

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Secara konsep *political marketing* yaitu serangkaian aktivitas terencana, strategis, berdimensi jangka panjang, dan jangka pendek yang mana dipraktekkan oleh partai politik untuk menyebarkan makna politik ke pemilih dengan tujuan membentuk dan menanamkan sikap, harapan, keyakinan, orientasi dan perilaku pemilih. Hasil penelitian ini mendeskripsikan data mengenai pemasaran politik pasangan Sujadi dan Handitya Narapati dilihat dari tahap-tahap perencanaan *political marketing* dan pelaksanaan bauran marketing (*product, price, promotion, place*) yang dilakukan pasangan ini.

Analisis dalam penelitian ini didasari atas teori pelaksanaan bauran pemasaran politik yang dikemukakan oleh Firmanzah (2008: 203), bahwa dalam proses pelaksanaan *political marketing* dapat dianalisis menggunakan 4 pendekatan yaitu *product, price promotion, place*.

#### 1. *Product* (Produk Politik)

Secara umum substansi produk politik meliputi tiga hal berikut, yakni:

- a. Partai meliputi: struktur, ideologi, dan visi misi.
- b. Platform meliputi: program kerja, isu dan kebijakan publik.

- c. Figur kandidat dan orang-orang dibelakang kandidat, baik saat ini maupun yang akan membantu kandidat bila kelak terpilih. (Adman Nursal, 2004:192).

Produk politik disini berarti partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. Produk politik berisi konsep, identitas ideologi, baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Dalam penelitian ini yang menjadi cakupan dari produk politik adalah karakter personal atau *brand image* pasangan Sujadi dan Handitya yang mencakup karakter fisik dan non fisik kandidat.

Strategi produk yang dilakukan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada Pemilu Pringsewu 2011, dengan menawarkan visi, misi, dan program. Berdasarkan kondisi, tantangan, potensi dan kebutuhan Pringsewu. Visi Pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada pencalonan sebagai Bupati dan Wakil Bupati periode 2011-2016:

“ Terwujudnya Pringsewu sebagai kabupaten agrobisnis dan jasa yang sejahtera, cerdas, sehat, berprestasi, dan bertaqwa dengan dukungan masyarakat dan pelayan publik yang baik.”

Misi Pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada pencalonan sebagai Bupati dan wakil Bupati Pringsewu Periode 2011-2016:

1. Meningkatkan pembangunan pertanian, sektor jasa dan ketersediaan kebutuhan masyarakat.
2. Mewujudkan pendidikan yang berkualitas dan terjangkau yang dilandasi oleh keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.

3. Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.
4. Meningkatkan Prasarana dan sarana yang berkualitas sesuai dengan tata ruang.
5. Mewujudkan keselarasan kehidupan beragama, keamanan dan ketertiban sosial.
6. Mengelola sumber daya alam dan lingkungan hidup secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.
7. Menyelenggarakan pemerintahan yang bersih, berwibawa, bertanggung jawab dan partisipatif.
8. Menegakkan supremasi hukum berdasarkan rasa keadilan yang demokratis.

Program-program yang ditawarkan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada masa pencalonan sebagai Bupati dan Wakil Bupati

Pringsewu periode 2011-2016:

Program Misi ke 1:

1. Program peningkatan ketahanan pangan.
2. Program peningkatan kesejahteraan petani.
3. Program pemberdayaan penyuluh pertanian
4. Program pencegahan dan penanggulangan penyakit ternak dan perikanan.
5. Program pengembangan pemasaran pariwisata.
6. Program pengembangan destinasi pariwisata.
7. Program peningkatan kualitas dan produktivitas tenaga kerja.
8. Program peningkatan kesempatan kerja.
9. Program perlindungan dan pengembangan lembaga ketenaga kerjaan.
10. Program penciptaan iklim usaha kecil yang kondusif.
11. Program peningkatan promosi dan kerjasama investasi.
12. Program peningkatan kualitas kelembagaan koperasi.
13. Program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM.
14. Program pengelolaan pasar.
15. Program pengembangan industri kecil dan menengah.

Program Misi ke 2:

1. Program pendidikan anak usia dini.
2. Program wajib belajar pendidikan dasar sembilan tahun.
3. Program pendidikan menengah.
4. Program pendidikan non formal.
5. Program peningkatan mutu pendidikan dan tenaga kependidikan.
6. Program manajemen dan pelayanan pendidikan.
7. Program pengembangan minat dan budaya baca.

8. Program pembinaan dan pemasyarakatan olahraga.
9. Program peningkatan peran serta kepemudaan.

Program Misi ke 3:

1. Program obat dan perbekalan kesehatan yang terjangkau oleh masyarakat.
2. Program perbaikan gizi masyarakat.
3. Program pengadaan, peningkatan dan perbaikan sarana dan prasarana Puskesmas/Puskesmas Pembantu.
4. Program peningkatan keselamatan ibu melahirkan dan anak.
5. Program peningkatan pelayanan kesehatan anak balita.
6. Program pengembangan lingkungan sehat.
7. Program pencegahan dan penanggulangan penyakit menular.
8. Program promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat.
9. Program Keluarga Berencana.

Program Misi ke 4:

1. Program pembangunan jalan dan jembatan.
2. Program pemeliharaan jalan, jembatan dan drainase.
3. Program pembangunan dan pemeliharaan gedung pemerintah/publik.
4. Program pembangunan prasarana dan fasilitas perhubungan.
5. Program perencanaan dan pengendalian tata ruang serta lingkungan.

Program Misi ke 5:

1. Pembinaan dan pemeliharaan terhadap kerukunan kehidupan beragama.
2. Fasilitasi antar forum lintas agama.
3. Program pemberdayaan penyandang masalah sosial.
4. Program pemberdayaan kelembagaan kesejahteraan sosial.
5. Program peningkatan keamanan dan kenyamanan lingkungan.
6. Program pencegahan dini dan penanggulangan bencana.

Program Misi ke 6:

1. Program peningkatan kualitas dan akses informasi sumber daya alam dan lingkungan.
2. Program penyusunan dokumen perencanaan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup.
3. Program pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup.
4. Program pengelolaan ruang terbuka hijau.
5. Program penataan dan pengembangan keindahan.

Program Misi ke 7:

1. Program peningkatan pelayanan aparatur.
2. Program pengembangan komunikasi, informasi, dan media massa.
3. Program peningkatan dan pengembangan pengelolaan keuangan daerah.
4. Program peningkatan sistem pengawasan internal dan pengendalian pelaksanaan kebijakan kepala daerah.
5. Program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur.
6. Program pendidikan kedinasan.
7. Program kerjasama pembangunan.

Program Misi Ke 8:

1. Program penegakan hukum.
2. Program dokumentasi dan informasi hukum.
3. Program pendidikan politik dan hukum bagi masyarakat.
4. Program keserasian kebijakan peningkatan kualitas anak dan perempuan.
5. Program peningkatan peran serta dan kesetaraan gender dalam pembangunan.

Langkah yang ditempuh tim kampanye pasangan Sujadi dan Handitya Narapati dalam memasarkan/mengenalkan pada Pemilukada Pringsewu Tahun 2011 adalah sebagai berikut:

**a. Membangun Citra Baik**

Citra baik seorang kandidat diartikan sebagai kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta atau kenyataan. Pembangunan citra diri kandidat dimata publik merupakan langkah awal untuk mencapai kesuksesan. Sukses dalam pengertian disini yaitu berhasil mendapat tempat dibenak publik. Upaya yang dilakukan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati untuk membangun citra positif pada masyarakat Pringsewu, yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat dan positif, seperti

memperbaiki jalan rusak dengan menebar batu-batu untuk menutupi lubang yang dilakukan pasangan Sujadi pada sekitar pasar Sumber Agung dan Ambarawa Barat. Pasangan ini juga, menjalin hubungan baik dengan masyarakat Kabupaten Pringsewu seperti dengan melakukan bakti sosial pada Pekon Yogyakarta, Kecamatan Gading Rejo yang dipusatkan pada tiga tempat yakni Dusun I, Dusun Jogowiryo dan Dusun Jujukan dengan tujuan kepedulian pasangan Sujadi terhadap kesehatan masyarakat Kabupaten Pringsewu. Kegiatan lainnya yang dilakukan pasangan ini adalah mengunjungi panti asuhan dan pondok pesantren, memberikan pelayanan kesehatan gratis, memberikan bantuan untuk pembenahan rumah warga yang tak mampu, memberikan bantuan air bersih dan ikut berpartisipasi pada acara keagamaan dan pengajian warga.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aris Mulato sebagai Bendahara Tim Kampanye Pasangan Sujadi dan Handitya, tentang penjelasan produk politik khususnya aspek citra baik maka diperoleh penjelasan sebagai berikut:

“...Kami yakin pasangan ini dapat diterima pada masyarakat, karena Sujadi adalah sosok pemimpin yang dirindukan masyarakat. Sujadi jauh dari citra negatif, selama ini terkenal agamis, low profile, dan jujur. Sedangkan Handitya Narapati merupakan sosok pemimpin muda yang energik, itu terbukti pada organisasi dan jabatan-jabatannya, dan beliau mempunyai sosok agamis yang mana adalah pengasuh pondok pesantren.”

(Hasil wawancara 23 Juni 2012)

Memperkuat pendapat Aris Mulato, menurut penjelasan Catur Mei Studi, selaku Koordinator Tim Kampanye Sujadi dan Handitya Tingkat Kecamatan Pringsewu, menyatakan bahwa:

“...Kami melihat Sujadi sebagai sosok yang jauh dari citra negatif. Selain itu, kemampuannya juga sudah teruji. Sujadi merupakan pilihan tepat. Sebagai warga asli Pringsewu, Sujadi tentunya memiliki ikatan emosional yang kuat terhadap Kabupaten Pringsewu. Beliau akan selalu merasa memiliki Kabupaten Pringsewu karena tinggal dan berkiprah di Pringsewu. Beliau jelas akan mengutamakan pembangunan di Kabupaten Pringsewu.” (Hasil wawancara 16 Juni 2012)

Pendapat lain mengenai citra pasangan Sujadi dan Handitya juga disampaikan oleh Buyung Arifin selaku tokoh masyarakat:

“...Baik, sederhana, dan tokoh agama. Sujadi berpengalaman, dalam pemerintahan pernah menjabat Wakil Bupati Tanggamus dan DPD RI. Yang jelas saya mengenal sosok pasangan ini sama seperti saya mengenal sosok pasangan Ririn dan pasangan Abdullah Fadry Auli.” (Hasil wawancara 19 September 2012)

Berdasarkan penjelasan informan diatas maka diketahui bahwa tim kampanye disini, menjaga citra baik pasangan Sujadi dan Handitya Narapati yang telah terbentuk. Kesuksesan dalam Pemilukada akan diperoleh apabila tim kampanye mampu mengelola, merancang, menjual citra positif kandidat, dan program yang sesuai keunikan, kompetensi, dan prestasi kandidat kepala daerah sebagai pemimpin.

Jadi kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan informan-informan. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan tim kampanye dalam membangun citra baik kandidat, adalah:

1. Membangun citra melalui media massa, karena ini merupakan langkah awal yang sangat penting untuk menjaga citra baik yang telah dimiliki dan juga untuk meraih popularitas, simpati dari masyarakat Kabupaten Pringsewu.
2. Melakukan hubungan baik dengan media massa untuk membangun citra positif, karena ini adalah salah satu cara untuk membentuk opini publik. Jika opini publik sudah terbentuk, maka sangat dimungkinkan bagi masyarakat Kabupaten Pringsewu akan memberikan suaranya pada saat pemilihan.
3. Dalam pembentukan citra positif, kandidat kepala daerah akan dihadapkan dengan *issue* seputar kredibilitas, masa lalu, politik, pribadi dan sebagainya. Jadi hal yang diperlukan tim pemenang Sujadi dan Handitya adalah harus dapat menjaga dengan baik citra positif yang sudah diketahui pada masyarakat atau yang sedang dibangun.

#### **b. Mengetahui Kekuatan dan Kelemahan**

Sebelum proses kampanye dilaksanakan, tim kampanye terlebih dahulu menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pasangan Sujadi dan Handitya. Kekuatan dan kelemahan ini menjadi penting, karena ini merupakan fondasi untuk menang dalam Pemilu Kabupaten Pringsewu 2011. Menurut Penjelasan Zulmar sebagai Koordinator



Relawan Tim Kampanye Pasangan Sujadi dan Handitya, diperoleh sebagai berikut:

“...Kekuatan kami mengapa pada saat itu optimis untuk memenangkan, karena pasangan yang kami calon didukung oleh partai PKS dan didukung oleh partai lainnya seperti PDIP, PKPI, Partai Demokrat, PKNU. Selain itu juga citra baik Sujadi dan Handitya di mata masyarakat Kabupaten Pringsewu. Soal kelemahan itu tidak nampak, buktinya kami berhasil unggul dari pasangan yang lain.”

(Hasil wawancara 20 Juni 2012)

Memperkuat pendapat Zulmar, menurut penjelasan Edi Suseno, Koordinator Tim Kampanye Tingkat Kecamatan Ambarawa, diperoleh keterangan:

“...Sujadi seorang kyai, pemimpin pondok pesantren, mantan Wakil Bupati Tanggamus, dan agamis. Handitya pengasuh pondok pesantren, pengalamannya tidak diragukan dalam berorganisasi, memimpin perusahaan. Melihat dari keunggulan itu, saya yakin pasangan ini dapat memimpin Kabupaten Pringsewu kearah yang lebih maju. Kelemahan saya rasa, tidak begitu nampak pada sosok pasangan ini.” (Hasil wawancara 3 Juli 2012)

Sementara itu tokoh masyarakat, Buyung Arifin menyatakan bahwa keunggulan dan kelemahan pasangan sujadi dan Handitya, yaitu:

“...Keunggulannya jaringan dan mesin partai yang solid dan didukung beberapa kekuatan politik (Sjahroedin ZP ayah dari Handitya Narapati). Sujadi sosok yang tidak asing bagi masyarakat Pringsewu. Kelemahannya waktu yang terlalu singkat tentang kepastian Sujadi akan maju sebagai calon kepala daerah. Pada saat pendaftaran calon ke KPUD Pringsewu, Sujadi belum menentukan akan maju berpasangan dengan siapa, dulu beliau merencanakan akan maju dengan PDIP tapi partai ini belum menentukan calon. Jadi waktu yang dipakai Sujadi untuk turun sosialisasi ke bawah itu sangat kurang.” (Hasil wawancara 19 September 2012)

Pendapat sedikit berbeda dikemukakan oleh Handoyo selaku masyarakat, menyatakan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pasangan Sujadi dan Handitya adalah:

“...Kekuatannya didukung oleh 5 partai besar (PDIP, Demokrat, PKS, PKNU, PKPI) dan kekuatan terbesar terletak pada Handitya Narapati yang didukung oleh Gubernur Lampung yang mana itu adalah ayahnya. Kelemahan/kejelekan pasangan ini mungkin dalam memenangkan melakukan politik uang (*money politic*) kepada masyarakat. Banyak keterlibatan aparat pemerintah dalam kemenangan, seharusnya itu tidak dibenarkan aparat pemerintah (PNS) yang dijadikan Tim Sukses.”  
(Hasil wawancara 31 Juli 2012)

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pasangan Sujadi dan Handitya Narapati mempunyai kelebihan dan kekurangan pada saat Pemilukada Kabupaten Pringsewu Tahun 2011 yang telah dilaksanakan, akan tetapi tim kampanye mengetahui bagaimana cara mengolah kelebihan dan kekurangan yang dimiliki pasangan ini. Kelebihannya terletak pada Gubernur Lampung (Sjahroedin ZP yang merupakan Ayah dari Handitya) dan didukung oleh tim kampanye yang solid dan mesin partai yang kuat (PDIP, PKS, Demokrat, PKNU, PKPI).

Kelemahannya atau keburukannya terletak pada waktu yang terlalu singkat tentang kepastian Sujadi akan maju sebagai calon kepala daerah sehingga menyebabkan Sujadi untuk turun sosialisasi ke bawah itu sangat kurang. Keburukan lainnya terletak pada anggapan masyarakat bahwa dalam memenangkan Pemilukada Pringsewu Tahun 2011, pasangan Sujadi dan Handitya Narapati melakukan

politik uang (*money politic*) kepada masyarakat dan banyak keterlibatan aparat pemerintah dalam pemenangan.

Kelemahan dan keburukan yang dimiliki pasangan Sujadi dan Handitya juga dipertegas, dari sumber media yang mengatakan:

“...Pasangan Sujadi-Handitya Narapati menggunakan mesin birokrat dan aparat yang dikenal dengan nama “Tim Pelangi” yang bertugas memenangkan pasangan tersebut. Tim pelangi merupakan tim bayangan diluar tim kampanye yang didaftarkan di KPU dan tim ini sengaja dibuat untuk meng-cover segala aktifitas untuk memenangkan pihak terkait. Selain itu, aparat penegak hukum juga dituding telah bertindak untuk mengamankan dan memenangkan pasangan Sujadi-Handitya. Caranya, seluruh Panwas di kecamatan diberi penjelasan sekaligus didoktrin agar mendukung pasangan Sujadi-Handitya.

Sementara pelanggaran yang bersifat massif dilakukan dengan politik uang adalah mobilisasi masa dengan mengangkut masyarakat pemilih pada saat hari tenang dengan alasan untuk diajak piknik. “Setelah masyarakat terkumpul dan dibawa, dilakukan pembagian uang yang besarnya antara Rp 100-200 ribu dengan perjanjian harus memenangkan pasangan nomor urut lima (Sujadi-Handitya)”

Sumber:[http://www.jpnn.com/read/2011/10/17/105857/Gubernur-Lampung-Disebut-Curangi-Pilkada-Pringsewu-](http://www.jpnn.com/read/2011/10/17/105857/Gubernur-Lampung-Disebut-Curangi-Pilkada-Pringsewu)  
diakses pada Rabu 1 Agustus 2012 jam 09:43 WIB)

Keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pasangan Sujadi dan Handitya Narapati dianggap penting oleh masyarakat karena mendorong pemilih untuk menjatuhkan pilihan politiknya, sehingga pasangan ini menang dalam Pemilukada Pringsewu Tahun 2011.

**c. Menganalisis Persaingan, Posisi Pesaing dan Kekuatan Lawan Politik**

Menurut penjelasan, Aris Mulato sebagai Bendahara Tim Kampanye

Pasangan Sujadi dan Handitya, diperoleh keterangan sebagai berikut:

“...Sangat kompetitif, posisi pesaing tak terlalu dipikirkan. Kompetitor yang mengancam pasangan kami adalah pasangan Ririn dan Subhan. Sudah jelas alasannya, karena Ririn merupakan putra daerah kabupaten Pringsewu, sebagai orang Ambarawa dan keluarganya banyak tinggal di sana. Dan juga basis partainya kuat, mampu menggalang massa pemilih.”

(Hasil wawancara 23 Juni 2012)

Pendapat yang sedikit berbeda disampaikan Zulmar sebagai

Koordinator Relawan Tim Kampanye Pasangan Sujadi dan Handitya,

adalah:

“...Semua bisa terjadi tetapi posisi pesaing kami khawatirkan. Karena lawan politik (Balonbup) pasangan kami banyak yang asli putra daerah. Faktanya adalah bahwa Sinung Gatot Wiryono, putra kelahiran Pringsewu, lama di luar daerahnya yang kini warga Gadingrejo. Ririn Kuswantari, S.Sos. sebagai orang Ambarawa dan keluarganya banyak tinggal di sana. Kemudian Abdullah Fadri Auli, warga Bandar Lampung, namun keluarga banyak tinggal di Pagelaran.” (Hasil wawancara 20 Juni 2012)

Menurut penjelasan Buyung Arifin selaku tokoh masyarakat,

diketahui bahwa:

“...Bersaing dengan pasangan Ririn. Dalam pertarungan pada pemilukada Pringsewu 2011 ini merupakan pertarungan 2 dinasti partai politik (PDIP vs GOLKAR), yang mana selama Pemilukada sebelumnya mereka belum pernah sama sekali untuk berkoalisi. Sujadi dan Handitya dibelakangnya ada Sjahroedin ZP (Ketua DPD PDIP, Gubernur Lampung, Ayah dari Handitya Narapati). Ririn dan Subhan dibelakangnya ada Wendi melfa (suami ririn, mantan bupati Lampung Selatan) dan Alzier (Ketua DPD Golkar).”

(Hasil wawancara 19 September 2012)

Kesimpulan akhir penulis simpulkan, tahap kegiatan dari pelaksanaan bauran marketing khususnya pada strategi *product* yang dilakukan tim pemenang adalah dengan menawarkan visi, misi, dan program kepada masyarakat, serta menjaga *image* (citra baik) yang telah dimiliki pasangan ini pada masyarakat. Selanjutnya, strategi pemasaran produk yang dipakai tim kampanye dalam mengenalkan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati kepada pemilih, salah satunya adalah memahami keinginan pemilih dan membina hubungan baik pada pemilih dengan harapan terbangun kepercayaan dan memperoleh dukungan suara mereka. Setelah terbentuknya hubungan baik antara pasangan Sujadi dan Handitya Narapati dengan pemilih, selanjutnya tim kampanye memetakan kekuatan dan kelemahan posisi calon pesaing dalam persiapan pada Pemilu Kabupaten Pringsewu Tahun 2011.

Berdasarkan sumber dari informan-informan diatas secara menyeluruh penulis simpulkan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada Pemilu Kabupaten Pringsewu Tahun 2011, bersaing sangat kompetitif dengan kandidat-kandidat putra asli daerah Pringsewu seperti Sinung Gatot Wiryono, Abdullah Fadri Auli, dan Ririn Kuswantari. Pada strategi produk, perlu diperhatikan bahwa kemenangan Sujadi dan Handitya, salah satunya tidak terlepas dari andil tim kampanye yang mampu memetakan perhitungan kekuatan lawan politik dan faktor lain yang menyebabkan pasangan ini berhasil menang dikarenakan mendapat dukungan 5 partai besar (PDIP, PKS, Demokrat, PKNU, PKPI) yang mana partai tersebut sangat

berpengaruh pada parlemen Kabupaten Pringsewu, serta peran Gubernur Lampung dibelakang layar yang digunakan sebagai strategi produk oleh tim kampanye dalam memenangkan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pringsewu Tahun 2011.

Tabel 5. Pendapat Tentang *Product* (Produk Politik)

NO	Nama	Citra Baik	Keunggulan dan Kelamahan Dalam Memasarkan	Teknik memasarkan Sujadi dan Handitya	Persaingan dan Pesaing Kuat
1.	Aris Mulato	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dimiliki dan jauh dari citra negatif.</li> <li>• Sosok agamis dan jujur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Menampung aspirasi dengan turun langsung ke masyarakat.</li> <li>• Kelemahan: Tidak dimiliki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan kampanye akbar pada lapangan kuncup.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sangat Kompetitif</li> <li>• Pasangan Abdullah Fadri Auli dan Tri Parwoto, Pasangan Ririn Kuswantari dan Subhan Efendi.</li> </ul>
2.	Zulmar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dimiliki</li> <li>• Sosok ulama dan putra daerah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Didukung oleh Partai PKS, PDIP, PKPI, Demokrat dan PKNU.</li> <li>• Kelemahan: Tidak nampak pada pasangan ini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensif direct selling pasangan Sujadi dan Handitya pada masyarakat.</li> <li>• Kampanye pada lapangan kuncup.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetitif</li> <li>• Putra daerah (Sinung Gatot Wiryono, Ririn Kuswantari, Abdullah Fadri Auli).</li> </ul>
3.	Catur Mei Studi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dimiliki, jauh dari citra negatif</li> <li>• Putra daerah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Sosok pasangan Sujadi dan Handitya dikenal masyarakat</li> <li>• Kelemahan: Tidak dimiliki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turun langsung kemasyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersaing ketat dengan pasangan Ririn dan Subhan.</li> </ul>

4.	Dudi Mulyadi Prasajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimiliki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Sosok yang dikenal.</li> <li>• Kelemahan: Tidak dimiliki.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanye terbuka</li> <li>• Mengadakan program-program dan kegiatan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersaing ketat dengan pasangan Ririn dan Subhan.</li> </ul>
5.	Edi Suseno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimiliki</li> <li>• Sosok agamis, sederhana dan dikenal masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Sosok yang dikenal.</li> <li>• Kelemahan: Tidak dimiliki.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turun langsung ke masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetitif</li> <li>• Bersaing ketat terjadi pada pasangan Ririn dan Subhan.</li> </ul>
6.	M. Ali Khan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimiliki</li> <li>• Sosok agamis, sederhana, tokoh agama, berpengalaman</li> <li>• Dikenal masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Jaringan dan mesin partai yang solid.</li> <li>• Kelemahan: Waktu yang sedikit untuk sosialisasi pengenalan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan media publikasi yang didukung mesin partai dan tim sukses yang solid.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetitif dan bersaing sangat ketat dengan pasangan Ririn dan Subhan.</li> </ul>
7.	Irwan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sujadi Tokoh nahdlatul Ulama dan Handitya ketua PHRI Lampung.</li> <li>• Sosok yang dikenal masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Didukung kekuatan besar partai politik (PDIP, PKS, Demokrat, PKNU, PKPI) dengan total 43 persen di</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosialisasi/ kampanye pengenalan dengan memasang banner, spanduk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih dominan bersaing dengan pasangan Ririn dan Subhan.</li> </ul>



		Pringsewu	<p>DPRD pringsewu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelemahan: dalam memenangkan melakukan kecurangan dengan memobilisasi kepala desa dan aparat pemerintah. Kemungkinan melakukan manipulasi DPT</li> </ul>		
8.	Handoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sederhana, Agamis, dan tokoh masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunggulan: Didukung oleh 5 partai besar (PDIP, PKS, Demokrat, PKNU, PKPI) dan didukung Gubernur lampung</li> <li>• Kelemahan: Kemungkinan melakukan <i>money politic</i>.</li> </ul> <p>Banyak keterlibatan aparat pemerintah dalam proses memenangkan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempublikasikan dengan sticker, banner spanduk yang diletakkan pada tempat strategis pada pekon.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersaing sangat ketat dengan pasangan Ririn dan Subhan.</li> </ul>

## 2. Price (Biaya Politik)

Pemahaman harga dalam konteks politik dapat dimodifikasi sebagai kemampuan dan kesedian anggota partai dan konstituen dalam memberikan pengorbanan material dan beban psikologis untuk disumbangkan kepada partai. Makin tinggi kesediaan berkorban berarti partai politik memiliki harga yang kompetitif, artinya produk diminati walaupun dengan pemberian pengorbanan material dan immaterial bagi pendukungnya. (H.B Widagdo, Doddy Rudianto, Omar Samuel Ichwan, 1999:36)

Memenangkan Pemilu membutuhkan analisis untung rugi dan kalkulasi ekonomi yang akurat yakni bagaimana mengurangi resiko biaya politik yang tinggi. Efisiensi penting dalam memenangkan Pemilu, tim kampanye pasangan Sujadi dan Handitya seharusnya berpikir strategi dan efisien, bagaimana mengurangi resiko dan meningkatkan keuntungan/manfaat. Hal ini diperlukan agar Pemilu dapat dilaksanakan secara efisien bukan sekedar efektif dengan mengurangi kerugian dan kemubaziran yang timbul akibat biaya politik (kampanye) dan ongkos politik dari pasangan Sujadi dan Handitya yang akan semakin besar apabila tim pemenang pasangan tidak dapat mengatur strategi. Jadi langkah yang dibutuhkan tim kampanye Sujadi dan Handitya dalam analisis biaya politik, adalah sebagai berikut:

**a. Mengetahui Biaya Politik (Biaya Kampanye) yang dikeluarkan**

Biaya Politik dalam *marketing* politik menyangkut banyak hal mulai dari ekonomi, psikologis, sampai pada citra. Harga ekonomi yakni biaya yang dikeluarkan dalam kampanye politik kandidat dan biaya yang didapat pemilih dari kandidat. Harga psikologis, yakni kenyamanan pemilih dengan latar belakang (agama, ras pendidikan, etnis,dll) rasa yang didapatkan kandidat dan pemilih. Harga citra, yakni berkaitan dengan kepuasan pemilih terhadap citra yang dimiliki kandidat. (Firmanzah 2008:2007)

Berikut adalah penjelasan dari Aris Mulato selaku Bendahara Tim Kampanye Sujadi dan Handitya, tentang bagaimana biaya politik yang dikeluarkan pasangan Sujadi dan Handitya pada Pemilu pada 2011, adalah:

“...Menurut saya, biaya politik yang dilakukan pasangan kami cukup besar karena periode kampanye kami dalam menggalang suara cukup banyak agenda kegiatan yang dilakukan seperti pengajian dan event-event kejuaran olahraga.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Memperkuat penjelasan Aris Mulato, menurut Zulmar selaku Koordinator Relawan Tim Kampanye Sujadi dan Handitya adalah:

“...Menurut saya pribadi, cukup besar. Tapi saya tidak mengetahui spesifik dana yang telah dikeluarkan.”  
(Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Berdasarkan penjelasan informan diatas, penulis simpulkan bahwa biaya politik yang dikeluarkan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada Pemilu pada Pringsewu 2011, mengeluarkan biaya politik yang besar. Kesimpulan yang penulis peroleh dari penjelasan Aris Mulato dengan mengeluarkan biaya politik yang besar tidak dapat membeli dan mempengaruhi suara pemilih, alasannya karena semakin rasionalnya masyarakat sehingga uang adalah bukan faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan masyarakat. Penjelasan dari Aris Mulato ini juga dikuatkan oleh Zulmar yang menyatakan bahwa kekuatan biaya politik yang tinggi bukan satu-satunya tolak ukur menang dalam Pemilu pada Pringsewu, apalagi untuk membeli suara pemilih.

**b. Biaya Politik Dipakai untuk Kegiatan-Kegiatan Kampanye yang Menarik**

Kegiatan pemasaran politik/kampanye politik, kenyataannya memang menghabiskan banyak biaya, yang mana tujuannya adalah sebagai upaya untuk menarik sebanyak-banyaknya pemilih dan simpatisan. Berikut adalah Hasil wawancara dengan Aris Mulato, tentang kegiatan kampanye yang dilakukan tim kampanye Sujadi dan Handitya demi menarik simpati masyarakat, yaitu:

“...Biaya politik yang kami keluarkan dalam menarik simpati masyarakat adalah biaya dalam membangun infrastruktur seperti pembangunan sumur bor dan rehabilitasi jalan rusak yang ada di pekon-pekon, pelayanan kesehatan gratis, irigasi, pendidikan memberi bantuan tali asih untuk pembenahan rumah warga yang tak mampu.” (Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Pendapat lain yang sedikit berbeda disampaikan oleh Buyung Arifin yang menyatakan:

“...Pengobatan gratis, perbaikan jalan, kegiatan pemuda seperti kejuaran sepak bola, pengajian dan hiburan mengundang artis pada kampanye akbar dilapangan kuncup.”  
(Hasil Wawancara 19 September 2012)

Kesimpulan akhir yang dapat penulis simpulkan tentang tahap bauran marketing yang dilakukan oleh tim kampanye Sujadi dan Handitya pada strategi *price* (biaya politik). Biaya ekonomi yang digunakan untuk membangun citra kandidat dibutuhkan biaya yang sangat besar, terutama dalam membeli perahu partai dan penyelenggaraan kampanye. Berdasarkan pemaparan dari informan diatas, kegiatan yang dilakukan tim kampanye Sujadi dan Handitya demi menarik suara pemilih adalah dengan mengeluarkan biaya politik yang besar.

Tim kampanye memakai biaya itu untuk kepentingan pencitraan baik dimata masyarakat pada pasangan Sujadi dan handitya. Biaya politik yang besar itu digunakan untuk untuk membangun infrastruktur pada tiap pekon seperti pembangunan sumur bor, perbaikan irigasi, rehabilitasi jalan rusak, melakukan pengobatan gratis, membantu pendidikan, pembenahan rumah warga, perbaikan rumah ibadah, dan pengajian. Dalam menarik suara pemilih pemula, tim kampanye melakukan kampanye akbar, dan mengadakan pendidikan politik, hiburan dan kejuaran sepak bola.

Tabel 6. Pendapat Tentang Promotion (Promosi Politik)

NO	NAMA	Segmen Pemilih	Metode Kampanye	Pendekatan Kepada Pemilih Pemula	Penentuan Ormas sebagai Mitra Kampanye	Langkah menjalin Hubungan dengan Tokoh-Tokoh
1.	Aris Mulato	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok pemilih bapak-bapak → Tatap muka langsung(lapangan dan ruangan)</li> <li>• Kelompok pemilih ibu-ibu → pengajian, bakti sosial.</li> <li>• Pemilih pemula → kegiatan seni, olahraga.</li> </ul>	Sosialisasi pengenalan calon dengan memberikan hiburan, seni, dan kegiatan kejuaran olahraga.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemuda Pancasila</li> <li>• Laskar merah putih</li> <li>• Karang taruna</li> </ul>	Menjalin hubungan dengan mengikuti kegiatan dari tokoh pemuda, tokoh agama, tokoh masyarakat.
2.	Zulmar	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok pemilih bapak-bapak → Tatap muka langsung dilapangan terbuka.</li> </ul>	Pendekatan khusus, seperti mengadakan kehiatan olah raga dan melalui IMI medekatkan diri kepada pemilih pemula/remaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Majelis taklim ibu-ibu pengajian.</li> <li>• KNPI</li> <li>• Pemuda Pancasila</li> <li>• IMI</li> </ul>	Sosialisasi langsung pengenalan pasangan Sujadi dan Handitya pada tokoh-tokoh tersebut.
3.	Catur Mei Studi	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok pemilih bapak-bapak → Tatap muka langsung(kampanye)</li> </ul>	Pendidikan politik	Tokoh pemuda, Tokoh Agama, Tokoh masyarakat, Organisasi	Didekati secara personal dan kekeluargaan dari masig-masing

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok pemilih ibu-ibu → pengajian, tabligh akbar.</li> <li>• Pemilih pemula → kegiatan olahraga.</li> </ul>		Kepemudaan Pemuda Pancasila.	tokoh-tokoh tersebut.
4.	Dudi Mulyadi Prasojo	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula.	Bakti sosial, Pengobatan gratis, Pengajian akbar, Kegiatan olahraga	Pendidikan politik	Tokoh pemuda, Tokoh Agama, Tokoh Pemuda, Organisasi Kepemudaan	Menawarkan kegiatan-kegiatan dan program.
5.	Edi Suseno	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula.	Mengikuti metode yang ditentukan ketua tim pemenang.	Sosialisasi, Pendidikan politik	Tokoh pemuda, Tokoh Agama, Tokoh Pemuda, dan relawan masyarakat	Silaturahmi
6.	M. Ali Khan	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula, Organisasi pemuda, Kaum Nahdiyin (NU).	Pemetaan kondisi sosiologis masyarakat.	Pendidikan politik.	Pemuda Pancasila, KNPI	Silaturahmi melalui sosialisasi

7.	Irwan	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan anak-anak muda (pemilih pemula)	Memetakan sesuai segmen menurut kelompok bapak-bapak, ibu-ibu, anak muda.	Pendidikan politik	Karang Taruna, Pemuda Pancasila, Laskar Merah Putih	Pendekatan Khusus
8.	Handoyo	Kelompok pemilih bapak-bapak, ibu-ibu, dan pemilih pemula.	–	Sosialisai dan kampanye	Ketua karang taruna dan anak-anak muda	Silaturahmi, sosialisasi, dan kampanye



### 3. *Promotion* (Promosi Politik)

*Promotion* dalam pemasaran politik menyangkut cara-cara yang digunakan dalam menyebarkan dan mempropagandakan produk-produk politik. Tidak jarang sebuah parpol atau seorang kandidat bekerja sama dengan agen iklan dalam membangun slogan, jargon, dan citra yang akan ditampilkan. (Firmanzah 2008:203)

*Promotion* dalam konteks *political marketing* perlu disikapi dengan hati-hati agar efektif untuk dapat mempengaruhi sikap memilih masyarakat. Ditinjau dari komunikasi politik ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam *promotion* yakni khalayak yang dituju (komunikasikan), pesan yang disesuaikan dengan khalayak yang dituju, serta juru kampanye yang dipilih sesuai dengan karakteristik khalayak dan pesan yang ingin disampaikan.

Tahap yang dilakukan Tim Kampanye Sujadi dan Handitya Narapati dalam *promotion* atau mengenalkan kepada masyarakat Pringsewu, adalah sebagai berikut:

#### a. Memasarkan atau Mengenalkan Sujadi dan Handitya Pada Pemilih.

Sebelum proses pemilihan dilaksanakan, tim kampanye beserta pasangan Sujadi dan Handitya harus memperkenalkan diri kepada pemilih, yang mana tujuannya agar dikenali masyarakat Pringsewu.

Menurut penjelasan Aris Mulato sebagai Bendahara Tim Kampanye Sujadi dan Handitya, diperoleh keterangan sebagai berikut:

“...Kami memasarkan/mengenalkan pasangan Sujadi dan Handitya (Jaya) melalui kampanye akbar pada lapangan Kuncup, Pringsewu Barat. Disitu kami sampaikan orasi berisi program keunggulan yang dimiliki pasangan Sujadi dan Handitya (Jaya). Agar kampanye yang kami lakukan menghibur, menarik dan meriah, kami undang juru kampanye dan artis kondang seperti Group musik legendaries Koes Plus bersaudara, dan Juru Kampanye (jurkam) seperti Zulkifli Anwar dari Partai Demokrat, Gufron Aziz Fuadi dari PKS, Bambang Kurniawan, S.T., yang juga Bupati Tanggamus.” (Hasil wawancara 23 Juni 2012)

Pendapat yang sama disampaikan oleh Zulmar sebagai Koordinator Relawan Tim Kampanye Sujadi dan Handitya, diperoleh keterangan sebagai berikut:

“...Kami intensif melakukan *direct selling* pada masyarakat yang ada pada tiap-tiap pekon di Kabupaten Pringsewu. Tujuan adanya pengenalan pasangan ini kepada masyarakat agar mereka mengenal siapa calon bupatinya. Selain itu kampanye pengenalan calon dilakukan pada lapangan Kuncup, Pringsewu Barat dan lapangan Patoman yang berada pada Pekon Patoman, Kecamatan Pagelaran.” (Hasil wawancara 20 Juni 2012)

Menurut Dudi Mulyadi Prasajo sebagai Koordinator Tim Kampanye Tingkat Kecamatan Gading Rejo, menyatakan bahwa:

“...Kami mengenalkan pasangan Sujadi dan Handitya dengan rangkai kampanye pada lapangan. Dan kami dekatkan diri pasangan kami dengan melakukan perbaikan pada pekon, memberikan pelayanan kesehatan, sosialisasi pada pemilih pemula pentingnya tidak golput dan kami janjikan pembangunan-pembangunan jika pasangan kami terpilih.”  
(Hasil wawancara 7 Juli 2012)

Pendapat lain juga disampaikan Buyung Arifin sebagai tokoh masyarakat, menyatakan bahwa:

“...Pertama, media publikasi yang digunakan untuk mengenalkan/menyebarkan pasangan ini pada Kabupaten Pringsewu. Kedua, mesin partai/tim sukses yang digunakan sudah terbangun solid, baik tingkat atas (pembuat kebijakan) baik ditingkat bawah (pengoperasional di tiap kecamatan, lalu turun ke pekon-pekon). Ketiga, Dalam memasarkan pasangan ini didukung partai inti pengusung (PDIP) dan didukung partai lainnya dalam memenangkan Pemilu pada Pringsewu 2011.”  
(Hasil wawancara 19 September 2012)

Berdasarkan pemaparan informan-informan diatas maka diketahui bahwa secara garis besar dalam memasarkan atau mengenalkan pasangan Sujadi dan Handitya pada masyarakat. Tim kampanye banyak melakukan kegiatan kepada masyarakat, dengan melakukan sosialisasi-sosialisasi pengenalan calon dengan turun langsung ke masyarakat, yang mana tujuannya agar dikenali. Kegiatan yang dilakukan tim kampanye, yaitu: menyampaikan orasi yang berisi kenggulan yang dimiliki pasangan (JAYA) pada lapangan kuncup dan lapangan patoman, *door to door* menemui masyarakat secara langsung dengan mendengarkan keluhan-keluhan, melakukan perbaikan-perbaikan jalan yang rusak pada pekon, memberikan pelayanan kesehatan, dan melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang lainnya.

#### **b. Menentukan Segmen Pemilih yang Akan dijadikan Target Promosi**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aris Mulato selaku Bendahara Tim Kampanye Sujadi dan Handitya, penjelasan yang diperoleh

tentang penentuan segmen pemilih yang akan dijadikan target promosi atau pengenalan adalah sebagai berikut:

“...Target promosi kami semua lapisan masyarakat yang ada diseluruh kecamatan dan pekon di Pringsewu. Dan segmentasi dibedakan kelompok pemilihnya yaitu bapak-bapak, ibu-ibu, pemilih pemula. Karena mereka itulah objek suara yang diperebutkan dalam Pemilukada Pringsewu 2011.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Menurut Zulmar, selaku Koordinator Relawan Tim Kampanye Sujadi dan Handitya, adalah:

“...Yang menjadi target promosi politik adalah semua elemen masyarakat yang ada dikabupaten pringsewu. Yaitu tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, kelompok bapak-bapak, ibu-ibu dan pemilih pemula.” (Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Penjelasan lain dengan memperkuat pendapat Aris Mulato dan Zulmar, disampaikan oleh Buyung Arifin selaku tokoh masyarakat, menyatakan bahwa:

“...Kelompok bapak-bapak, kelompok ibu-ibu, pemilih pemula, dan organisasi kepemudaan.”  
(Hasil Wawancara 19 September 2012)

Berdasarkan penjelasan informan diatas, dapat disimpulkan bahwa sebelum melaksanakan kampanye, terlebih dahulu yang dilakukan harus menentukan segmen-segmen pemilih yang akan dijadikan *targeting* kampanye. Tim kampanye harus menentukan kegiatan yang nantinya akan dijadikan strategi promosi dalam kegiatan pemasaran politik pasangan Handitya dan Sujadi dengan menyesuaikan segmentasi masyarakat pringsewu yang akan dituju.

Menentukan segmentasi pemilih merupakan aktivitas yang sangat penting untuk dilakukan oleh tim kampanye pasangan Sujadi dan Handitya. Tujuan menentukan segmentasi pemilih ini adalah untuk mengetahui identitas dan karakteristik masyarakat yang akan dijadikan sasaran atau target pemasaran politik, serta untuk mengembangkan pendekatan apa yang sesuai digunakan dengan sasaran segmen yang telah ditetapkan.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan dari informan diatas, segmen pemilih yang dimaksud tim kampanye pasangan Sujadi dan Handitya yaitu kelompok bapak-bapak, ibu-ibu dan pemilih pemula (yang telah berusia 17 tahun), organisasi pemuda, tokoh masyarakat, tokoh agama, kaum nahdiyin (NU).

### **c. Menentukan Metode Kampanye untuk Setiap Segmen**

Menurut penjelasan Aris Mulato selaku Bendahara Tim Kampanye Pasangan Sujadi dan Handitya, diperoleh keterangan tentang metode kampanye yang dipakai pada masing segmen adalah sebagai berikut:

“...Metode pemasaran politik (kampanye) untuk kelompok pemilih bapak-bapak kami lakukan dengan kampanye tatap muka langsung yaitu dilapangan, didalam ruangan. Kelompok pemilih ibu-ibu metodenya adalah pengajian, bakti sosial dan untuk pemilih pemula, kami lebih banyak mengadakan sosialisasi dengan mengadakan event-event misalnya kegiatan seni dan olahraga.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Menurut penjelasan Zulmar selaku Koordinator Relawan Tim Kampanye Pasangan Sujadi dan Handitya:

“...Kelompok pemilih ibu-ibu kami mendatangi terkadang kami juga diundang majelis taklim di tempat tempat ibadah untuk sosialisasi dan pendekatan. Disinilah kami bersilaturahmi dan mensosialisaikan calon pemimpin kami di masa mendatang. Kelompok pemilih bapak-bapak biasanya kami mengadakan pertemuan langsung dilapangan terbuka. Kami meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya tidak golput dalam membangun kehidupan demokrasi di Indonesia. Dengan adanya dasar pemahaman dan pengetahuan, diharapkan mampu mendorong kesadaran dan partisipasi masyarakat untuk menggunakan haknya pilihnya dalam Pemilu Pringsewu 2011.” (Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Berdasarkan penjelasan informan-informan diatas maka dapat disimpulkan bahwa beberapa metode yang dipakai tim kampanye pasangan Sujadi dan Handitya dalam memenangkan pasangan ini pada Pemilu Pringsewu 2011. Metode kampanye yang diaplikasikan pada setiap segmen pemilih, sebagai berikut:

1. Metode kampanye untuk kelompok pemilih bapak-bapak

Metode kampanye untuk pemilih bapak-bapak dilakukan dengan kampanye akbar tatap muka pada lapangan kuncup dan lapangan patoman, didalam ruangan. Kampanye secara langsung dilapangan terbuka dilakukan tim pemenang dan pasangan (JAYA) Sujadi dan Handitya dengan melakukan orasi berisi materi visi, misi, dan program.

## 2. Metode kampanye untuk kelompok pemilih ibu-ibu

Metode kampanye yang dipakai pada dasarnya sama, yaitu seperti metode yang dipakai kepada kelompok pemilih bapak-bapak, namun yang membedakan disini adalah untuk pemilih ibu-ibu metode yang digunakan seperti majelis taklim pengajian ibu-ibu, pemberian pelayanan kesehatan gratis, dan bakti sosial.

## 3. Metode kampanye untuk kelompok pemilih pemula

Metode yang dipakai untuk kelompok pemilih pemula, tim pemenang Sujadi dan Handitya disini lebih menekankan pada upaya untuk menanamkan kesadaran berpartisipasi dalam politik. Selain itu juga tim pemenang Sujadi dan Handitya, menggunakan metode yang menarik seperti mengadakan kegiatan olahraga, hiburan dan seni.

### **d. Melakukan Pendekatan Kepada Pemilih Pemula**

Pemilih pemula yaitu orang-orang yang baru pertama kali akan terlibat dalam aktivitas politik memilih, dan selebihnya adalah kelompok anak-anak muda yang sudah pernah mencoblos, baik sekali maupun lebih. Pemilih pemula dalam pemilu ataupun pilukada adalah kelompok yang paling rentan berkontribusi pada rendahnya tingkat partisipasi. Salah satu strategi untuk mengurangi *voter turnout* adalah mendekati dan menjadikan kelompok pemilih pemula sebagai target suara.

Menurut penjelasan Aris Mulato, langkah yang ditempuh tim kampanye Sujadi dan Handitya dalam mendekati pemilih pemula, yaitu:

“...Pemilih pemula, bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat juga mempunyai andil yang penting dalam suksesnya Pemilu pada Pringsewu 2011 secara langsung. Jadi pendekatan yang kami ambil memberikan pengetahuan mengenai pentingnya menggunakan hak pilih. Cara Mensosialisasikan visi dan misi calon pasangan, kami sajikan dengan cara yang unik misalnya seperti bentuk kampanye menggunakan hiburan musik dangdut, kegiatan olah raga.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Menurut penjelasan Zulmar selaku koordinator relawan tim kampanye Sujadi dan Handitya, yaitu:

“...Strategi kami untuk mendekati diri ke pemilih pemula, dengan cara mendekati mereka melalui hiburan yang menjadi hobi-hobi mereka. Misalnya melalui Ikatan Motor Indonesia (IMI), kita mendekati diri kepada anak-anak yang tergabung di club motor. Mengadakan kegiatan kejuaraan olah raga (sepakbola) yang merupakan pemacu sportifitas.” (Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Pendapat lain disampaikan Buyung Arifin selaku tokoh masyarakat, menyatakan bahwa:

“...Melakukan sosialisasi tentang pemahaman demokrasi, penting untuk memilih (pendidikan politik).”  
(Hasil Wawancara 19 September 2012)

Berdasarkan penjelasan diatas, tentang pendekatan-pendekatan yang dilakukan kepada pemilih pemula, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang dilakukan tim kampanye Sujadi dan Handitya adalah dengan melakukan pendidikan politik pada pemilih pemula,



mengadakan hiburan dan kegiatan olahraga (sepakbola, hiburan motor, dsb).

**e. Menentukan Segmen Kelompok Masyarakat (Organisasi Kemasyarakatan, Komunitas Agama dan Kelompok Pemuda) yang Akan dijadikan Mitra Kampanye.**

Menurut Aris Mulato dalam menentukan segmen kelompok masyarakat yang akan dijadikan mitra kampanye, diperoleh penjelasan sebagai berikut:

“...Yang menjadi agen kemasyarakatan untuk promosi politik pasangan kami adalah dengan menggandeng Pemuda Pancasila, Laskar Merah putih dan Karang Taruna setempat. Karena mereka mempunyai basis massa yang kuat dan mempunyai basis suara dalam memenangkan Pemilu pada Pringsewu Tahun 2011. Oleh sebab itu mereka bisa kami jadikan mitra untuk mensosialisasikan pasangan Sujadi dan Handitya pada masyarakat.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Menurut Zulmar, kelompok masyarakat yang menjadi mitra kampanye yaitu:

“...Organisasi yang menjadi agen promosi kami adalah organisasi kepemudaan yakni majelis taklim, ibu-ibu pengajian, KNPI, Pemuda Pancasila, dan Ikatan Motor Indonesia (IMI). Selain itu juga kami menggunakan tim dari keluarga Sujadi dan Handitya untuk membantu dan merangkul masyarakat Pringsewu dengan menggelar sejumlah kegiatan.” (Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Berdasarkan keterangan para informan diatas maka dapat diketahui bahwa segmen kelompok masyarakat atau organisasi masyarakat yang dijadikan tim pemenang sebagai mitra kampanye untuk mengenalkan pasangan Sujadi dan Handitya kepada masyarakat yaitu Pemuda

Pancasila, Pemuda Karang Taruna pada tiap-tiap pekon, Laskar Merah Putih, KNPI, IMI, Majelis taklim ibu-ibu, Tokoh Agama, dan Relawan Masyarakat.

**f. Menjalin Hubungan dengan Tokoh Masyarakat, Tokoh Pemuda, dan Tokoh Agama.**

Tahap selanjutnya yang dilakukan tim kampanye adalah menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat, tokoh pemuda dan tokoh agama yang telah ditentukan. Menurut penjelasan Aris Mulato, langkah-langkah yang dipakai dalam menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat, tokoh pemuda, dan tokoh agama, yaitu:

“...Hal yang ditempuh untuk menjalin hubungan kami khususnya pada tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda adalah dengan sering turun ke masyarakat dalam hal mengadakan pengajian dan membuat sebuah event olahraga pada tiap kecamatan, dan lain lain. Pendekatan yang kami tempuh adalah dengan mengerahkan Tim sukses kami yang ada baik itu ditingkat kecamatan maupun ditingkat pekon, sebab mereka yang tahu secara *detail* bagaimana karakteristik masing-masing tokoh tersebut. Dan juga untuk tokoh agama kami dekati kyai-kyai NU.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Menurut Zulmar selaku Koordinator Relawan Tim Kampanye Sujadi dan Handitya, adalah:

“...Untuk mendekati diri kepada tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh pemuda, kami bersama pasangan Sujadi dan Handitya langsung melakukan sosialisasi turun pada tiap-tiap kecamatan, dan tiap-tiap pekon secara langsung. Tujuannya agar dapat mengetahui segmentasi pemilih di masing-masing wilayah, dan kemudian menentukan kelompok mana saja yang akan menjadi target utama yang akan dibidik. Mengingat cara inilah yang efektif dalam mengkampanyekan calon pasangan kami, dibandingkan mengkampanyekan dengan pemasangan spanduk, banner, kalender dll.” (Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Kesimpulan akhir dari penulis, Pemilukada Pringsewu Tahun 2011 merupakan pertarungan politik yang rentan dengan berbagai spekulasi dan kemungkinan yang sulit diprediksi mengingat ketatnya kompetisi. Secara garis besar berdasarkan penjelasan para informan-informan tersebut, disimpulkan bahwa pelaksanaan bauran marketing yang dilakukan oleh tim kampanye Sujadi dan Handitya Narapati pada strategi *promotion*. Pada pengaplikasian strategi ini, tim kampanye membaginya kedalam segmen pemilih/ kelompok-kelompok tertentu agar mempermudah dalam menentukan metode kampanye yang dipakai pada masing-masing segmen pemilih.

Metode kampanye yang digunakan untuk kelompok pemilih bapak-bapak dengan kampanye langsung baik dilapangan maupun didalam ruangan, metode kampanye untuk pemilih ibu-ibu dengan silaturahmi, bakti sosial, dan mengikuti majelis taklim pengajian ibu-ibu, metode kampanye pengenalan pasangan Sujadi dan Handitya pada pemilih pemula lebih menekankan kepada sosialisasi politik, hiburan dan kegiatan-kegiatan olahraga.

Selain mempromosikan pasangan ini, dengan menggunakan metode kampanye membagi pemilih berdasarkan segmentasi gender. Tim kampanye pasangan Sujadi dan Handitya Narapati, menggunakan organisasi masyarakat, tokoh masyarakat, tokoh agama seperti Pemuda Pancasila, Laskar Merah putih, KNPI, IMI, majelis taklim ibu-ibu dan relawan masyarakat sebagai mitra kampanye pengenalan pasangan

Sujadi dan Handitya. Langkah yang dipakai tim kampanye dalam menjalin hubungan kepada mitra kampanye, yaitu dengan melakukan silaturahmi dan menggunakan pendekatan khusus secara kekeluargaan kepada mitra-mitra kampanye tersebut.

Tabel 7. Pendapat Tentang Price (Biaya Politik)

NO	NAMA	Biaya Politik Yang Dikeluarkan	Digunakan Untuk Kegiatan atau Program	Pengaruh Terhadap Suara Pemilih
1.	Aris Mulato	Besar	Membangun infrastruktur: pembuatan sumur bor, rehabilitasi jalan rusak, irigasi, pelayan kesehatan, bantuan tali asih, bantuan pendidikan.	-
2.	Zulmar	Besar	Perbaikan rumah ibadah, Perbaikan jalan rusak, Pelayan kesehatan gratis.	Bukan tolak ukur untuk menang dalam pemilihan.
3.	Catur Mei Studi	Besar	Kampanye akbar, Bakti sosial, Mendirikan Posko Badan Penanggulangan Bencana, Pengobatan gratis.	-
4.	Dudi Mulyadi Prasojo	Besar	Mengadakan silturahmi pada majelis taklim pengajian ibu-ibu, Pelayanan Kesehatan.	Belum tentu memilih pada hari pemilihan.
5.	Edi Suseno	Besar	Membangun jaringan tim sukses, sosialisasi pengenalan pada elemen masyarakat.	Tidak berpengaruh dengan biaya tinggi terhadap suara pemilih.
6.	M. Ali Khan	Besar	Pengobatan gratis, kegiatan pemuda, perbaikan jalan, event kejuaran sepak bola, pengajian, dan kampanye akbar mengundang artis.	Tidak berpengaruh jika dilihat 50 % pemilih rasional pada masyarakat perkotaan pringsewu.

7.	Irwan	Besar	Pengobatan gratis, Perbaikan infrastruktur jalan, dan membantu petani dengan membuat sumur bor	Tidak berpengaruh
8.	Handoyo	Besar	Mnjanjikan akan membantu segala keluhan masyarakat.	Tidak ada pengaruhnya

#### 4. Place (Penempatan)

*Place* diartikan sebagai distribusi jaringan yang berisi orang dan institusi yang terkait dengan aliran produk politik kepada masyarakat secara luas, sehingga masyarakat dapat merasakan dan mengakses produk politik dengan lebih mudah. (Firmanzah 2008: 207)

Penempatan dalam konteks politik dapat diartikan sebagai lokasi atau distribusi yang menyangkut pada persoalan dimana produk politik akan disosialisasikan kepada masyarakat dan bagaimana produk tersebut dapat sampai kepada pemilih. Hal-hal yang ditempuh oleh Tim Kampanye Sujadi dan Handitya Narapati dalam analisis penempatan adalah sebagai berikut:

##### a. Menentukan Waktu Kampanye (Hari/Tanggal) Untuk Setiap Segmen Pemilih

Menurut penjelasan Aris Mulato tentang menentukan waktu kampanye (hari/tanggal) untuk setiap segmen pemilih, diperoleh keterangan sebagai berikut:

“...Masalah penentuan waktu dan tempat, kami tidak menentukan sendiri, sebab sudah diatur jadwalnya dengan KPUD Pringsewu. Saya selaku Tim Pemenang Sujadi dan Handitya hanya bersifat menaati peraturan. Jadi penentuan tempat dan waktu kampanye kami sesuai jadwal dari KPUD Pringsewu.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Menurut penjelasan Zulmar selaku Koordinator Relawan Tim Kampanye Sujadi dan Handitya tentang penentuan kampanye, diperoleh sebagai berikut:

“...Waktu kampanye sudah diatur oleh KPUD Pringsewu. Jadi kami selaku tim sukses dalam memasarkan pasangan Sujadi dan Handitya harus ikut jadwal yang sudah diatur oleh KPUD. Jangan sampai melanggar apa yang sudah dibuat, sebab dapat merusak citra kandidat pasangan kami apabila tidak taat peraturan.”  
(Hasil Wawancara 20 Juni 2012)

Memperkuat pernyataan Aris Mulato dan Zulmar, menurut penjelasan Buyung Arifin selaku tokoh masyarakat, diperoleh bahwa:

“...Terkait jadwal, itu sudah diatur dan ditentukan KPUD Pringsewu. Tahap pendaftaran, verifikasi, penetapan calon menjadi calon, sampai masa-masa kampanye sudah ditentukan KPUD Pringsewu sebagai penyelenggara Pemilu. ”  
(Hasil Wawancara 19 September 2012)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis simpulkan bahwa tim pemenang dalam penentuan hari kampanye, mengikuti jadwal yang telah ditetapkan oleh KPUD Pringsewu. Jadi tim kampanye tidak bisa menetapkan sendiri kapan kampanye dilaksanakan dan harus taat pada aturan yang telah ditetapkan.

#### **b. Melakukan Perencanaan Kampanye Pada Tiap Pekon Sesuai Dengan Segmentasi Pemilih**

Perencanaan kampanye yang baik akan membantu tim kampanye dalam memenangkan persaingan antara kandidat pasangan calon lain. Dalam situasi pemilih yang dihadapkan dengan banyaknya pilihan



pasangan calon, maka kesuksesan dari pemasaran calon akan banyak ditentukan oleh perencanaan strategi kampanye yang tepat sesuai dengan kebutuhan pemilih pada masing-masing segmen. Menurut penjelasan Aris Mulato selaku Bendahara Tim Kampanye Pasangan Sujadi dan Handitya, diperoleh penjelasan tentang perencanaan kampanye pada tiap pekon adalah sebagai berikut:

“...Untuk perencanaan pada tiap pekon, cara memasarkannya, kami membedakan materi dan metode pemasaran pada setiap segmen pemilih. Kami merencanakan metode bagi kelompok pemilih bapak-bapak yaitu kampanye akbar dilapangan, pada kelompok pemilih ibu-ibu, perencanaan kegiatan kami yaitu pengajian, bantuan kesehatan dan bakti sosial. Terakhir untuk pemilih pemula direncanakan event-event seperti kegiatan seni dan olahraga.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis nyatakan bahwa perencanaan untuk setiap segmen berbeda-beda, sesuai dengan karakteristik masing-masing. Perencanaan kampanye pada tiap pekon untuk masing-masing segmentasi pemilih, tim pemenang membaginya sebagai berikut:

1. Rencana jenis kegiatan untuk kelompok pemilih bapak-bapak.

Jenis kegiatan untuk kelompok pemilih bapak-bapak adalah melakukan kampanye akbar pengenalan pasangan Sujadi dan Handitya pada lapangan terbuka, yang mana tujuannya untuk mengarahkan warga untuk memilih pasangan ini, pada hari pemilihan.

2. Rencana jenis kegiatan untuk kelompok pemilih ibu-ibu.

Jenis kegiatan yang direncanakan untuk kelompok pemilih ibu-ibu adalah lebih mengarah pada pengajian, bantuan kesehatan, dan bakti sosial.

3. Rencana jenis kegiatan untuk kelompok pemilih pemula.

Perencanaan kegiatan yang dilakukan tim kampanye, yaitu mengadakan kegiatan seni dan olahraga.

**c. Melaksanakan Kampanye Pada Tiap Pekon Sesuai Dengan Segmentasi Pemilih**

Kampanye menyampaikan visi, misi, dan program kandidat calon kepala daerah pada setiap segmen pemilih, pada dasarnya dilaksanakan demi tujuan agar pemilih bersedia memilih pada hari pemilihan. Berdasarkan wawancara penulis dengan Aris Mulato, tentang pelaksanaan kampanye oleh tim sukses pada tiap pekon mengatakan:

“...Kampanye itu banyak bentuknya ada yang dilapangan, ada yang di dalam ruangan. Kami tidak dilarang untuk membagikan kaos dukungan, kalendar, poster, *sticker*, memasang *banner* dan lain lain. Asalkan pemasaran politik yang kami lakukan tidak mengarah pada *money politic* ke masing-masing segmentasi pemilih.”  
(Hasil Wawancara 23 Juni 2012)

Pendapat yang tidak jauh berbeda tentang pelaksanaan kampanye pada tiap pekon, disampaikan oleh Catur Mei Studi selaku Tim Kampanye Sujadi dan Handitya Tingkat Kecamatan Pringsewu, menyatakan bahwa:

“...Kelompok pemilih bapak-bapak kami berkampanye langsung dilapangan, dalam ruangan, bakti sosial. Kelompok ibu-ibu dengan penyuluhan kesehatan, pengobatan masal secara gratis pelayan yang diberikan kepada masyarakat seperti KB, pemeriksaan mata termasuk memberikan kacamata. Kelompok anak-anak muda (pemilih pemula) kami adakan kegiatan kejuaran sepak bola.  
(Hasil Wawancara 16 Juni 2012)

Pendapat yang sedikit berbeda disampaikan Buyung Arifin selaku tokoh masyarakat dalam pelaksanaan kampanye pada tiap pekon, yang diketahui adalah:

“...Tidak semua pelaksanaan ditiap pekon itu sama. Karena karakteristik sosiologis desa itu beda-beda. Jadi tim sukses ditiap pekon harus memeta-metakan kondisi sosiologis, psikologis, yang intinya cara yang akan digunakan sebagai strategi kampanye.” (Hasil Wawancara 19 September 2012)

Secara umum berdasarkan pemaparan informan diatas, pelaksanaan kampanye pada tiap pekon yang dilakukan tim pemenang Sujadi dan Handitya, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kampanye berbentuk materi

Pelaksanaan kampanye Sujadi dan Handitya berbentuk materi adalah kampanye politik yang tidak melakukan politik uang (*money politic*) kepada pemilih tetapi lebih menekankan pada kampanye sosialisasi pasangan, agar masyarakat Pringsewu lebih mengenalnya, misal yang dilakukan tim pemenang seperti membagikan kaos dukungan, kalender, poster, *sticker*, memasang *banner*, dan penyampaian visi, misi, program.

## 2. Kampanye berbentuk non materi

Kampanye yang dilakukan tim pemenang Sujadi dan Handitya dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti sosialisasi langsung ke masyarakat dengan mengadakan bakti sosial, penyuluhan kesehatan, pengobatan masal secara gratis, dan mengadakan event-event untuk pemilih pemula.

Kesimpulan akhir yang dapat penulis simpulkan tentang tahap bauran marketing yang dilakukan oleh tim kampanye Sujadi dan Handitya Narapati pada strategi *place* (penempatan). Tim kampanye dalam penentuan hari kampanye tidak dapat menentukan sendiri harus mengikuti jadwal yang telah ditetapkan oleh KPUD Pringsewu. Akan tetapi dalam konteks kampanye yang bersifat pendidikan politik, jadwal kampanye tidak dibatasi atau ditetapkan KPUD Pringsewu asalkan dilaksanakan secara berkesinambungan agar masyarakat mengetahui pentingnya berpartisipasi dalam Pemilu Pringsewu.

Perencanaan untuk metode kampanye pada masing-masing segmen pemilih untuk tiap pekon ditetapkan berbeda oleh ketua tim kampanye yang mana sebagai pembuat formulasi kebijakan yang akan dipakai. Metode pelaksanaan kampanye yang dilakukan pada tiap pekon oleh tim pemenang Sujadi dan Handitya dilakukan pada lapangan maupun didalam ruangan, pelaksanaan kampanye yang dilakukan berupa metode kampanye berbentuk materi dan kampanye non materi.

Biaya politik yang besar, mungkin faktor yang perlu diperhitungkan dalam menentukan kemenangan Sujadi dan Handitya Narapati dikarenakan pada sosialisasi pengenalan calon, disetiap meter jalan banyak banyak terpasang foto, banner, sticker, spanduk, dll yang mana biaya dikeluarkan nilainya tidak kecil. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa teori pemasaran politik (*product, promotion, price, dan place*) dari Firmanzah. Strategi *promotion* adalah faktor yang lebih dominan dalam menentukan kemenangan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati pada Pemilu pada Pringsewu 2011. Akan tetapi terlepas dari faktor *promotion* yang begitu lebih dominan menentukan, faktor *product, price, dan place* disini juga turut andil dalam menentukan kemenangan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati.

Analisis penulis, bahwa strategi *promotion* adalah yang paling menentukan kemenangan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati adalah:

1. Faktor ketokohan Sujadi yang memiliki citra baik dimata masyarakat Pringsewu, menyebabkan dalam promosi calon atau pengenalan kepada masyarakat pasangan ini tidak sulit, karena sosok sujadi sudah dikenal oleh masyarakat Pringsewu. Alasan masyarakat Pringsewu lebih mengenalnya adalah pada Pemilu pada Tanggamus 2005 (sebelum Pringsewu dimekarkan), Sujadi mencalonkan sebagai Wakil Bupati Tanggamus

berpasangan dengan Bambang dan suara yang diperoleh Sujadi di Pringsewu itu unggul.

2. Dalam membangun jaringan tim kampanye, pasangan ini menggunakan 2 jaringan. *Pertama*, jaringan yang digunakan Sujadi adalah NU (Nadhlatul Ulama), dimana NU memiliki jaringan sampai akar rumpun (desa) dan menggerakkan badan/lembaga otonom ini untuk mendukung suara. *Kedua*, menggunakan jaringan tim kampanye Sjachroedin ZP, menurut analisis penulis Sjachroedin ZP masih mempunyai jaringan tim kampanye di Kabupaten Pringsewu yang dipakai pada Pemilihan Gubernur 2007, yang turun membantu pada Pemilukada Pringsewu 2011, seperti ormas dan LSM yang berafiliasi dengan beliau yaitu: Paku Banten, KNPI, Pemuda Pancasila, Laskar Merah Putih, TTKDH, dll). Dan didukung oleh 5 partai pengusung (PDIP, Demokrat, PKS, PKNU, PKPI) yang mana suara partai ini begitu dominan di parlemen Pringsewu. Jadi untuk strategi promosi pengenalan pada masyarakat, pasangan Sujadi dan Handitya Narapati cukup berpengalaman dalam menghadapi strategi politik lawan.

Tabel 8. Pendapat Tentang Place (Penempatan)

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>Waktu Kampanye</b>	<b>Perencanaan Kampanye Pada Tiap Pekon</b>	<b>Pelaksanaan Kampanye Pada Tiap Pekon</b>
1.	Aris Mulato	Diatur dan ditentukan KPUD Pringsewu.	Membedakan materi dan metode pada masing-masing segmen Pemilih.	Dilapangan maupun dalam ruangan.
2.	Zulmar	Diatur dan ditentukan KPUD Pringsewu.	Membedakan perencanaan untuk masing-masing segmen.	Dilapangan maupun dalam ruangan.
3.	Catur Mei Studi	Mengikuti yang ditentukan KPUD Pringsewu.	Dilakukan oleh ketua tim (penentu kebijakan)	Dilapangan, di dalam ruangan.
4.	Dudi Mulyadi Prasajo	Mengikuti yang ditentukan KPUD Pringsewu.	Dilakukan oleh ketua tim (penentu kebijakan)	Dilapangan, di dalam ruangan.
5.	Edi Suseno	Mengikuti yang ditetapkan KPUD Pringsewu.	Dilakukan oleh ketua tim (penentu kebijakan)	Dilapangan, di dalam ruangan.
6.	M. Ali Khan	Diatur atau ditentukan KPUD Pringsewu.	Strategi tim pemenang.	Berbeda-beda pada tiap pekon
7.	Irwan	KPUD Pringsewu yang mengatur	–	–
8.	Handoyo	KPUD Pringsewu yang mengatur	Strategi yang diatur tim pemenang	Sosialisasi langsung, memobilisasi kampanye tersebut pada lapangan

