

# **STRATEGI KAMPANYE POLITIK PASANGAN JAROT WINARNO-ASKIMAN PADA PILKADA SERENTAK DI DESA BANING PANJANG KECAMATAN KELAM PERMAI KABUPATEN SINTANG TAHUN 2015**

Oleh:  
**MARYETHA RATNA**  
NIM. E51112033

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tanjungpura Pontianak Tahun 2017  
*Email: maryetharatna2@gmail.com*

## **Abstrak**

Reformasi disegala bidang yang dilakukan pasca pemerintahan orde baru pada bulan Mei 1998, telah membawa perubahan yang sangat besar dalam kehidupan demokrasi politik di Indonesia. Pada pemilihan Kepala Daerah, sebelumnya dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) diubah menjadi dipilih langsung oleh masyarakat. Dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang pemilihan Kepala Daerah yang dipilih oleh DPRD telah di perbaharui dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemilihan Kepala Daerah dipilih langsung oleh masyarakat, yang saat ini telah diperbaharui menjadi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015. Pada pilkada Kabupaten Sintang tahun 2015 terdapat tiga pasang calon kepala daerah yang akan maju. Dengan demikian terdapat persaingan yang sangat ketat bagi Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah terpilih yaitu pasangan Jarot Winarno-Askiman untuk menjadi orang nomor satu di Kabupaten Sintang dengan menggunakan teori komunikasi politik dalam konteks strategi kampanye politik dari Cangara yaitu penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye, dan pemilihan media. Hal tersebut menarik membuat penulis tertarik untuk meneliti "Strategi Kampanye Politik Pasangan Jarot Winarno-Askiman Pada Pilkada Serentak Di Desa Banning Panjang Kecamatan Klam Permai Kabupaten Sintang Tahun 2015".

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subjek penelitiannya adalah tim pemenangan pasangan Jarot Winarno-Askiman, sedangkan objek penelitiannya adalah strategi pemenangan pasangan Jarot Winarno-Askiman. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye politik yang disusun oleh tim pemenangan pasangan Jarot Winarno-Askiman dengan empat langkah yaitu, penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye dan pemilihan media terbukti berjalan dengan baik dan berhasil memenangkan pilkada di Desa Banning Panjang khususnya dan di Kabupaten Sintang Tahun 2015.

Kata-kata kunci: Strategi, Kampanye Politik, Pilkada

## **POLITICAL CAMPAIGN STRATEGIES OF JAROT WINARNO-ASKIMAN PAIR IN SIMULTANEOUS EXECUTIVE LOCAL ELECTION IN BANING PANJANG VILLAGE OF KLAM PERMAI SUBDISTRICT SINTANG REGENCY 2015**

### **Abstract**

Reforms in all sectors done in the post-New Order era in May 1998 have brought about significant changes in the life of political democracy in Indonesia. In local executive elections, previously elected by the Regional House of Representatives (DPRD) was changed to be elected directly by the people. In Law Number 22 of 1999 concerning the local executive election by the DPRD has been amended by Law Number 32 of 2004 concerning the local executive election directly by the people, which has now been renewed to become Law Number 8 Of 2015. In the local executive elections of Sintang Regency in 2015, there were three pairs of candidates running for the local head. So, there was a very tight competition for the elected Regional Head and Deputy Regional Head of the pair Jarot Winarno-Askiman to become number one in Sintang Regency using political communication theory in the context of the political campaign strategies of Cangara namely choosing the communicators, setting the targets, preparing campaign messages, and selecting the media. The researcher was

interested to examine "Political Campaign Strategies of Jarot Winarno-Askiman pair in Simultaneous Executive Local Election in Baning Panjang Village of Kelam Permai Subdistrict, Sintang Regency 2015".

This research used a qualitative method. The subjects of research were the campaign team for the Jarot Winarno-Askiman pair, while the objects of research were winning strategies for Jarot Winarno-Askiman pair. The informants of the research were chosen using purposive technique.

The results of the research showed that the strategies of political campaign prepared by the campaign team of Jarot Winarno-Askiman pair which consisted of four steps namely choosing the communicators, setting the target, preparing the campaign messages and selecting the media proved to run very well and win the local executive elections in Baning panjang Village particularly, and in Sintang Regency in 2015.

*Keywords: Strategies, Political Campaign, Local Election*

## A. PENDAHULUAN

Reformasi disegala bidang yang dilakukan pasca pemerintahan orde baru pada bulan Mei 1998, telah membawa perubahan yang sangat besar dalam kehidupan demokrasi politik di Indonesia. Kepala daerah yang sebelumnya dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) diubah menjadi dipilih langsung oleh masyarakat. Perubahan tata cara pemilihan tersebut juga akan merubah cara-cara dan pendekatan kampanye politik yang dijalankan oleh masing-masing pasangan calon. Saat pemilihan dilakukan oleh DPRD, kampanye dengan cara lobi politik kepada anggota dewan lebih diutamakan, sedangkan dalam pemilihan secara langsung oleh masyarakat, pengenalan calon kepala daerah kepada masyarakat melalui kampanye politik yang melibatkan masyarakat dijadikan cara utama untuk menarik perhatian dan suara dari konstituen yaitu masyarakat daerah setempat.

Kampanye merupakan hal yang sangat esensial dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah. Selama masa kampanye yang dilaksanakan dalam jangka waktu 14 hari dan berakhir tiga hari sebelum pemungutan suara, pasangan calon kepala daerah bersama tim kampanyenya akan berusaha memperkenalkan dirinya serta memaparkan visi-misi mengenai rancangan kebijakan pembangunan daerah selama lima tahun kedepan masa kepemimpinannya jika terpilih. Terbatasnya waktu kampanye yang disediakan oleh Komisi Pemilihan Umum, memaksa pasangan calon kepala daerah beserta tim kampanyenya untuk merencanakan strategi kampanye politik secara efektif agar dapat menjangkau seluruh masyarakat didaerah pemilihan.

Kabupaten Sintang adalah salah satu daerah di Kalimantan Barat yang ikut dalam gelaran Pilkada serentak, Rabu 9 Desember 2015. Pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada) ini digelar untuk

memilih pasangan calon (Paslon) untuk periode lima tahun kedepan. Penghitungan suara manual oleh KPU diawali pada tempat pemungutan suara (TPS). Perhitungan tersebut dilakukan oleh KPPS setelah pemilih selesai melakukan pencoblosan. Hasil hitung tersebut selanjutnya akan dilaporkan ketingkat PPS di KPUD untuk dilakukan rapat pleno rekapitulasi hasil penghitungan suara. Hasil inilah yang nantinya akan menentukan pasangan mana yang unggul dan menjadi pemenang untuk duduk di kursi tertinggi di daerah ini.

KPU Sintang menetapkan tiga pasangan calon kepala daerah Kabupaten Sintang periode 2015-2020. Berikut tabel mengenai calon-calon Bupati dan Wakil Bupati beserta partai pengusungnya, yaitu Agrianus, S.Sos - Muhammad Choiman Wahab, SH sebagai pasangan no urut 1, Drs. Ignasius Juan, MM - Drs. Senen Maryono, M.Si sebagai pasangan no urut 2, dan dr.H. Jarot Winarno. M.Med - Drs. Askiman, MM sebagai pasangan no urut 3.

Hasil dari Pilkada serentak yang dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2015, periode 2015-2020 menempatkan pasangan Jarot Winarno dan Askiman sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sintang pilihan masyarakat dengan jumlah suara terbanyak 93.778 suara (41,70%), sedangkan pasangan Agrianus dan M.Chomain Wahab

memperoleh suara sebanyak 67.320 suara (29,66%), pasangan Ignasius Juan dan Senen Maryono memperoleh suara sebanyak 63.811 suara (27,20%).

Sementara itu untuk penelitian ini yang berfokus di Desa Baning Panjang Kecamatan Kelam Permai, dimana mayoritas suku di Desa ini adalah suku Dayak. Desa Baning Panjang, Kecamatan Kelam Permai dengan jumlah penduduk 1.680 jiwa, yang mayoritas etnisnya adalah Dayak, sebanyak 1116 jiwa, dan selebihnya adalah masyarakat yang bertransmigrasi ke Desa Baning Panjang ini. Kemudian daftar pemilih tetapnya berjumlah 884 suara, angka golput pada desa ini tercatat 15 suara, sehingga tercatatlah 869 suara yang terkumpul. Hebatnya pasangan Jarot Winarno-Askiman juga mampu mengungguli pasangan Agrianus-M.Choiman Wahab dan pasangan Ignasius Juan-Senen Maryono yang mana diketahui kedua pasangan tersebut adalah Putra Daerah yang beretnis Dayak, dengan jumlah suara sebanyak 471 suara, berbanding dengan jumlah suara pasangan Agrianus-M.Choiman Wahab sebanyak 154 suara, dan pasangan Ignasius Juan-Senen Maryono sebanyak 244 suara.

Pada penelitian ini, peneliti meneliti bagaimana pasangan Jarot Winarno-Askiman bisa memenangkan pilkada di Kabupaten Sintang pada tahun 2015 yang

lalu, yang mana diketahui Jarot Winarno ini adalah seorang pendatang atau masyarakat yang transmigrasi dari Jawa Tengah ke Kabupaten Sintang, dengan berkarir sebagai dokter. Jarot sebelum tampil sebagai calon Bupati Sintang 2015-2020 pernah menjabat wakil Bupati Sintang periode 2005-2010 mendampingi Milton Crosby. Kemudian tampil mencalonkan diri sebagai calon Bupati 2010-2015 berpasangan dengan Kartius, namun gagal tampil sebagai pemenang. Kendati proses pemilihannya berjalan alot dengan sampai harus berperkara di Mahkamah Konstitusi. Namun bulat dan tekad pengabdian tidak mematahkan semangat untuk kembali maju sebagai kandidat bupati walau pernah gagal. Dengan berani tanpa patah semangat Jarot Winarno kembali maju sebagai pasangan calon di pilkada serentak Kabupaten Sintang tahun 2015 dengan menggandeng Askiman sebagai calon wakil kepala daerah, namun tak disangka dengan pengalaman Jarot yang sudah pernah menjabat sebagai Wakil Bupati periode 2005-2010 yang lalu, dan pengalamannya atas kegagalan pada pilkada tahun 2010 yang lalu, Jarot Winarno-Askiman berhasil menyiapkan strategi kampanye politik yang memenangkan pilihan masyarakat Kabupaten Sintang untuk memimpin daerah Kabupaten Sintang lima tahun kedepan.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Strategi**

Anwar Arifin (2003:145) menyebut strategi itu sebagai keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan pada masa depan. Justru itu menurut Anwar Arifin, merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan dalam melakukan komunikasi politik, akan merupakan keputusan yang paling tepat saat ini bagi komunikator untuk mencapai tujuan kedepan yaitu, citra yang baik, opini publik yang positif dan memenangkan pemilihan umum.

Sementara itu Carl Von Clausewitz (Pito, 2006:196) menjelaskan bahwa strategi adalah seni yang menggunakan “kekuatan senjata” dalam pertempuran untuk memenangkan peperangan dan bertujuan untuk mencapai perdamaian. Rencana jangka tersebut kita sebut dengan strategi, dalam strategi ini tujuan-tujuan jangka pendek dicapai melalui taktik, namun tanpa sebuah strategi taktik tidaklah berguna.

### **2. Strategi Politik**

Strategi politik adalah suatu hal yang yang tidak bisa dielakkan lagi bagi para kalangan politisi yang berkiperah didunia politik. Politik dan strategi adalah suatu mekanisme mengenai bagaimana

seseorang atau kelompok yang melalui ide politik yang dipahaminya dapat memenangkan suatu pertarungan politik yang berlangsung dan disisi lainnya, banyak orang menghendaki hal yang sama yaitu kemenangan tersebut. Strategi politik adalah suatu mekanisme atau cara yang digunakan oleh para pelaku politik atau para kontestan yang maju dalam tahapan pemilihan agar dapat memenangkan proses tersebut.

Menurut Firmanzah (2007:123), strategi politik adalah suatu pendekatan melalui komunikasi politik yang perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon untuk dapat memenangkan suatu pemilihan yang sedang berlangsung. Para kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, besar massa yang masih mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan yang potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan atau pencoblosan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi politik perlu diperkirakan oleh setiap kontestan atau bakal calon karena pesaing juga tentunya akan intens melakukan upaya-upaya untuk menang dalam suatu persaingan politik. Dipihak lain kedekatan ideologi juga menjadi kekuatan untuk menarik pemilih

kedalam bilik suara dan mencontreng atau mencoblos calon yang mempunyai ideologi yang sama, pemilih ini biasanya tidak mementingkan program visi dan misi dari kontestan yang akan maju pada pemilihan umum.

### **3. Definisi Kampanye Politik**

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat (Arifin, 2003:14). Salah satu jenis kampanye politik adalah kampanye massa, yaitu kampanye politik yang ditujukan kepada massa (orang banyak), baik melalui hubungan tatap muka maupun dengan menggunakan berbagai media, seperti surat kabar, radio, televisi, film, spanduk, baligo, poster, folder dan selebaran serta medium interaktif melalui komputer (internet). Kampanye politik adalah 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 (Ruslan, 2005:27).

#### 4. Teknik-Teknik Kampanye Politik

Pada masa kampanye, tim kampanye berusaha mengumpulkan dukungan dan simpati pemilih agar pemilih menjatuhkan pilihannya kepada calon kepala daerah yang dikampanyekannya. Tim kampanye politik menggunakan teknik-teknik kampanye politik yang kemudian diwujudkan dalam suatu bentuk kegiatan kampanye politik untuk mempengaruhi pemilih. Teknik-teknik kampanye politik Menurut Ruslan (2005:37) adalah:

1. Kampanye dari rumah ke rumah (door to door campaign), yaitu calon kepala daerah mendatangi langsung para pemilih sambil menanyakan persoalan-persoalan yang dihadapi. Kampanye ini efektif dilakukan pada pemilihan umum tahun 1955, dengan mendatangi orang-orang yang pilihannya dianggap masih ragu dan dapat dibujuk atau diancam untuk mengubah sikap dan pilihan politik mereka,
2. Diskusi Kelompok (group discussion), dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok diskusi kecil yang membicarakan masalah yang dihadapi masyarakat,
3. Kampanye massa langsung (direct mass campaign), dilakukan dalam bentuk aktivitas yang menarik perhatian massa, seperti pawai, pertunjukkan keseniandan sebagainya. Teknik inilah

yang dilarang dalam kampanye Pemilu 1992.

4. Kampanye massa tidak langsung (indirect mass campaign), yang dilakukan dengan cara berpidato diradio, televisi atau memasang iklan di media cetak dan elektronik.

#### 5. Strategi Kampanye Politik

Penetapan strategi dalam kampanye politik merupakan langkah rumit yang memerlukan penanganan secara hati-hati, sebab jika penetapan strategi salah atau keliru hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Tujuan akhir dari kampanye pemilihan kepala daerah adalah untuk membawa calon kepala daerah yang didukung oleh tim kampanye politiknya menduduki jabatan kepala daerah yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat. Agar tujuan akhir tersebut dapat dicapai, diperlukan strategi yang disebut dengan strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik. Cangara (2008:290) mengemukakan 4 jenis strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik yaitu:

1. Penetapan komunikator

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan

bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh dengan daya kreatifitas,

## 2. Menetapkan target sasaran

Dalam studi komunikasi target sasaran disebut juga dengan khayalak. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran dalam kampanye merupakan hal yang sangat penting. Sebab semua aktifitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka. Masyarakat yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu kampanye sebab bagaimanapun besar biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak mau memberi suara kepada partai atau calon yang diperkenalkan, kampanye akan sia-sia,

## 3. Menyusun pesan-pesan kampanye

Untuk mengolah dan menyusun pesan yang mengena dan efektif, perlu diperhatikan beberapa hal, yaitu: (a) harus menguasai lebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunan, (b) mampu mengemukakan argumentasi secara logika sehingga harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang mendukung materi yang disajikan, (c) memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa (vocal) serta gerakan-

gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar, (d) memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian pendengar. Penyampaian pesan terdiri dari 3 jenis yaitu pesan yang berbentuk informatif, pesan yang berbentuk persuasive, serta propaganda,

## 4. Pemilihan media

Bentuk-bentuk media meliputi media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media ruang kecil dan saluran tatap muka langsung dengan masyarakat.

## C. METODELOGI PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif dengan tujuan mendapatkan gambaran dan pemahaman secara komprehensif dan mendetail mengenai permasalahan yang terjadi didalam masyarakat. Jenis penelitian deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau suatu fenomena-fenomena benar apa adanya dilapangan. Menurut Sohartono (2008:5), penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu

kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala masyarakat. Menurut Taylor & Bogdan 1984 (Suyanto, 2010:166) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.

Berdasarkan metode penelitian tersebut di atas peneliti berharap mendapatkan data penelitian yang bersifat deskriptif interpretatif, sehingga peneliti dapat mendeskripsikan dan menelaah lebih dekat, mendalam, mengakar dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai strategi kampanye politik pasangan Jarot Winarno-Askiman pada pilkada serentak di Desa Baning Panjang Kecamatan Kelay Permai Kabupaten Sintang tahun 2015.

## 2. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian ini di Desa Baning Panjang Kecamatan Kelay Permai Kabupaten Sintang. Pertimbangan dalam pemilihan tempat penelitian yaitu dikarenakan Desa Baning Panjang adalah salah satu daerah yang mayoritas masyarakatnya adalah asli suku Dayak, sama dengan pasangan calon no urut 1 Agrianus dan no urut 2 Ignasius Juan, namun suara yang terbanyak di Desa ini adalah pasangan no urut 3, yaitu Jarot

Winarno-Askiman yang merupakan pasangan etnis Jawa dan Dayak. Inilah permasalahan yang menarik pada Pilkada Serentak di Desa Baning Panjang Kecamatan Kelay Permai Kabupaten Sintang Tahun 2015.

## 3. Subjek Penelitian Dan Objek Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Menurut Sugiyono (2010:392) teknik *purposive* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam menentukan orang yang akan diwawancarai (*informan*), maka peneliti telah menentukan atau menetapkan para informan, yaitu Kepala Daerah terpilih periode 2015-2020, Tim Sukses Pasangan Calon Jarot Winarno-Askiman, dan Tokoh Masyarakat Etnis Dayak dan Jawa (2 orang)

Sedangkan objek penelitian adalah apa yang akan diteliti. Adapun objek penelitian ini adalah Strategi Kampanye Politik Pasangan Calon Jarot-Askiman Pada Pilkada Serentak di Desa Baning Panjang Kecamatan Kelay Permai, Kabupaten Sintang Tahun 2015.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Wawancara, mengadakan wawancara secara mendalam kepada subjek penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara. Penulis melakukan tanya jawab langsung dan terarah kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah ini, khususnya yang menjadi informan. Wawancara mendalam yang dilakukan dipandu pedoman wawancara guna memperoleh data yang valid dalam penelitian. Kegiatan wawancara ini dilakukan pada saat penelitian yaitu dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang menyangkut fokus penelitian.
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti memperoleh dokumentasi dengan cara mengumpulkan data-data yang ada di lokasi penelitian, yang dapat digunakan untuk membantu menganalisis penelitian, seperti data sekunder arsip-arsip fotocopy, catatan resume dan bahan-bahan literature pendukung lainnya.

## 5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pengolahan data melalui analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah data berupa kumpulan berwujud

kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klarifikasi (Silalahi, 2010:339).

### a. Pengumpulan Data

Sebagai konsep dasar-dasar langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisa data, pertama mengorganisasikan data, data yang terkumpul banyak sekali yang terdiri dari catatan lapangan, komentar peneliti, dokumen berupa laporan dan sebagainya. Sementara pekerjaan analisis data dalam hal ini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, dan memberikan kode dan mengkategorikannya.

### b. Reduksi Data

Suatu kegiatan, proses penghalusan atau penelitian data yang diperoleh di lapangan tersebut untuk lebih menyederhanakan data yang diperoleh dengan memberi kode, mengklasifikasi, menelusuri tema-tema, membuat gagasan, menulis memo, dan memilah bagian-bagian yang tidak relevan dengan fokus penelitian.

### c. Penyajian Data

Setelah kegiatan reduksi dilakukan, kemudian data tersebut disajikan menjadi kumpulan informasi yang telah disusun, sehingga dari informasi tersebut dapat ditarik kesimpulan

sementara yang akan diuji lebih lanjut untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Pada umumnya penyajian data disajikan dalam bentuk narasi dan tidak menutup kemungkinan penyajian data dilakukan dengan gambar-gambar matrik agar lebih mudah dimengerti semua pihak.

d. Penarikan Kesimpulan

Merupakan langkah terakhir dari suatu analisis data yang berusaha mencari arti terhadap data yang disajikan dan berusaha menghubungkan data dengan gejala sosial lainnya.

## **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Kampanye Politik Jarot Winarno dan Askiman**

Sebagai pasangan terpilih dalam pilkada Kabupaten Sintang tahun 2015, pasangan Jarot Winarno dan Askiman tentu telah berupaya dengan sangat maksimal untuk memberikan keyakinan kepada masyarakat luas terkait mereka akan layak memimpin Kabupaten Sintang lima tahun kedepan. Tentu perjuangan besar tersebut tidak hanya lahir dari kedua calon tersebut saja, melainkan ada banyak faktor pendukung dan orang-orang lain yang berpengaruh bagi kesuksesan pasangan ini untuk meraih

suara terbanyak di seluruh wilayah Kabupaten Sintang terlebih di wilayah Desa Baning Panjang, dimana mayoritas masyarakat di Desa ini adalah etnis Dayak yang lebelnya sama dengan pasangan nomor urut 1 dan pasangan nomor urut 2, namun pasangan Jarot Winarno dan Askiman mampu meraih suara terbanyak. Faktor-faktor pendukung kemenangan pasangan ini diantaranya kerja keras dari pengurus dan tim sukses yang terus berusaha memberi ruang dan kesempatan bagi pasangan ini untuk hadir sebagai kader yang berpotensi besar memimpin Kabupaten Sintang kedepannya. Dukungan relawan dan tim sukses pasangan ini tentu telah banyak membantu suksesnya pasangan ini hingga terpilih, sehingga strategi kampanye politik bisa terlaksana dengan baik di masyarakat khususnya di Desa Baning Panjang itu sendiri. Berkaitan dengan strategi yang digunakan dan dikembangkan pasangan ini, tentu sangat menarik untuk dikaji dan digali strategi kampanye politik apa yang digunakan pasangan ini sehingga mampu unggul dari pasangan lainnya untuk perolehan suara di Desa Baning Panjang secara khususnya, dimana terdapat lawan dua pasangan calon lainnya adalah putra daerah dan satu etnis Dayak dengan masyarakat mayoritas yang tinggal di Desa Baning Panjang ini.

Menurut Nimmo (2005:52) kampanye politik dapat diartikan pula sebagai bentuk

komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Kegiatan untuk membangun citra atau *image* merupakan bagian penting dalam kampanye politik untuk memperoleh dukungan. Terkait dengan komunikasi dalam kampanye politik, terdapat beberapa aktivitas komunikasi yang dapat diidentifikasi. Lebih lanjut dijelaskan oleh Cangara (2008:290), strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik ada empat, yaitu penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye, dan pemilihan media.

Dalam penetapan komunikator, tentu dalam menyampaikan komunikasi kampanye politik kepada masyarakat harus dilihat jelas. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh dengan daya kreatifitas.

Menetapkan target sasaran dalam studi komunikasi, target sasaran disebut juga dengan khalayak. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran dalam kampanye merupakan hal yang sangat penting. Sebab semua aktifitas komunikasi kampanye diarahkan kepada

mereka. Masyarakat yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu kampanye sebab bagaimanapun besar biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak mau memberi suara kepada partai atau calon yang diperkenalkan, kampanye tentu akan sia-sia.

Dalam menyusun pesan-pesan kampanye yang efektif perlu diperhatikan beberapa hal, yaitu (a) harus menguasai leboh dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunan, (b) mampu mengemukakan argumentasi secara logika sehingga harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang mendukung materi yang disajikan, (c) memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa serta gerakan-gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar, (d) memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian pendengar. Penyampaian pesan terdiri dari tiga jenis bentuk yaitu pesan yang berbentuk informatif, pesan yang berbentuk persuasive, serta propaganda. Kemudian pada pemilihan media yang terkait pada strategi kampanye politik tentu juga bisa mempengaruhi masyarakat. Pemilihan media ini bisa meliputi media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media ruang kecil dan saluran tatap muka langsung dengan masyarakat.

Pada pilkada serentak tahun 2015 yang lalu, penulis menggabarkan pasangan Jarot Winarno-Askiman menggunakan strategi kampanye politik menurut Cangara (2008:290) yaitu penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye dan pemilihan media dalam melebarkan dukungan seluas-luasnya dan terbukti mampu mengungguli pasangan lainnya sebagai lawan mereka dalam pilkada tersebut. Penulis menggambarkan digunakannya hal tersebut didasarkan oleh pola yang digunakan pasangan ini dalam memperoleh dukungan, yaitu mempertahankan pemilih yang sudah menjadi basis massa pasangan ini dan juga mencari pemilih lain yang belum mengenal pasangan ini dengan usaha yang maksimal.

## **2. Penetapan Komunikator**

Strategi kemenangan sangat dibutuhkan tiap orang yang akan bersaing dalam proses perpolitikan untuk dapat mengungguli pasangan lainnya. Dalam konteks strategi kemenangan pasangan Jarot Winarno-Askiman ini, adalah strategi komunikasi politik dalam kampanye berlangsung yang disampaikan kepada masyarakat untuk memperluas dukungan. Komunikator adalah seorang juru bicara yang akan berkomunikasi langsung kepada masyarakat. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan penting. Masyarakat di

Desa Baning Panjang khususnya telah menilai hasil dari kinerja pak Jarot Winarno yang pernah menjabat sebagai wakil Bupati Sintang pada periode 2005-2010 mendampingi Milton Crosby, yang menurut masyarakat itu adalah bukti bahwa beliau benar-benar menjalankan tugasnya untuk mensejahterakan rakyatnya. Kemudian terkait strategi kampanye yang dilakukan oleh pasangan ini adalah Pasangan Jarot Winarno-Askiman terjun langsung ke Desa, untuk bersilaturahmi dengan masyarakat, yang tentu saja sudah dengan persiapan pesan-pesan kampanye yang sudah matang.

## **3. Menetapkan Target Sasaran**

Pada kampanye di pilkada serentak Kabupaten Sintang tahun 2015 yang lalu, pasangan calon dan tim kampanye pasti sudah tentu menyiapkan persiapan yang matang, selain penetapan komunikator, menetapkan target sasaran yang dituju adalah bagian hal penting dari strategi kampanye itu sendiri. memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran dalam kampanye merupakan hal yang sngat penting. Dengan target sasaran yang utama untuk dituju adalah tokoh masyarakat dari etnis suku yang dominan disana, yaitu etnis Dayak dan etnis Jawa, setelah itu barulah mereka menargetkan sasarannya pada masyarakat, dengan harapan tokoh masyarakat tersebut,

bisa membantu melancarkan jalannya tim kampanye untuk lebih bisa dekat dengan masyarakat disana. Sebab semua aktifitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka. Masyarakat yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu kampanye sebab bagaimanapun besar biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak mau memberi suara kepada calon yang diperkenalkan, kampanye akan sia-sia.

Strategi dalam menetapkan target sasaran, yaitu dengan memanfaatkan tokoh-tokoh juga terbukti sangat efektif, sebab mereka juga berpengaruh dalam elektabilitas pasangan calon untuk mempengaruhi pemilih, karena secara tidak langsung tokoh masyarakat akan menjadi panutan bagi masyarakat disekitarnya, kemana tokoh akan melabuhkan hak pilihnya potensi besar akan diikuti oleh masyarakat sekiranya.

#### **4. Menyusun Pesan-Pesan Kampanye**

Membangun sebuah kepercayaan dari masyarakat tentunya tidak dapat dilakukan tanpa adanya sebuah komunikasi politik yang dilakukan oleh juru kampanye atau tim sukses dan kandidat itu sendiri kepada masyarakat. Berbagai permasalahan sosial politik yang terjadi dimasyarakat dipahami secara menyeluruh oleh calon pasangan, untuk kemudian dianalisis lebih dalam

berdasarkan data dan peristiwa. Melalui proses komunikasi itu masyarakat akan mengetahui apakah dukungan, aspirasi, dan pengawasan itu tersalur atau tidak, dengan harapan akan tercipta persepsi baik terhadap pasangan tersebut. Apabila *image* politik kandidat diterima dengan baik oleh publik maka kemungkinan besar akan mempermudah pasangan calon dalam mendapatkan simpati masyarakat.

Jarot Winarno yang pernah menduduki kursi Wakil Bupati sebelumnya pada periode 2005-2010 turut mempengaruhi perilaku pemilih pada pemilu tahun 2015 yang lalu., ini dikarenakan kepercayaan masyarakat dipertaruhkan dengan kekuasaan yang diperankan oleh kepala daerah terpilih. Apabila kepala daerah terpilih berkuasa memimpin dengan jujur, adil, dan bertanggung jawab, maka kepercayaan masyarakat akan semakin meningkat. Namun apabila kepala daerah berkuasa banyak melakukan pelanggaran dan penyelewengan, kepercayaan masyarakat akan pudar dan hilang.

Terkait pesan-pesan kampanye yang di komunikasikan kepada masyarakat adalah yang berkaitan dengan masalah program seperti masalah pendidikan, kesehatan, infrastruktur. Jadi hal yang disampaikan kepada masyarakat itu adalah hal-hal yang berkaitan langsung dengan masyarakat agar lebih cepat diterima oleh masyarakat, sehingga mereka mengerti dan memahami

kemudian tinggal masyarakat tersebut menentukan sikap terhadap pesan yang disampaikan.

## 5. Pemilihan Media

Pemilihan media pada saat kampanye berlangsung adalah salah satu strategi kampanye politik, sebagai sarana komunikasi kepada masyarakat untuk mengenal lebih dalam calon pasangan yang akan maju sebagai calon kepala daerah. Terbatasnya waktu kampanye yang disediakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), pasangan Jarot Winarno-Askiman beserta tim kampanye merencanakan strategi kampanye politik secara efektif agar dapat menjangkau seluruh masyarakat di daerah pemilihan, yaitu memilih penggunaan media massa sebagai sarana kampanyenya.

Dalam melaksanakan program-program yang akan disampaikan kepada khalayak, membutuhkan media untuk kemudian dipublikasikan kepada masyarakat. Fungsi dari media sendiri adalah sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan atau sebagai mediator antara komunikator dan komunikan. Dalam komunikasi politik, proses kerja strategi kampanye politik dari kandidat dapat dilakukan dengan cara mengemas pesan politik untuk kemudian disebarkan kepada masyarakat. Kemudian keberadaan media massa dijadikan bagian

dari instrumen pembentukan dan penyampaian pesan politik tersebut.

Langkah strategi kampanye politik serupa juga dilakukan oleh pasangan Jarot Winarno-Askiman. Penggunaan media sosial dan media interaktif telah membuktikan efektifitasnya dalam komunikasi sosial dan komunikasi politik. Akurasi pesan yang disampaikan melalui telepon seluler (layanan pesan pendek/*broadcast*), twitter, facebook, koran, radio dan televisi sangat berpengaruh.

Peran strategis media sosial dan media massa dalam komunikasi politik, telah ditunjukkan keberhasilan dan kemampuannya untuk mengumpulkan kekuatan dukungan terhadap gerakan usaha untuk membangun citra positif. Melalui media massa seseorang akan memperoleh informasi tentang benda, orang, dan tempat yang tidak dialami secara langsung. Realitas terlalu luas untuk dijamah semuanya, dan keberadaan media sengaja dihadirkan untuk menyampaikan berbagai pesan tentang lingkungan sosial dan politik. Semua pesan yang mengandung muatan politik dapat membentuk dan mempertahankan citra politik dan opini publik.

## E. KESIMPULAN

Penyelenggaraan pilkada serentak tahun 2015 merupakan momentum penting bagi masyarakat dalam menentukan siapa calon pemimpin yang akan menjadi pemimpin mereka dalam lima tahun kedepan. Pasangan Jarot Winarno-Askiman merupakan salah satu pasangan yang maju dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Sintang tahun 2015 yang lalu. Pada pemilihan kepala daerah tahun 2015, pasangan Jarot Winarno-Askiman harus menyiapkan strategi kampanye politik yang akan dipakai demi mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Strategi kampanye politik yang dikembangkan oleh tim sukses dan pasangan Jarot Winarno-Askiman menjelang pemilihan kepala daerah tahun 2015 yaitu, melaksanakan strategi kampanye berupa penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye dan pemilihan media. Dari keempat langkah diatas yang paling dominan berhasil adalah dalam menetapkan target sasaran yaitu tokoh masyarakat Dayak dan tokoh masyarakat etnis Jawa, kemudian masyarakat Desa Baning Panjang, yang kemudian akan di targetkan untuk disampaikan pesan pesan kampanye dari pasangan Jarot Winarno-Askiman. Dalam penerapan strategi

kampanye politik pasangan Jarot Winarno-Askiman, langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut:

### 1. Penerapan Strategi Kampanye Politik Pasangan Jarot Winarno-Askiman

Calon pasangan Jarot Winarno-Askiman maju pada pilkada taun 2015 yang lalu bukan tanpa alasan, mereka sudah mempunyai modal serta strategi kampanye politik yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Dalam penerapan strategi kampanye politik itu sendiri pasangan calon harus memenuhi syarat dan kualitas.

### 2. Penetapan Komunikator

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh dengan daya kreatifitas. Terkait strategi kampanye yang dilakukan oleh pasangan ini adalah Pasangan Jarot Winarno-Askiman terjun langsung ke Desa, untuk bersilaturahmi dengan masyarakat, yang tentu saja sudah dengan persiapan pesan-pesan kampanye yang sudah matang.

### 3. Menetapkan Target Sasaran

Target sasaran yang dituju untuk menerapkan strategi kampanye politik yang akan pasangan ini laksanakan targetnya adalah tokoh masyarakat dari

etnis suku yang dominan disana, yaitu etnis Dayak dan etnis Jawa, setelah itu barulah mereka menargetkan sasarannya pada masyarakat, dengan harapan tokoh masyarakat tersebut, bisa membantu melancarkan jalannya tim kampanye untuk lebih bisa dekat dengan masyarakat disana. Strategi dalam menetapkan target sasaran, yaitu dengan memanfaatkan tokoh-tokoh juga terbukti sangat efektif, sebab mereka juga berpengaruh dalam elektabilitas pasangan calon untuk mempengaruhi pemilih, karena secara tidak langsung tokoh masyarakat akan menjadi panutan bagi masyarakat disekitarnya, kemana tokoh akan melabuhkan hak pilihnya potensi besar akan diikuti oleh masyarakat sekitarnya. Sebab semua aktifitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka. Masyarakat yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu kampanye sebab bagaimanapun besar biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak mau memberi suara kepada calon yang diperkenalkan, kampanye akan sia-sia.

#### **4. Menyusun Pesan-Pesan Kampanye**

Terkait pesan-pesan kampanye yang di komunikasikan kepada masyarakat adalah yang berkaitan dengan masalah program seperti masalah pendidikan, kesehatan, infrastruktur. Jadi hal yang disampaikan kepada masyarakat itu adalah hal-hal yang

berkaitan langsung dengan masyarakat agar lebih cepat diterima oleh masyarakat, sehingga mereka mengerti dan memahami kemudian tinggal masyarakat tersebut menentukan sikap terhadap pesan yang disampaikan.

#### **5. Pemilihan Media**

Pemilihan media sebagai sarana untuk membantu memperkenalkan pasangan Jarot Winarno-Askiman lebih dalam kepada masyarakat di seluruh wilayah Kabupaten Sintang khususnya. Selain itu, penggunaan media massa ini juga membantu menyampaikan pesan-pesan kampanye kepada masyarakat. Iklan pasangan Jarot Winarno-Askiman hadir di hampir seluruh media elektronik dan media cetak seperti TVRI Kalbar, Ruai TV, Radio RRI Sintang, Volarekso, Swara Perkasa, Radio Komunitas Saka Tiga, koran Tribun Kalbar, dan media lainnya, karena menurut kami dalam proses pengenalan pasangan calon dan program kerja, media massa berperan sangat penting.

#### **F. SARAN**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang ada, peneliti mempunyai beberapa saran. Dalam rangka menilai fenomena strategi kampanye politik yang dilakukan pasangan calon tentu perlu juga

berbagi saran dan kritik. Hal ini penting, karena politik pencitraan dapat menjadi buruk apabila relasi antara strategi kampanye yang dilakukan tidak sesuai dengan penerapannya, yang ada hanya janji palsu dari kemasan penstrategian kampanye politik dan masyarakat jadi korban manipulasinya. Strategi kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan Jarot Winarno-Askiman an tim suksesnya agar mendapat kepercayaan dan simpati dari masyarakat sah-sah saja asalkan isi dari kampanye politik yang disampaikan kepada masyarakat sesuai dengan realitanya.

Dalam pencitraan diri juga diharapkan tidak berlebihan dalam menggunakan media massa, sehingga lebih mengedepankan program kerja yang nyata, sehingga bisa berdampak positif bagi masyarakat. Untuk memahami kepentingan khalayak, seorang pemimpin daerah juga hendaknya mendekat diri kepada masyarakat, bukan hanya melakukan sosialisasi atau pertemuan-pertemuan menjelang kampanye saja. Sebab, biasanya seorang kandidat hanya mengandalkan citranya saja sebagai alat manipulasi politik untuk mengambil simpati masyarakat.

Berkaitan dengan skripsi ini penulis mengharapkan saran dan kritik para pembaca guna memperbaiki kesalahan dan kekurangan yang ada. Selain itu, penulis

sendiri sadar bahwa karya ini merupakan buah pertama dari proses panjang pendewasaan intelektual penulis, sehingga masih sangat dimungkinkan jauh dari kesempurnaan.

## G. REFERENSI

### Sumber Buku

- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Cangara, Hafied. 2008. *Komunikasi Politik; Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik)*. Jakarta: Penerbit Granit.
- Miles, Matthew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, J Lexy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2009. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Pito. T.A. 2006. *Mengenal Teori-Toeri Politik Dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung: Nusa Indah

Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rajawali Pers.

Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama.

Sohartono, 2008. *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Mandiri Prima.

Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, Bagong. 2010. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Group.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

#### **Dokumen – dokumen :**

Undang – undang Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemilihan Kepala Daerah

Undang - undang Nomor 32 tahun 2004 Tentang Pemilihan Kepala Daerah

Undang - undang Nomor 8 tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Daerah

#### **Skripsi dan Tesis:**

Amir, Fauziah. 2006. *Strategi Kampanye Politik di Media Massa oleh Pasangan SBY-JK dalam Kampanye pemilihan*

*Presiden langsung 2004*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Depok: Universitas Indonesia.

Suryatna, Undang. 2007. *Hubungan Karakteristik Pemilih dan Terpaan Informasi Kampanye Politik dan Perilaku Memilih (Studi Kasus Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Cianjur Tahun 2006)*. Tesis. Sekolah Pasca Sarjana. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Yustian, Yudi. 2008. *Strategi Kampanye Politik Calon Incumbent dan Pendatang Baru Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus Tim Kampanye Pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf di Kota Bogor, Jawa Barat 2008)*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Bogor: Institut pertanian Bogor

Pontoh, Kristianto 2015. *Strategi Kampanye Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati Terpilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa 2012*. Jurnal Skripsi.

#### **Sumber Internet:**

<http://perkuliahankomunikasi.blogspot.co.id/2013/12/strategi-kampanye-politik-8201.html>, diambil pada 11 November 2016.

<https://mpheenanovi89.wordpress.com/2011/07/22/komunikasi-politik-media-masaa-dan-kampanye-politik/>, diambil pada 11 November 2016

<https://pilkada2015.kpu.go.id/sintangkab/>, diambil pada 2 Desember 2016

<http://pontianak.tribunnews.com/2015/12/17/pasangan-jarot-askiman-mendulang-suara-terbanyak-di-pilkada-sintang>, diambil pada 2 Desember 2016

<http://adiprakosa.blogspot.co.id/2008/03/komunikator-politik-3.html>, diambil pada 31 Maret 2017

<http://forum.detik.com/membangun-loyalitas-dan-integritas-kader-partai-t5803.html>, diambil pada 2 April 2017





LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH / PUBLIKASI  
 KARYA ILMIAH UNTUK JURNAL ELEKTRONIK MAHASISWA

Sebagai sivitas akademika Universitas Tanjungpura, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Maryetha Patna  
 NIM / Periode lulus : E1051131033  
 Tanggal Lulus : 19 Juni 2017  
 Fakultas/ Jurusan : ISIP / Ilmu Administrasi  
 Program Studi : Ilmu Politik  
 E-mail address/ HP : Maryetha.patna2@gmail.com / 0896 9365 5530

demi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemenuhan syarat administratif kelulusan mahasiswa (S1), menyetujui untuk memberikan kepada Pengelola Jurnal Mahasiswa Aspirasi (\*) pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul\*\*):

Strategi Kampanye Politik Pasangan Jarot Winarno - Askinton Pada Pilkada Serentak di Desa Baring, Panyang Kecamatan Kelati Permai Kabupaten Sintang Tahun 2015.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Pengelola Jurnal berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya di Internet atau media lain):

Secara *fulltext*

*content* artikel sesuai dengan standar penulis jurnal yang berlaku.

untuk kepentingan akademis tanpa tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Pengelola Jurnal, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.



Mengetahui/ disetujui  
 Pengelola Jurnal

Dibuat di : Pontianak,  
 Pada tanggal : 1 Agustus 2017

MARYETHA RATNA  
 NIM. E1051131033

Catatan :

\*tuliskan nama jurnal sesuai prodi masing-masing  
 (*Publika/Governance/Aspirasi/Sociodev/Sosiologique*)

Setelah mendapat persetujuan dari pengelola Jurnal, berkas ini harus di scan dalam format PDF dan dilampirkan pada step4 upload supplementary sesuai proses unggah penyerahan berkas (submission author)