



## STRATEGI KAMPANYE PILKADA KABUPATEN MALUKU TENGAH

Studi Kasus pada Kampanye Pilkada Pasangan Calon Bupati  
Abua Tuasikal dan Calon Wakil Bupati Marlatu Leleury  
di Kabupaten Maluku Tengah Tahun 2012

### TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Magister Sains (M.Si.)  
pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Komunikasi Politik

Oleh :  
Rizal Syahdy Latukau  
NPM : 20080012044

*Tes. 14.80.12044(11)*

UPT. PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG

14 10 77

303.375 Lat 5  
Komunikasi politik

PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG  
BANDUNG  
2014



**UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**



UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG  
Jl. Sekeloa Selatan 1 No. 101  
Bandung 40132  
Telp. (022) 2534311  
Fax. (022) 2534312  
E-mail: unisba@unisba.ac.id

## PERSETUJUAN

### **STRATEGI KAMPANYE PILKADA KABUPATEN MALUKU TENGAH**

Studi Kasus pada Kampanye Pilkada Pasangan calon Bupati  
Abua Tuasikal dan calon Wakil Bupati Marlatu Leleury  
di Kabupaten Maluku Tengah Tahun 2012

Oleh :

Rizal Syahdy Latukau  
NPM : 20080012044

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Magister Sains (M.Si.)  
Pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Komunikasi Politik

Bandung, .....

Pembimbing Utama

Dr. H. Aziz Taufik Hirzi, M.Si.

Pembimbing Pendamping

Dr. H. Aning Sofyan, M.Si.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita, MS.**



**UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PENGESAHAN**

Judul : STRATEGI KAMPANYE PILKADA KABUPATEN  
MALUKU TENGAH

Studi Kasus pada Kampanye Pilkada Pasangan calon  
Bupati Abua Tuasikal dan calon Wakil Bupati Marlatu  
Leleury di Kabupaten Maluku Tengah Tahun 2012

Oleh  
Nama : Rizal Syahdy Latukau  
NPM : 20080012044  
Pembimbing Utama : Dr. H. Aziz Taufik Hirzi, M.Si  
Pembimbing Pendamping : Dr. H. Aning Sofyan, M.Si.  
Diujiikan Tanggal : 8 Mei 2014

Telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si.)  
pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi Komunikasi Politik.

Bandung, 11 Juni 2014

Direktur



**Prof. Dr. H. Dey Ravena, S.H., M.H.**

## SURAT PERNYATAAN

*Bismilahirrahmanirahim,*

Nama : Rizal Syahdy Latukau  
Nomor Pokok Mahasiswa : 20080012044  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, Magister, dan Dokter) baik di Universitas Islam Bandung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Tesis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, kecuali arahan dan saran pembimbing utama, pembimbing pendamping dan penguji.
3. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis sudah dicantumkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, Mei 2014

Yang Membuat Pernyataan,

METERAI  
TEMPEL  
PAJAK MANRANOTITE BANDUNG  
TGL  
EFEBCACF35879805  
RENASI KIRU KUPRIKAI  
6000 DJP



RIZAL SYAHDY LATUKAU  
20080012044

## Motto

*Mulailah Bekerja dengan giat sesuai dengan apa yang kita inginkan dan apa yang kita hadapi, jangan menyerah ketika masalah meliputi anda, yakin dan percaya bahwa manusia hidup di bumi untuk mendapatkan kesejahteraan yang layak.*

## ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari pilkada Kabupaten Maluku Tengah yang dilakukan dalam dua (2) putaran, selain itu strategi kampanye dilakukan oleh kandidat calon Bupati dan calon Wakil Bupati menarik untuk diteliti sehingga dapat menghantarkan pasangan tersebut meraup suara sebanyak mungkin dari para pemilih. Kandidat dari pasangan Bupati Abua Tuasikal dan Wakil Bupati Marlatu Leleury didukung oleh beberapa partai politik dalam proses pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah.

Penelitian ini mengkaji Bagaimana strategi kampanye calon pasangan Bupati Abua Tuasikal dan Wakil Bupati Marlatu Leleury pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah 2012. Mengetahui dan memilih isu-isu politik yang dikembangkan saat kampanye, memilih pesan politik saat kampanye, memilih tema kampanye, memilih massa pendukung untuk melakukan kampanye, memilih lokasi kampanye, dan memilih juru kampanye saat menyampaikan orasi dan program kerja kandidat pada kampanye.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tahapan perubahan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu, data primer di dapat melalui Wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Untuk memperoleh informasi yang ada kaitanya dengan penelitian tersebut. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui media online, artikel, dan hasil penelitian para akademisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat calon Bupati dan Wakil Bupati dengan mengembangkan isu-isu politik terkait melanjutkan program pemerintahan sebelumnya sangat tepat sasaran terhadap masyarakat, (2). Pesan disampaikan sesuai dengan tema dan isu yang telah berkembang pada masyarakat, Pesan yang disampaikan secara verbal dan nonverbal. (3). Memilih tema pada kampanye sesuai dengan visi-misi kandidat sehingga khalayak bisa terobsesi dan nantinya berpartisipasi dalam kampanye, tema tersebut perpaduan antara program kandidat yang menyangkut kesejahteraan masyarakat. (4). Kandidat memilih tempat/lokasi kampanye berdasarkan basis partai dan pendukung kandidat dalam hal ini simpatisan. Sehingga kampanye yang dilakukan berjalan sesuai rencana. (5). Memilih massa pendukung dalam berbagai jalur, mulai dari jalur partai pendukung hingga jalur organisasi nonformal dan jalur kekerabatan/kekeluargaan. (6). Tidak semua jurkam yang menyampaikan pesan dapat diterima khalayak, sehingga jurkam yang dipilih berdasarkan tingkatan khalayak, terkadang jurkam tidak hanya melalui orang partai politik namun jurkam di ambil dan melihat kredibilitas jurkam tersebut pada suatu daerah yang menjadi lokasi kampanye.

**Kata kunci : Strategi Kampanye, pilkada Kabupaten Maluku Tengah.**

## **ABSTRACT**

*This study departs from Central Maluku district election conducted in two rounds , in addition to the strategy of the campaign carried out by the candidates, the Regent and Vice Regent interesting candidate for study in order to deliver the couple scooped up as many votes as possible from the voters. Candidates from mate Abua Tuasikal Regent and Vice Regent Marlatsu Leleury supported by some political parties in local elections the Central Maluku.*

*This study examines the candidates 'campaign strategies How Abua Tuasikal couple Regent and Vice Regent Marlatsu Lelewury on local election Central Maluku 2012. Knowing and choosing political issues that developed during the campaign, choosing a political message during the campaign, select the campaign theme, choose the supporters to conduct a campaign, select the campaign site, and choose when delivering a speech campaigners and candidates on campaign work program.*

*The theory used in this study is the theory of the stages of change in the method of qualitative research with a case study approach. Data collection techniques in this study, namely, primary data can be through in-depth interviews and documentation studies . To obtain the information relation to the study. While the secondary data obtained through online media, articles, and studies academics.*

*The results showed that (1) the strategy of campaigning by candidates, Regent and Vice Regent of the developing political issues related to continuing the previous administration's program is very well targeted to the community, (2) Message delivered in accordance with the themes and issues that have developed in the community, message conveyed verbally and nonverbally . (3) choose the theme of the campaign in accordance with the vision and mission of the candidates so that the audience can obsess and later participated in the campaign, the theme is a blend of candidate programs involving public welfare. (4) Candidates choose the place/location of the campaign on the basis of party candidates and supporters in this case investigator. So that the campaign goes according to plan . (5) select the supporters of the various channels, ranging from party lines to support non-formal organizational lines and lines family . (6) Not all of which convey the message jurkam acceptable audience, so campaigners selected based on the level of the audience, sometimes jurkam not only through the political party but jurkan taken and see the jurkam credibility in an area that be the location of the campaign.*

**Keywords : Campaign Strategy, Central Maluku regency election campaign.**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'aalamin. Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang tiada henti diberikan kepada hambaNya. Shalawat dan salam tak lupa kita kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Tesis yang berjudul **Strategi Kampanye Pilkada Kabupaten Maluku Tengah. “Studi Kasus pada Kampanye Pilkada Pasangan calon Bupati Abua Tuasikal dan calon Wakil Bupati Marlatsu Leleury di Kabupaten Maluku Tengah Tahun 2012 lalu.** ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Penulis persembahkan tesis ini khususnya untuk kedua orang tuaku tercinta. Ayahanda **H. Rusdy Latukau** dan Ibunda **Hj. Oda Malawat** Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayangnya selama ini yang tak ternilai, doa, dukungan, ketabahan, kesabaran, nasehat yang selalu memotivasi dalam kehidupan penulis.

Sebagai bagian dari proses belajar maka karya ini tak luput dari berbagai kesalahan. Oleh sebab itu pengoreksian, peneguran yang bersifat membangun dan dapat memperkaya penulislah yang memang dibutuhkan agar dapat menjadi lebih baik lagi. Selama proses penyelesaian tesis ini, penulis telah mendapatkan begitu banyak bantuan melalui kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan banyak

terima kasih kepada yang terhormat bapak **Dr. H. Aziz Taufik Hirzi, M.Si.** selaku pembimbing utama dan bapak **Dr. H. Aning Sofyan, M.Si.** selaku pembimbing pendamping, yang selalu sabar dan ikhlas dalam membimbing dan memberikan banyak kritikan yang membangun penulis sehingga penulis mendapatkan pengalaman dan ilmu dalam rangka penyempurnaan tesis ini. untuk itu, ucapan terima kasih yang tulus penulis tunjukkan kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. H. Dey Ravena, S.H., M.H., Selaku direktur Program Pasca Sarjana beserta stafnya yang telah memberikan peluang dan fasilitas kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.
2. Prof. Dr. Hj. Atie Rahmiate, M.Si., Selaku asisten direktur program Pasca Sarjana Universitas Islam Bandung yang juga sebagai dosen pengajar saat kuliah semester I, II dan III, Semoga ilmu yang diajarkan dapat bermanfaat.
3. Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita, M.S., Ketua Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana atas dukungannya kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan telah memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan tesis.
4. Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita, M.S. Ibu Dr. Hj. Ani Yuningsih, M.Si. dan Bapak Dr. Dadan Mulyana, M.Si. Selaku penguji yang telah memberikan berbagai masukan untuk penyempurnaan tesis ini.
5. Seluruh jajaran dosen Program Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, yang telah memperkaya penulis dengan ilmu-ilmu

yang pastinya bermanfaat selama mengenyam pendidikan di fakultas ini.

6. Seluruh administrasi Unisba (Zaky Noer. R, Moch. V. Romi, Ibu Nina Lusiana, Teh Hilda Ambarwati, Bapak Dadang Kurnia, Ibu Soffi Sunasah, dan Bapak Soklari). yang telah banyak direpotkan oleh mahasiswa, termasuk penulis sendiri, atas segala kesediaan, kesabaran, dan perhatian dari mereka yang sangat berarti.
7. Spesial Buat kedua adikku yang penulis cintai, sayangi, dan selalu menjadi motivator, Rachmat Fadly Latukau dan Nadila Latukau. Kalian berdua adalah penyemangat buat penulis hingga saat ini dan selamanya.
8. Bapak Zainudin Pellu dan Ibu Alia Malawat. Terima kasih atas doa dan *support* yang diberikan kepada penulis.
9. Bapak Ir. Abdulah Tuasikal, M.Si. sebagai informan dalam penelitian tesis ini merupakan salah satu tim pemenang dari Kandidat calon Bupati dan calon Wakil Bupati. Terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu yang benar-benar padat untuk di wawancara dengan penulis.
10. Om Hendrik Lewerissa, SH, LL.M, Ketua Partai Gerindra Provinsi Maluku atas kesediaannya meluangkan waktu untuk di wawancara dengan penulis.
11. Kaka Azis Sangkala, S.Hut, Bapak Abidin Tuasamu, SP, Ketua DPC Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Kab. Maluku Tengah dan Kaka Rifai

Tuasalamony, S.T. selaku Jurkam pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah 2012 lalu. Terima kasih atas kesediaanya untuk membantu dan meluangkan waktu menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis.

12. Rekan Fahry, Yanto, Herry, Mustofa, Nisa, Novita, Ibu Rita, Ibu Tanny, Lisda, Muthia, Ibu Sari, Yuni, Nanang, Okhy, serta rekan-rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya pada program pascasarjana Universitas Islam Bandung Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2012, terima kasih atas persahabatan, dukungannya dan motivasi selama kita menjalani kuliah.
13. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis panjatkan doa semoga Allah SWT selalu melindungi mereka semua dan membalas segala amal baik yang telah dilakukan. Jika terdapat kekurangan dalam penulisan ini mudah-mudahan menjadi pelajaran bagi penulis untuk pembuatan karya tulis yang lebih baik pada masa datang. Semoga tulisan ini bermanfaat terutama bagi penulis sendiri dan masyarakat pada umumnya.

Bandung, Mei 2014

Penulis,

Rizal Syahdy Latukau

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBARAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBARAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Konteks Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10

1.5.1 Kegunaan Keilmuan.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.6 Alasan Penelitian.....	11
1.7 Pembatasan Masalah .....	12

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Kerangka Konsepsi dan Teori .....	20
2.2.1 Komunikasi Politik.....	20
2.2.2 Partai Politik .....	24
2.2.3 Strategi Politik .....	28
2.2.4 Kampanye Politik.....	30
2.2.5 Perencanaan Kampanye Pemilu .....	35
2.2.6 Evaluasi Kampanye.....	41
2.2.7 Pemilihan Kepala Daerah .....	43
2.2.8 Teori Tahapan Perubahan ( <i>Stages Of Chage Theory</i> ).....	45
2.3 Kerangka Pemikiran .....	48

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN OBJEK PENELITIAN**

3.1 Metodologi Penelitian .....	55
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	56

3.3 Objek Penelitian .....	60
3.4 Subjek Penelitian .....	60
3.3.1 Profil Kandidat calon Bupati dan Wakil Bupati .....	60
3.3.2 Visi Kandidat calon Bupati dan Wakil Bupati .....	63
3.3.3 Misi Kandidat calon Bupati dan Wakil Bupati .....	65
3.4 Tahapan Pengumpulan Data .....	65
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	66
3.6 Informan Penelitian .....	68
3.7 Pemeriksaan Keabsahan Data .....	70
3.8 Analisis Data .....	72
3.9 Lokasi Penelitian .....	73
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Identifikasi Informan .....	74
4.1.1 Visi, Misi Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati .....	75
4.1.2 Profil Informan .....	76
4.2 Hasil Penelitian .....	77
4.2.1 Strategi Memilih Isu Kampanye pada Pilkada Kabupaten Maluku	
Tengah pasangan calon Bupati dan calon Wakil Bupati .....	79
4.2.2 Strategi Memilih Pesan pada Kampanye Pilkada Kabupaten Maluku	
Tengah Pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati .....	87

4.2.3 Strategi Memilih Tema pada Kampanye pasangan Bupati dan Wakil	
Bupati Kabupaten Maluku Tengah .....	94
4.2.4 Strategi Memilih Lokasi Kampanye pasangan Bupati dan Wakil	
Bupati Kabupaten Maluku Tengah .....	98
4.2.5 Strategi Memilih Massa Pendukung pada Kampanye Kabupaten	
Maluku Tengah .....	104
4.2.6 Strategi Memilih Jurkam pada Kampanye Kabupaten	
Maluku Tengah .....	110
4.3 Pembahasan .....	118
4.3.1 Analisis Strategi Memilih Isu Kampanye Pilkada Kabupaten	
Maluku Tengah .....	119
4.3.2 Analisis Strategi Memilih Pesan pada Kampanye Kabupaten	
Maluku Tengah .....	126
4.3.3 Analisis Strategi Memilih Tema pada Kampanye Kabupaten	
Maluku Tengah .....	135
4.3.4 Analisis Strategi Memilih Lokasi pada Kampanye Kabupaten	
Maluku Tengah .....	140
4.3.5 Analisis Strategi Memilih Massa Pendukung pada Kampanye	
Kabupaten Maluku Tengah .....	144
4.3.6 Analisis Strategi Memilih Jurkam pada Kampanye Kabupaten	
Maluku Tengah .....	152

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	161
5.2 Saran .....	163
5.2.1 Saran Teoritis .....	164
5.2.2 Saran Praktis .....	165

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>166</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN: .....</b>	<b>169</b>
------------------------	------------

Peta Lokasi Penelitian .....	169
------------------------------	-----

Dokumentasi Penelitian .....	170
------------------------------	-----

Pedoman Wawancara Abdulah Tuasikal .....	175
--	-----

Pedoman Wawancara Azis Sangkala .....	179
---------------------------------------	-----

Pedoman Wawancara Hendrik Lewerissa.....	185
--	-----

Pedoman Wawancara Rifai Tuasalamony .....	188
---	-----

Pedoman Wawancara Abidin Tuasamu .....	193
--	-----

Rekomendasi Penelitian .....	197
------------------------------	-----

Riwayat Hidup Penulis .....	203
-----------------------------	-----

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
2.1 Tabel Matriks Penelitian Terdahulu .....	17
2.2 Metode Segmentasi Pemilih .....	34
4.1 Profil Informan Wawancara .....	77
4.2 Presentase Penduduk Menerut Pekerjaan pada Tahun 2010 .....	81
4.3 Kondisi Umum Ketenagakerjaan Kabupaten Maluku Tengah .....	82
4.4 Jumlah Sekolah, Guru, Murit dan Lulusan Murit .....	85
4.5 Komposisi Wilayah Daratan Kabupaten Maluku Tengah .....	90
4.6 Isu Kampanye Pasangan calon Bupati dan calon Wakil Bupati .....	120
4.7 Lokasi dan Tempat Kegiatan Kampanye .....	142

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Bagan 2.1 Strategi Marketing Politik .....	37
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Proses Perencanaa Kampanye .....	38
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran (modifikasi peneliti) .....	54
Gambar 3.1 Calon Bupati .....	61
Gambar 3.2 Calon Wakil Bupati .....	62
Gambar 3.3 Peta Kabupaten Maluku Tengah .....	73
Gambar 4.1 Stiker Calon Kandidat .....	91
Gambar 4.2 Foto Kegiatan Kampanye Kandidat .....	103
Gambar 4.3 Bagan Strategi Memilih Isu Kampanye .....	125
Gambar 4.4 Bagan Strategi Memilih Pesan saat Kampanye .....	134
Gambar 4.5 Bagan Strategi Memilih Tema saat Kampanye .....	139
Gambar 4.6 Bagan Strategi Memilih Massa Pendukung saat Kampanye .....	151
Model 4.7 Strategi Kampanye Kandidat Modifikasi peneliti .....	160

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Demokrasi bangsa Indonesia menjadi landasan pokok sistem politik nasional sebagaimana tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Tahun 1945 diterjemahkan sangat terbuka. Hal itu tampak eksplisit dalam rekrutmen pemimpin di Negara Indonesia, baik sebagai pemimpin nasional maupun pemimpin lokal. Keterburukan dalam menerjemahkan inilah yang mendorong terjadi perubahan-perubahan dalam sistem pemilihan kepala daerah di Indonesia.

Undang-Undang No.32/2004 menyebutkan bahwa seluruh Kepala Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota dipilih melalui pemilihan langsung. Pemilihan kepala daerah secara langsung memberikan optimisme kepada publik akan membaiknya kualitas kepemimpinan di daerah. Mekanisme pemilihan kepala daerah secara langsung diyakini lebih baik dari pada dipilih dalam sistem perwakilan atau melalui DPRD.

Perubahan konstelasi sistem pemilihan ini menyebabkan semua pihak terutama dikalangan para politisi dan elit daerah harus memasang kuda-kuda dengan baik jika mau ikut bertarung dalam pemilihan daerah. Pemilu merupakan ajang paling passif, bebas (*free*) dan adil untuk menentukan partai dan tokoh yang berhak mewakili rakyat.

Dalam Pemilu setiap orang dihargai sama. Dengan demikian siapapun yang terpilih paling banyak, dianggap memiliki sumber dukungan yang juga lebih banyak dibandingkan yang lainnya. Keyakinan khalayak untuk mendukung sang calon banyak tergantung pada upaya calon Bupati dan Wakil Bupati untuk menyebarluaskan profil, visi dan misi pada pelaksanaan kampanye sebagai bagian dari kegiatan Pemilu.

Pelaksanaan pilkada langsung di Indonesia berangkat dari sebuah landasan berpikir yang ideal, yakni melakukan pemilihan secara demokratis sehingga dapat melahirkan pasangan eksekutif yang berkualitas dan mampu mengelola pemerintah secara lebih efektif, efisien, dan produktif serta mampu mensejahterakan seluruh masyarakat. (Hikma, 2010:164)

Demokrasi perwakilan sangat tergantung pada pemilu. Pemilu bukan hanya seharusnya mencerminkan kehendak rakyat dan mengintegrasikan warga negara ke dalam proses politik saja, melainkan juga melegitimasi dan mengontrol kekuasaan pemerintahan. Salah satu perubahan sistem rekrutmen pemimpin di Indonesia adalah pemimpin kepala daerah. Secara umum sejak masa kolonial sampai era orde baru, pemilihan kepala daerah lebih didominasi elit politik.

Padahal dalam konsepsi politik Indonesia, kepala daerah adalah jabatan politik atau jabatan publik yang di dalamnya melekat mekanisme dan nilai-nilai demokratis (terbuka dan akuntabel) dalam proses pemilihan, pertanggung jawab tugas, serta pemberhentian. (Prihatmoko, 2005:34)

Keberhasilan calon Bupati dan Wakil Bupati dalam kemenangan pada pemilihan kepala daerah menghantarkannya menduduki jabatan kepala daerah dikarenakan dukungan dari para pemilih (*voters*) semata-mata. Kemenangan yang diraih calon Bupati dan Wakil Bupati tersebut, tidak terlepas dari strategi pemenangan yang didesainnya sejak awal sebelum dihelatnya pilkada tersebut.

Strategi kampanye dalam pemilihan kepala daerah merupakan bagian dari strategi politik. Dimana merupakan strategi untuk mewujudkan cita-cita politik. Kampanye pemilihan umum bertujuan mengubah dan memperkuat perilaku masyarakat dalam memilih kandidat atau partai politik tertentu. Dalam negara demokrasi, politik merupakan perebutan kekuasaan dan keputusan, yaitu keputusan tentang siapa memperoleh bagian apa, kapan dan berapa besar. (Pito,Efriza,Fasyah, 2013:186).

Menurut Peter Schroder (2004:7), sebuah bentuk strategi politik yang khusus adalah strategi pemilu. yang dimaksud disini adalah memperoleh hasil yang baik dalam pemilu. Pemilihan kepala daerah tidak terlepas dari perencanaan, tim sukses dan kandidat yang merancang isu dan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak, tentu hal ini akan meraih kemenangan yang maksimal. Strategi ini perlu dipikirkan oleh setiap kontestan karena pesaing juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik. Sementara itu, cara masyarakat menentukan pilihannya juga tergantung pada karakteristik bersangkutan.(Firmanzah, 2012:109)

Pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah dilakukan dalam dua putaran pemilihan, dimana pada saat pemilihan putaran pertama diikuti oleh enam (6) kandidat calon pasangan Bupati dan Wakil Bupati antara lain : Pertama, Drs. Jusuf Latuconsina dan drg. Liliane Aitonama. Kedua, Ir. Hamza Sangadji dan Drs. Melkias Mozes Lohy, MT. Ketiga, dr. Muhamad Makmur Tamani dan PH, Hallatu, S.Sos. Keempat, Abua Tuasikal, SH dan Marlatsu L. Leleury, SE. Kelima,

Luthfi Sanaky, SH. MH dan Nancy Purmiasa, S.Pd. Keenam, Hj. Anna Latuconsina dan Chirstian Leihitu, SH. M.Sc.

Pilkada Kabupaten Maluku Tengah putaran pertama dimenangkan oleh dua kandidat pasangan Bupati dan Wakil Bupati antara lain pasangan Yusuf Latuconsina - Lilian Antoni dan pasangan Abua Tuasikal - Marlatsu Leleury setelah dilakukan perhitungan suara oleh KPUD Kabupaten Maluku Tengah.

Sebuah kampanye yang sukses dapat terjadi ketika sejak awal kita berhasil mengakui suatu masalah dan mengidentifikasi masalah tersebut, mengidentifikasi tujuan atau solusi dan terakhir kita dapat menciptakan perubahan dan mendapat *Political will* untuk mengatasi perubahan-perubahan tersebut. Semua perencanaan kampanye selalu membayangkan menetapkan strategi kampanye ibarat menggambarkan sebuah peta teoritorial sebagai “medan tempur” yang harus direbut dalam suatu peran. (Liliweri, 2011:686)

Keberhasilan kampanye pasangan Bupati dan Wakil Bupati Maluku Tengah Abua Tuasikal dan Marlatsu Leleury dalam pilkada Kabupaten Maluku Tengah 2012 lalu tidak terlepas dari kesuksesan dalam mendesain program kampanye. yang dimaksud dengan mendesain kampanye disini adalah para Tim sukses sangat berperan penting dalam pelaksanaan hajatan akbar lima tahun sekali. Sebuah kegiatan pemasaran politik sedapat mungkin diawali dengan kegiatan pembentukan tim kerja yang biasa disebut “Tim sukses”.(Cangara, 2011:226). Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati ini mempunyai visi dan misi yang sama dengan partai politik yang mendukungnya yaitu. “mewujudkan Kabupaten Maluku Tengah yang lebih berkualitas, sejahtera, damai dan berkeadilan.

Misi kami membangun masyarakat Maluku Tengah yang lebih sehat cerdas dan profesional, memperkuat perekonomian Kabupaten Maluku Tengah yang berkualitas, mewujudkan Kabupaten Maluku Tengah yang lebih rukun harmonis dan berbudaya serta pemerataan pembangunan untuk semua kalangan/orang dan wilayah, dan melanjutkan beberapa program Pemerintah Kabupaten Maluku Tengah saat ini.<sup>1</sup>

Adapun beberapa partai pendukung pasangan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Maluku Tengah sehingga bisa menghantarkan mereka menduduki kepala daerah antara lain, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Gerindra, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Merdeka.

Kekompakan parpol koalisi pemenangan Pasangan Bupati dan Wakil Bupati Abua – Marlalu tersebut bukan sebagai suatu yang semu, hal tersebut tercermin dalam setiap gerakan kandidat selalu didampingi parpol. Selain ada tim koalisi parpol, katanya, ada juga tim relawan pemenangan Pasangan Bupati Abua-Marlatu. Antara tim koalisi dan relawan telah terbangun suatu kekompakan gerakan. “Semuanya bergerak searah untuk memenangkan Pasangan Bupati dan Wakil Bupati Abua Tuasikal - Marlalu Leleury Sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Maluku Tengah.<sup>2</sup>

Selain koalisi dari partai politik yang mengusung pasangan Bupati dan Wakil Bupati Abua Tuasikal-Marlatu Leleury mendapat dukungan kekuasaan mantan Bupati Maluku Tengah Abdulah Tuasikal telah menjabat selama dua periode tak lain adalah adik kandung dari pasangan Bupati Abua Tuasikal. Dengan adanya dukungan yang begitu besar tersebut tentunya menjadi salah satu modal yang kuat bagi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Abua Tuasikal-Marlatu Leleury bila dibandingkan dengan pasangan-pasangan calon yang lain.

<sup>1</sup> [http://m.iyaa.com/berita/regional/sulawesi\\_indonesia\\_timur/1242935\\_3119.html](http://m.iyaa.com/berita/regional/sulawesi_indonesia_timur/1242935_3119.html) diunduh Sabtu, 23 November 2013, pukul 15.20 WIB

<sup>2</sup> [http://www.radiodms.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=785:tuasikal-abua-marlatu-leleury-menang-pilkada-malteng&catid=50:maluku&Itemid=189](http://www.radiodms.com/index.php?option=com_content&view=article&id=785:tuasikal-abua-marlatu-leleury-menang-pilkada-malteng&catid=50:maluku&Itemid=189) unduh sabtu, 16.November 2013 pukul 04.30 WIB

Menjelang pelaksanaan pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah 2012 yang lalu, berbagai cara telah digunakan oleh para tim sukses baik yang berasal dari partai pengusun, pendukung, maupun relawan. Dalam pelaksanaan kampanye tanggal 26 maret 2012 pasangan ini sangat mengoptimalkan segala kekuatan yang dimiliki.

Kampanye yang dilakukan pasangan Abua Tuasikal-Marlatu Leleury menggunakan dua sistem kampanye yaitu kampanye terbuka dan kampanye tertutup. Program lima tahun kedepan pasangan Bupati dan Wakil Bupati sangat berpengaruh terhadap sikap pemilih. Program kerja dianggap sangat berpihak kepada masyarakat sehingga memudahkan langkah pasangan Bupati Abua Tuasikal dan Wakil Bupati Marlatu Leleuri dalam melakukan kampanye diberbagai kota/kecamatan sampai pelosok desa.

Dalam menghadapi pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah, Strategi politik dan pendekatan oleh tim sukses adalah dengan menggunakan pendekatan interpersonal, artinya tim sukses dan partai pendukung melakukan berbagai kegiatan sosialisasi secara tatap muka terhadap masyarakat untuk memperkenalkan pasangan Bupati dan Wakil Bupati kepada masyarakat sehingga nantinya dalam pemilihan para pemilih bisa menentukan dan mencontreng pasangan ini.

Agenda kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan Bupati dan Wakil Bupati Abua Tuasikal - Marlatu Leleury melalui komunikasi politik sangat berperan penting. Komunikasi terarah dan tepat sasaran kepada pemilih dilakukan

oleh komunikator/tim sukses, maka pesan politik yang disampaikan kepada khalayak pasti diterima dengan jelas sehingga tujuan dari komunikasi dapat berjalan sesuai perencanaan.

Penyampaian pesan calon Bupati Maluku Tengah Abua Tuasikal saat berorasi berjanji akan membangun Malteng kedepan dengan mengelola potensi sumber daya alam (SDA) baik laut maupun darat yang dimiliki Kabupaten Maluku Tengah secara profesional demi menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat Maluku Tengah. Calon Wakil Bupati Maluku Tengah Marlato Leleury dalam orasinya menyampaikan, jika kepercayaan masih diberikan oleh masyarakat Maluku tengah, maka kedepan kesejahteraan masyarakat akan lebih diprioritaskan melalui penguatan dan peningkatan pemberdayaan masyarakat dari segala sektor.<sup>3</sup>

Dalam komunikasi politik, strategi pesan politik merupakan hal yang sangat penting. Pesan yang akan diangkat harus sesuai dengan isu-isu politik yang berkembang dalam masyarakat. Selain itu, pesan politik juga harus mampu membuka dan mengungkapkan tentang telah terjadinya suatu masalah yang sedang dihadapi masyarakat. (Firmanzah, 2012:261)

Untuk menunjang keberhasilan tersebut perlu adanya juru kampanye yang handal dan berpengalaman dalam berkomunikasi kepada para pendengar sehingga minat dari penyampain pesan bisa diterima masyarakat, untuk itu juru kampanye yang didatangkan pasangan Abua Tuasikal-Marlato Leleury merupakan juru kampanye yang berpengalaman dalam berkampanye. Karena jika suatu proses kampanye tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator (juru kampanye).

---

<sup>3</sup> . [http://m.iyaa.com/berita/regional/sulawesi\\_indonesia\\_timur/1242935\\_3119.html](http://m.iyaa.com/berita/regional/sulawesi_indonesia_timur/1242935_3119.html) unduh Sabtu, 23 November 2013, pukul 11.24 WIB

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seseorang juru kampanye, (Hafied Cangara.2011:239) yakni: (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kreadibilitas*), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).

Program kampanye tersebut adalah bagian dari segmentasi yang digunakan pasangan Bupati dan Wakil Bupati untuk merangkul segmen-segmen pemilih yang ada. Sehingga dapat mencontreng pasangan tersebut dalam pilkada Kabupaten Maluku Tengah tahun 2012 lalu. Segmentasi sangat diperlukan untuk menyusun program kerja partai, pesan politik, kampanye politik terutama cara berkomunikasi dan membangun interaksi dengan masyarakat. Sama halnya ketika seorang calon Bupati dan calon Wakil Bupati melakukan kegiatan kampanye terlebih dahulu mencari, menyerap dan mengelola informasi tentang kondisi yang ada dalam masyarakat. Hal ini merupakan suatu cara terpenting karena dalam masyarakat terdapat berbagai lapisan dengan segmentasi masyarakat yang berbeda.

Secara spesifik Zulkarimein Nasution (2007) mengatakan, kampanye ibarat sebuah pasar raksasa yang terbuka, para penjual akan menawarkan dagangan masing-masing, tentu dengan cara-cara yang juga diupayakan paling menarik. Dalam situasi seperti ini, para pembeli memang memiliki posisi tawar yang cukup kuat. Berhubung jumlah barang cukup banyak, sedangkan barang yang mereka tawarkan relatif sama, maka proses menuju terjadinya transaksi tentulah merupakan sesuatu yang cukup menarik.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>.Zulkarimein.blogspot.com/2004/01/partai-partai-mau-jual-isu-apa.html. unduh rabu, 4 November 2013. Pukul 13.52 WIB

Dalam studi perencanaan komunikasi dikenal beberapa langkah yang harus ditempuh dalam pelaksanaan sebuah kampanye.

Assifi dan French (1982) menyusun delapan langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi untuk kampanye, yakni : (1) menganalisis masalah, (2) menganalisis khalayak, (3) merumuskan tujuan, (4) memilih media, (5) mengembangkan Pesan, (6) merencanakan produk media, (7) merencanakan manajemen program, (8) monitoring dan evaluasi. dalam (Cangara, 2011:232)

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji strategi kampanye yang dilakukan oleh calon Bupati Abua Tuasikal dan Wakil Bupati Marlatsu Leleury dalam pilkada Kabupaten Maluku Tengah, yang didukung oleh beberapa partai koalisi dan tim sukses/tim pemenang sehingga bisa memperoleh suara yang maksimal dari para pemilih. Penulis memilih Kabupaten Maluku Tengah, karena penulis melihat bahwa Kabupaten Maluku Tengah Merupakan Kabupaten tertua yang ada di Provinsi Maluku sehingga menarik peneliti untuk mengkaji kampanye pasangan calon Bupati Abua Tuasikal dan calon Wakil Bupati Marlatsu Leleury di Kabupaten tersebut.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka yang menjadi fokus penelitian adalah Bagaimana strategi kampanye calon pasangan Bupati Abua Tuasikal dan Wakil Bupati Marlatsu Leleury pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah 2012.

### **1.3 Pertanyaan penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian, maka dipertanyakan :

1. Bagaimana memilih isu, tema, dan pesan pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah 2012 ?
2. Bagaimana memilih lokasi dan massa pendukung yang tepat pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah 2012 ?
3. Bagaimana memilih jurkam yang tepat pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah 2012 ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis memilih isu, tema dan pesan pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah tahun 2012.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis memilih lokasi dan massa pendukung yang tepat pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah tahun 2012.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis memilih jurkam yang tepat pada kampanye pilkada Kabupaten Maluku Tengah tahun 2012.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Keilmuan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat keilmuan sebagai upaya pengembangan teori-teori komunikasi khususnya

komunikasi politik baik yang bersifat pendalaman, pengayaan dan pengembangan terhadap teori-teori yang sudah ada.

#### 1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis berupa informasi dan temuan-temuan yang dihasilkan sehingga bisa memberikan kontribusi sebagai bahan rujukan, kajian, serta sebagai bahan untuk melakukan strategi kampanye bagi para calon Bupati dan calon Wakil Bupati untuk mengikuti pemilihan kepala daerah di Kabupaten Maluku Tengah dan daerah-daerah lain.

#### 1.6 Alasan penelitian

Peneliti menggunakan studi kasus dalam penelitian ini dengan maksud untuk melihat bagaimana keunikan Strategi Kampanye Pasangan Bupati dan Wakil Bupati pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah 2012.

1. Strategi kampanye pasangan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Maluku Tengah dilakukan dalam dua (2) putaran.
2. Pasangan calon Bupati Abua Tuasikal dan Marlata Leleury di dukung oleh beberapa partai politik.
3. Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati dari kedua agama Islam – Kristen.

4. Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati menggunakan isu dan pesan politik kepada masyarakat yaitu dengan melanjutkan program-program pemerintahan sebelumnya.

### **1.7 Pembatasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas sehingga dapat mengaburkan penelitian. Adapun pembatasan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu menggali lebih dalam dan detail data lapangan secara terperinci.
2. Penelitian di batasi pada penelitian tentang strategi kampanye calon pasangan Bupati Abua Tuasikal dan Wakil Bupati Marlatu Leleury pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Maluku Tengah 2012.
3. Penelitian dilakukan pada Kabupaten Maluku Tengah khususnya Kota Masohi sebagai Kota Kabupaten.