarakat.

Dalam periode 2006-2011 pasangan Bambang-Icek selama menjabat sering mendatangi pengajian-pengajian, turun langsung ke masyarakat dalam rangka program kerja, dan selama lima tahun berjalan sampai mendekati Pemilu pada periode 2011-2016, pasangan *incumbent* ini aktif melakukan kunjungan ke pasar

dalam rangka minta doa restu, mengadakan forum temu langsung dengan masyarakat, kunjungan ke rumah penduduk.

Pembuatan visi-misi ini terbentuk karena awalnya dari survei yang dilakukan pasangan Bambang-Icek dalam melihat potret kehidupan masyarakat Kabupaten Grobogan, sehingga isinya disesuaikan dengan realitas kondisi daerah dan masyarakat Kabupaten Grobogan.

Selain yang telah dilakukan Partai Golkar dalam mengusung pasangan Bambang-Icek untuk mengantarkan kembali menjadi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Grobogan periode 2011-2016, secara personal pasangan Bambang-Icek telah melakukan berbagai penerapan strategi komunikasi politik tersendiri, di antaranya meliputi: *merawat ketokohan, koordinasi kelembagaan, memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, memilah dan memilih media, seni berkompromi, dan bersedia membuka diri.*

Berdasarkan uraian diatas tentang strategi komunikasi politik baik dari pasangan Bambang-Icek maupun dari Partai Golkar dalam mencapai kemenangan pemilukada di Kabupaten Grobogan tahun 2011, dapat di analisis dalam bentuk tabel. Sebagaimana analisis realisasi strategi komunikasi politik pasangan Bambang-Icek dalam Pemilukada Kabupaten Grobogan tahun 2011, sebagai berikut:

Tabel 2
Analisis Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang-Icek

No	Strategi Komunikasi Politik	Indikator	Realisasi
1.	Personal Kandidat	a. Merawat Ketokohan	<ul style="list-style-type: none"> - Berusaha normatif (sesuai dengan aturan yang berlaku) - Berusaha komitmen - Berusaha menciptakan pemerintahan yang bersih - Berusaha menciptakan pemerintahan yang transparan - Berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat
		b. Memantapkan Kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pertemuan silaturahmi dalam rangka menjalin hubungan emosional - Mendengarkan keinginan masyarakat
		c. Memahami Khalayak	<ul style="list-style-type: none"> - Ikut turun langsung ke masyarakat agar di kenal di masyarakat - Memfasilitasi UKM dan memasarkan hasil pertanian - Mengadakan kegiatan coffee morning setiap senin dengan pemda/dinas untuk membahas evaluasi kinerja - Meningkatkan perekonomian petani dengan mengadakan teknologi modern - Harga pupuk murah - Setiap tahun menyelenggarakan festival band sebagai wadah kepemudaan - Dibuktikan dengan pemberian no HP kepada masyarakat yang ingin menyampaikan seputar Kabupaten Grobogan

		d. Menyusun Pesan Persuasif	<ul style="list-style-type: none"> - Menciptkan slogan “Lanjutkan Membangun Grobogan”, yaitu untuk melanjutkan program-program yang belum terealisasi di tahun 2006 - Memprioritaskan jalan-jalan trayek bus di desa dengan betonisasi - Pembangunan betonisasi setiap tahunnya 50 desa - Mempersiapkan visi-misi disesuaikan dengan kondisi daerah
		e. Menetapkan Metode	<ul style="list-style-type: none"> - Menyampaikan program-program unggulan yaitu program infrastruktur jalan - Biaya perpanjangan KTP gratis (sesuai dengan ketentuan berlaku) - Tidak ada dalam bentuk membujuk, namun dengan pendekatan ke ruang publik - Pertemuan di rumah penduduk dalam rangka pendekatan dan sosialisasi
		f. Memilah dan Memilih Media	<ul style="list-style-type: none"> - Menyebarkan selebaran melalui mobil yang telah di branded - Menggunakan koran Jawa Pos, Suara Merdeka, Internet, TVRI, Radio Purwodadi fm - Tidak menggunakan TV Swasta - Menggunakan Facebook(dalam jejaring sosial), dan email
		g. Seni Berkompromi	<ul style="list-style-type: none"> - Pendekatan ke perangkat desa dan berbagai elemen masyarakat dalam melebarkan jaringan membentuk tim bayangan/tim siluman - Merangkul partai Gerindra, PKS, PBR, PKNU dan partai kecil non parlemen dalam dukungan moral sebagai partai pendukung - Optimalisasi Partai Golkar dalam merekomendasikan sebagai partai pengusung pasangan Bambang-Icek - Pembekalan kader-kader Partai Golkar melalui ketua tim sukses dalam menguasai wilayah
		h. Bersedia Membuka Diri	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima tamu di rumah - Mudah dijumpai - Berusaha menghargai berbagai semua lapisan masyarakat (tidak membeda-bedakan) - Ikut kumpul di berbagai pengajian-pengajian
2.	Partai Pengusung (Partai Golkar)	a. Merangkul Partai Kecil	- Adanya partai pendukung dari Gerindra, PKS, PKNU, PBR dan partai non parlemen
		b. Memiliki Peluang dari Hasil Survei	- Menggunakan 3 survei sebagai pembanding
		c. Pembentukan Tim Pemenangan	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya tim inti resmi dari Partai Golkar - Adanya Tim Bayangan - Adanya Tim Sembilan
		d. Kunjungan ke Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kunjungan ke ruang publik - Mendatangi pengajian-pengajian
		e. Visi-Misi Disesuaikan dengan Kondisi Masyarakat dan Daerah	- Membuat tim dalam mengkaji dan mendesain visi-misi sesuai dengan kondisi daerah

C. PENUTUP

C.1. Simpulan

Pasangan Bambang-Icek, merupakan pasangan *incumbent* yang terpilih kembali untuk periode 2011-2016. Terpilihnya kembali pasangan *incumbent* Bambang-Icek (BAIK) tidak terlepas dari berbagai strategi pemenangan yang mereka lakukan, termasuk dari aspek strategi komunikasi politik. Adapun strategi komunikasi politik yang mereka gunakan untuk memperoleh kemenangan di dalam pemilihan umum kepala daerah Kabupaten Grobogan tahun 2011, adalah dengan:

- 1) *Merawat Ketokohan* yaitu dengan cara menjalankan pemerintahan secara normatif yaitu sesuai dengan aturan yang berlaku, penegakkan aturan yang tidak tebang pilih, tidak semuanya diukur/diselesaikan dengan uang, menghargai berbagai semua lapisan masyarakat, tidak adanya pembedaan status, ikut memikirkan nasib petani dalam konteks perekonomian kerakyatan, menampung aspirasi dan keluhan masyarakat, penepatan janji yang tertuang dalam visi-misi, berkomitmen memberikan pelayanan yang lebih baik dari periode sebelumnya, dapat meyakinkan serta mengayomi masyarakat melalui kepercayaan, ketulusan, kejujuran di depan khalayak;
- 2) *Pemantapan Kelembagaan* yaitu dengan cara adanya pertemuan rutin dengan kader Partai Golkar, konsolidasi partai, memantapkan dan mengoptimalkan Partai Golkar sebagai partai pengusung, melakukan pendekatan emosional kepada masyarakat;
- 3) *Memahami Khalayak* yaitu dengan cara ikut turun langsung ke masyarakat, memfasilitasi UKM dan ikut memasarkan hasil pertanian dalam indomaret/alfamart, mengadakan kegiatan coffee morning untuk membahas keluhan masyarakat dengan dinas terkait, meningkatkan perekonomian pertanian dengan teknologi modern, mengadakan forum diskusi langsung dengan masyarakat, membuat organisasi KPMPGS untuk menciptakan wadah kepemudaan dalam acara festival band antar pelajar dan mahasiswa;
- 4) *Menyusun Pesan Persuasif* yaitu dengan cara menciptakan slogan “Lanjutkan Membangun Grobogan” untuk melanjutkan program-program yang belum terealisasi, menggunakan istilah BAIK sesuai dengan kepanjangan Bambang-Icek, biaya puskesmas yang gratis, dan menekankan program di bidang betonisasi, irigasi, dan pendidikan;
- 5) *Menetapkan Metode* yaitu dengan cara melihat dan meneliti kondisi masyarakat dan daerah dengan melakukan survei, kunjungan ke pasar dan ruang publik, pesan politik yang bervariasi dengan mobil yang di branded, tidak ada ajakan membujuk tetapi dengan pendekatan secara langsung;
- 6) *Memilah dan Memilih Media* yaitu dengan cara pendekatan komunikasi jarak dekat dengan pendekatan secara langsung, komunikasi jarak jauh melalui selebaran, koran, internet, radio, serta optimalisasi jejaring sosial dengan menggunakan facebook dan email;
- 7) *Seni Berkompromi* yaitu dengan cara lobi antar beda politikus dengan pendekatan kepada sesepuh yang mengetahui kondisi daerah, pendekatan ke perangkat desa, pendekatan di semua lapisan masyarakat (tukang ojek, makelaran, kyai, tokoh agama, tokoh masyarakat), merangkul partai Gerindra, PKS, PKNU, PBR serta partai-partai kecil non parlemen sebagai partai pendukung serta sebagai penguatan moral dalam upaya pembentukan kerukunan umat beragama, dan optimalisasi internal Partai Golkar sebagai partai pengusung;
- 8) *Bersedia Membuka Diri* yaitu dengan cara open house menerima tamu (masyarakat) di rumah, mudah dijumpai di kantor maupun di rumah, tidak ada pembedaan status dan ikut bersosialisasi dengan semua lapisan masyarakat.

C.2. Saran

Dalam Pemilu tidak semuanya pasangan *incumbent* bisa terpilih kembali dalam kemenangan memperoleh gelar Bupati dan Wakil Bupati. Namun di Kabupaten Grobogan, pasangan Bambang-Icek merupakan pasangan *incumbent* yang kemenangannya di Pemilu tahun 2011 tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang mereka bangun selama menjabat, serta peranan DPD Partai Golkar Kabupaten Grobogan yang sangat besar dalam mendukung pasangan Bambang-Icek, bisa dijadikan cermin bagi partai-partai lain dalam memenangkan pemilu, mengingat strategi komunikasi politik tersebut mempunyai pengaruh besar dalam meraih suara pemilih. Strategi yang digunakan lebih mengarah kepada penciptaan loyalitas pemilih, oleh karena itu bagi para pelaku politik harus lebih banyak mempelajari bagaimana menjadikan partai itu sebagai partai yang dapat mendidik rakyatnya sehingga dapat menciptakan loyalitas yang tinggi terhadap partai.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Rozali. (2007). *Pelaksanaan Otonomi Luas dengan Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Agustino, Leo. (2009). *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anwar, M. Khoirul. dan kawan-kawan. (2006). *Perilaku Partai Politik*. Malang: UMM Press.
- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Indeks.
- Arif, Afrosin dan Respati. (2006). *Mengawal Demokrasi: Dinamika Pilkada Kabupaten Grobogan*. Solo: Iskra Publisher.
- Arifin, Anwar. (2006). *Pencitraan Dalam Politik (Strategi Pemenangan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Budiardjo, Miriam. (2002). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmanzah. (2011). *Mengelola Partai Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmanzah. (2010). *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realita*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gatara, A.A Sahid. (2009). *Ilmu Politik Memahami dan Menerapkan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Harun, Rochajat dan Sumarno. (2006). *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju.
- Kaloh, J. (2009). *Kepemimpinan Kepala Daerah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kusnaedi. (2009). *Memenangkan Pemilu Dengan Pemasaran Efektif*. Jakarta: Duta Media Tama.
- Kushandajani. (2008). *Pilkada dan Demokratisasi Di Daerah*. **Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**, No. 2.vol36(Juni): 2.
- Mahardika, Timur. (2006). *Strategi Membuka Jalan Perubahan*. Bantul: Pondok Pustaka.
- Mariana, Dede dan Paskarina, Caroline. (2008). *Demokrasi dan Politik Desentralisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Asep Saeful. (2008). *Komunikasi Politik Indonesia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nursal, Adman. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.
- Pito, Toni Andrianus. dan kawan-kawan. (2006). *Mengenal Teori Politik*. Bandung: Nuansa.
- Sarwono. (2008). *Strategi Kampanye Pemilihan Umum Secara Langsung*. Yogyakarta: Bukulaela.

Peraturan Perundangan :

- UU No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah
UU No. 12 Tahun 2008 Tentang Perubahan UU No. 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 Pemerintah No. 6 Tahun 2005

