

ANALISIS KEKALAHAN PASANGAN SOEMARMO-ZUBER DALAM PILKADA KOTA SEMARANG TAHUN 2015

Hanifia Yunastiti
Jurusan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405
Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Soemarmo is the former Semarang City mayor elected in 2015. In his time, Soemarmo was involved in a law case forcing him to be imprisoned and surrender his position to Hendar Prihadi. In the 2015 Semarang mayoral election, Soemarmo once more submitted himself together with PKB and PKS (supporting political parties), and competed his former vice mayor, Hendar Prihadi. Despite his previous law case, he still had a high popularity among Semarang citizen. This proved by his consistency to be in the second place in every survey. In addition, the political party coalition supporting Soemarmo was considered to be a new coalition in Semarang mayoral election. Based on these, this research has objective to find out the factors causing the defeat of Soemarmo-Zuber pairs in the 2015 Semarang Mayoral Election.

The type of this study is a descriptive study through qualitative approach. The data sources were gained from interview of some resources and documents related to this research. The data compiling technique used in this study is by using interview and analysis of document.

Based on the research, it is known that factors causing the defeat of Soemarmo-Zuber are the supporting party machine, the figure of candidates, the winning strategy, and the negative campaign. The supporting party machine of Soemarmo-Zuber was not effective since PKS and PKB (supporting parties) were not suitable to each other in the aspect of religion value and party ideology. Moreover, PKS and PKB coalition was a small coalition in the 2015 Semarang Mayoral Election. Looking at the figure aspect, Soemarmo is quite popular for Semarang citizens. However, his negative image caused by his previous case covers his own quality. Talking about his vice, Zuber is not a popular figure for Semarang citizens. In addition, winning strategy used was not effective since their supporting party machine and coalition was not effective as well, not to mention their limited campaign fund. To add insult to injury, negative campaign from their opposition also helped to make Soemarmo's image get worse.

Keywords: Defeat, Party Machine, Figure, Winning Strategy, Negative Campaign.

PENDAHULUAN

Pilkada yang digelar serentak di Jawa Tengah pada 9 Desember 2015 diikuti oleh 21 Kabupaten/Kota di Jawa Tengah. Diantaranya adalah Kota Pekalongan, Kota Semarang, Kabupaten Rembang, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Kebumen, Kota Surakarta, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Kendal, Kota Magelang, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Semarang, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Klaten, Kabupaten Blora, Kabupaten Sragen, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Demak, Kabupaten Pekalongan, dan Kabupaten Pemasang.

Pilkada Kota Semarang tahun 2015 diikuti oleh tiga pasang calon, yaitu :

1. Pasangan Calon nomor urut 1 Soemarmo - Zuber yang diusung oleh PKS dan PKB;
2. Pasangan Calon nomor urut 2 Hendi - Ita yang diusung oleh PDIP, Partai Nasdem, dan Partai Demokrat; dan
3. Pasangan Calon nomor urut 3 Sigit - Agus yang diusung oleh Partai Gerindra, PAN, dan Partai Golkar.

Hasil dari Pilkada Kota Semarang yang diselenggarakan pada 9 Desember 2015, KPU Kota Semarang menetapkan Hendrar Prihadi dan Hevearita Gunaryanti Rahayu sebagai calon terpilih Walikota

dan Wakil Walikota Semarang periode 2016-2021. Ketetapan tersebut ditetapkan melalui keputusan KPU Kota Semarang Nomor : 59/Kpts/KPU-Kota-012.329521/201. Hendi-Ita unggul dengan perolehan 320.237 suara. Soemarmo-Zuber berada di peringkat kedua dengan perolehan 220.745 suara, dan di peringkat ketiga Sigit-Agus memperoleh 149.712 suara. Dengan ini pasangan Hendi-Ita yang diusung oleh PDIP, Partai Nasdem dan Partai Demokrat dinyatakan sebagai pemenang Pilkada Kota Semarang tahun 2015, dan Soemarmo-Zuber dinyatakan kalah dalam Pilkada 2015.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah, pertama, Soemarmo adalah figur yang sudah dikenal oleh masyarakat Kota Semarang karena pernah menjabat sebagai Sekda Kota Semarang dan Walikota Semarang. Meskipun pernah terjerat kasus hukum pada saat ia menjabat sebagai Walikota Semarang, Soemarmo tetap konsisten berada di peringkat kedua pada saat survey berlangsung. Hal ini membuktikan figur Soemarmo, di atas kertas, mampu bersaing dalam Pilkada Kota Semarang, ditambah dengan pengalaman panjang Soemarmo di birokrasi Pemerintah Kota Semarang. Permasalahan yang kedua adalah Soemarmo-Zuber diusung PKS dan PKB pada saat Pilkada Kota Semarang tahun 2015. Dua partai tersebut baru pertama

kali menjalin koalisi selama Pilkada Kota Semarang diselenggarakan. PKS dikenal sebagai partai yang memiliki slogan “bersih” dan berideologi islam. Kemudian, PKB dikenal sebagai partai yang memiliki massa pendukung islam. Hal ini menarik ketika partai yang berideologi Islam dan berslogan “bersih”, dan partai berbasis massa islam mengusung mantan terpidana kasus korupsi dalam Pilkada Kota Semarang Tahun 2015.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis ingin menganalisis mengapa pasangan Soemarmo-Zuber tetap tidak mampu bersaing dan pada akhirnya mengalami kekalahan pada Pilkada Kota Semarang Tahun 2015 dengan judul penelitian **“Analisis Kekalahan Pasangan Soemarmo-Zuber dalam Pilkada Kota Semarang Tahun 2015”**.

Menurut AA GN Ari Dwipayana dalam Suharizal (2012: 38-39), sistem demokrasi langsung melalui pilkada langsung membuka ruang partisipasi yang luas bagi warga dalam proses demokrasi dan menentukan kepemimpinan politik di tingkat lokal.

Untuk figur calon kepala daerah, menurut Arifin (2006: 40), dalam kampanye politik, yang harus ditonjolkan adalah program dan ketokohan kandidat (figur). Menurut Nursal (2004: 208), kualitas figur dapat dilihat dari dimensi

fenotipe optis, instrumental dan simbolis. Kriteria standar seorang pemimpin juga dapat dilihat dengan analisis SWOT (Herry, 2005: 19).

Menurut Suharizal (2012: 93), partai politik adalah satu-satunya lembaga yang melakukan proses penjaringan, seleksi, pencalonan, dan pendaftaran calon kepala daerah yang merupakan kader pemimpin di tingkat daerah.

Berkaitan dengan fungsi rekrutmen politik, merekrut calon kepala daerah yang berasal dari luar daerah tentu memiliki risiko. Menurut Firmanzah ada dua risiko (2008: 143), pertama, ketidaksesuaian paham ideologis antara orang yang direkrut dengan organisasi politik bersangkutan. Risiko kedua adalah terjebaknya suatu partai pada pragmatisme jangka pendek yang menjadikan organisasi politik sebagai kendaraan untuk berkuasa belaka.

Dalam mencapai tujuan yang diinginkan tentu partai politik memiliki strategi, salah satunya adalah strategi berkoalisi. Menurut Suharizal (2012: 108), koalisi antar partai politik dibangun berdasarkan basis politik yang sama. Hal ini untuk menciptakan keharmonisan dan keseimbangan politik secara ideologis dan kepentingan. Sejalan dengan Suharizal, menurut Firmanzah (2008: 82), koalisi yang baik adalah koalisi dengan partai lain yang memiliki kesamaan ideologis.

Semakin sama ideologi politiknya semakin awet koalisi yang terbentuk. Begitu pula sebaliknya, semakin berbeda ideologi, semakin besar kemungkinan munculnya perilaku oportunistis dan agenda yang tersembunyi.

Menurut Firmanzah (2008: 377), pembentukan koalisi seharusnya tidak dilakukan secara acak dan hanya mengikuti insting berkuasa jangka pendek. Kesesuaian ideologi dan basis perjuangan suatu partai dapat digunakan sebagai ukuran dan parameter dengan siapa mereka akan berkoalisi. Koalisi yang dilakukan secara acak memperkuat pemahaman masyarakat bahwa partai politik sekedar mengejar kekuasaan dan tidak memiliki basis ideologi yang jelas.

Dalam berkampanye, tentu *image* penting bagi seorang calon kepala daerah. Menurut Firmanzah (2012: 229), *Image* politik yang bagus dari suatu partai politik akan memberikan efek yang positif terhadap pemilih guna memberikan suaranya dalam pemilu.

Menurut Ashforth dan Kreiner (1991) dalam Firmanzah (2012: 248), terdapat tiga cara memperbaiki *image* negatif. Pertama, partai politik dapat menggunakan strategi '*reframing*'. Strategi ini menggunakan metode transformasi makna dan pemahaman mengenai *image* negatif tersebut. Dalam strategi ini, terdapat dua metode, yaitu *infusing* dan

neutralizing. Dalam *infusing*, stigma dapat ditambah dan dilekat dengan hal-hal yang bersifat positif, kemudian mengubahnya dalam suatu penghargaan atau tanda jasa. Sementara itu, dalam *neutralizing* dapat digunakan strategi penolakan atas tanggung jawab dan keterlibatan partai politik atas suatu peristiwa. Namun, strategi terakhir ini sangat tidak dianjurkan, karena membangun *image* positif sulit dilakukan melalui proses penyangkalan atas tanggung jawab.

Strategi kedua adalah *recalibrating*. Dalam metode ini partai politik dapat melakukan perubahan standar yang terkait dengan seberapa besar dan seberapa bagus suatu atribut negatif atas *image*-nya. Yang diubah adalah standar dari efek negatifnya dan bukan *image* itu sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan melokalisasi suatu isu negatif dalam wilayah kecil. Strategi ketiga adalah menggunakan strategi *refocussing*. Dalam strategi ini, perhatian masyarakat dapat digeser dari hal-hal yang terkait dengan *image* negatif ke arah hal-hal yang bersifat positif. Pengalihan perhatian publik ini dapat dilakukan dengan strategi komunikasi yang tepat, yaitu membanjiri publik dengan informasi-informasi yang bertolak belakang dengan isu negatif yang berkembang itu.

Rochrschneider (2002) dalam Firmanzah (2012: 219) membedakan dua jenis strategi untuk memenangkan pemilu. Strategi pertama adalah strategi mobilisasi yang lebih menekankan pada sisi kebijakan, lebih mengutamakan pendekatan terhadap pendukung partai, menonjolkan pemimpin partai, dan berpandangan bahwa partai politik adalah suatu alat untuk mendekati pemilih. Strategi kedua adalah strategi 'berburu' pemilih (*chasing*). Strategi jenis ini berlawanan dalam setiap aspek strategi memobilisasi. Penekanannya adalah memaksimalkan pemilih secara luas. Semua usaha yang dilakukan justru untuk mendekati pemilih yang bukan pendukung utama, karena mereka beranggapan bahwa yang terpenting adalah menambah dukungan masyarakat hingga seluas mungkin, sedangkan pendukung diandaikan akan dengan sendirinya memberikan suara kepada mereka.

Strategi mobilisasi adalah strategi yang lebih menitikberatkan pada aspek internal partai politik. Semua usaha diarahkan untuk mengikat pendukung agar menjadi militan dan loyal terhadap partai politik bersangkutan. Strategi jenis ini cenderung reaktif dan pasif. Jika terdapat ancaman dari parpol lain dan terdapat potensi bahwa pendukungnya akan ditarik oleh parpol lain, strategi mobilisasi

pendukung ini akan dilakukan. Penguatan ideologi dan sistem nilai menjadi perekat sosial, baik horisontal maupun vertikal. Hal ini dilakukan untuk memperkecil risiko berpindahannya keberpihakan dan dukungan ke parpol lainnya.

Strategi berburu adalah strategi yang agresif dan proaktif, di mana terdapat usaha untuk memperluas basis dukungan dengan menarik para pendukung partai lain atau dari massa mengambang. Tujuan utama strategi ini adalah membuat kontestan dapat memperoleh dukungan baru dari masyarakat luas. Orientasi eksternal menjadi prioritas dibandingkan dengan orientasi kedalam. Strategi ini menuntut untuk dapat menarik perhatian dan simpatian masyarakat luas agar mendukung partai politiknya.

Pada masa kampanye, tentu saja terjadi *black campaign* dan *negative campaign*. Dua hal tersebut merupakan hal yang berbeda. Menurut Cleveland Ferguson dalam Ahmad (2008: 26), kampanye negatif adalah kampanye politik yang dilakukan oleh masing-masing kandidat dan partai politik untuk mendapatkan keuntungan dengan cara memberikan referensi atau mengalamatkan aspek-aspek negatif dari kompetitor. Aspek-aspek negatif tersebut berupa atribut, isu, atau kebijakan-kebijakan yang terkait dengan kepentingan publik. Aspek-

aspek tersebut disampaikan dengan cara yang beragam, mulai dengan membuat logika pembeda, hingga menyerang dan merusak karakter, personalitas dan kebijakan-kebijakan publik lawan dengan harapan mendapatkan keuntungan lebih.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan narasumber dan arsip atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara dan melakukan telaah dokumen.

HASIL PENELITIAN

Pilkada Kota Semarang diikuti 3 pasang calon, yaitu Soemarmo-Zuber, Hendi-Ita, dan Sigit Agus. Pasangan Soemarmo-Zuber diusung oleh PKS dan PKB dengan jumlah 10 kursi di DPRD Kota Semarang. Pilkada Kota Semarang Tahun 2015 dimenangkan oleh Hendi-Ita dengan perolehan 320.237 suara, sedangkan Soemarmo-Zuber memperoleh posisi kedua dengan perolehan 220.745 suara.

Mesin partai politik PKS dan PKB tidak efektif dalam proses pemenangan Soemarmo-Zuber karena ketidakcocokan antara PKS dan PKB dalam pandangan

beragama dan ideologi partai. Untuk rekrutmennya sendiri, merapatnya Soemarmo ke PKB dianggap terlalu mepet, sehingga sosialisasi bergabungnya Soemarmo dengan PKB ke tokoh-tokoh NU kurang maksimal. Akibatnya adalah terpecahnya suara tokoh-tokoh NU dan masyarakat NU. Ada yang mendukung dan ada yang tidak mendukung bergabungnya Soemarmo dengan PKB, dan koalisi PKB dengan PKS.

Selain itu, figur Soemarmo dianggap sebagai figur yang memiliki pengalaman yang panjang dibidang pemerintahan. Akan tetapi, yang menjadi kendala adalah status mantan narapidana yang melekat pada diri Soemarmo.

Figur Zuber juga bukan figur yang cukup terkenal di Kota Semarang. Zuber dikenal sebagai figur yang religius dan dulu aktif sebagai anggota legislatif dari 2004 hingga 2014.

Strategi pemenangan yang digunakan seperti mendekati tokoh agama, berbagai lapisan masyarakat, dan tokoh masyarakat. Relawan juga ikut berkontribusi langsung. Relawan yang tergabung seperti Pemuda Pancasila, GP Ansor, Manggis Merah, Lindu Aji, dan Tim 11.

PEMBAHASAN

Mesin Partai Politik

PKB dan PKS mendukung Soemarmo dalam Pilkada Kota Semarang 2015 dikarenakan DPP menilai bahwa kinerja Soemarmo selama menjabat cukup memuaskan karena memiliki pengalaman yang panjang di bidang pemerintahan. Seperti diketahui bahwa Soemarmo bukanlah kader asli PKB maupun PKS. Diusungnya Soemarmo memiliki beberapa risiko, yakni tidak adanya kesamaan ideologi dengan partai pendukung dan harus melakukan penyesuaian internal lagi dengan Soemarmo. Tentu hal ini akan menghambat kinerja mesin partai selama pilkada berlangsung.

PKB dan PKS yang termasuk koalisi yang kecil di Pilkada Kota Semarang 2015. Koalisi antara PKB dan PKS merupakan koalisi yang jarang terjadi karena adanya ketidakcocokan antara PKS dan PKB karena perbedaan pandangan dalam beragama, serta perbedaan ideologi partai. Meskipun PKB dan PKS harus berkoalisi karena rekomendasi dari DPP, ketidakcocokkan tersebut menyebabkan mesin partai berjalan tidak efektif. Seharusnya koalisi dibangun berdasarkan ideologi yang sama sehingga koalisi berjalan dengan harmonis. Koalisi yang mengesampingkan ideologi semakin memperkuat bahwa koalisi hanya untuk kepentingan kekuasaan.

Figur Soemarmo

Figur Soemarmo dikenal sebagai figur yang memiliki pengalaman panjang di bidang pemerintahan dan merupakan lulusan S2 Universitas Diponegoro 2005. Soemarmo memiliki kemampuan yang mumpuni. Figur Soemarmo juga dikenal sebagai figur yang pekerja keras, disiplin, dan profesional.

Akan tetapi, kemampuan yang dimiliki Soemarmo tertutupi oleh citra negatif yang sangat kuat dan menenggelamkan kualitas yang dimiliki oleh Soemarmo. Citra negatif tersebut berasal dari status mantan narapidana yang melekat pada diri Soemarmo. Citra negatif ini yang menjadi kendala bagi Soemarmo dalam Pilkada Kota Semarang 2015.

Sebagai syarat pendaftaran calon Walikota Semarang dalam Pilkada 2015, Soemarmo diharuskan untuk membuat pernyataan mengenai status mantan narapidana yang melekat padanya. Pengumuman tersebut harus dilakukan secara terbuka dan jujur kepada publik. Akhirnya Soemarmo mempublikasikan kepada publik di Koran Rakyat Jateng Edisi Kamis, 30 Juli 2015. Akan tetapi, koran tersebut bukan merupakan koran yang dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini semakin mengindikasikan bahwa pernyataan yang dibuat oleh Soemarmo

hanya untuk melengkapi syarat administrasi saja.

Figur Zuber

Figur Zuber dianggap sebagai figur yang religius dan kompeten di bidangnya karena pernah menjabat sebagai anggota DPR RI. Ketika menjabat sebagai anggota DPR RI, Zuber berkecimpung dalam hal ketenagakerjaan, kesehatan, jaminan sosial, dll. Akan tetapi, figur Zuber bukanlah figur yang dikenal oleh masyarakat Kota Semarang. Sehingga kurang bisa mendongkrak Soemarmo yang sudah terlanjur memiliki citra negatif.

Strategi Pemenangan

Soemarmo yang memiliki citra negatif tentu akan melakukan berbagai cara untuk memperbaiki citranya. Soemarmo selalu mengklarifikasi kasus hukum yang pernah menimpanya. Akan tetapi hal tersebut merupakan cara yang tidak efektif untuk memperbaiki citranya karena Soemarmo sudah divonis bersalah. Sulit untuk membuat masyarakat mengubah *image* negatif terhadap Soemarmo.

PKB dan PKS tidak memiliki basis massa yang besar di Kota Semarang. Soemarmo-Zuber menggunakan strategi berburu massa untuk memperluas dukungan massa. Soemarmo mendekati masyarakat perkotaan dan Zuber

mendekati kalangan kelompok agama. PKB memiliki basis massa warga NU, tetapi Soemarmo-Zuber fokus mendekati pemilih yang bukan pendukung utama. Hal ini dilakukan untuk menambah dukungan masyarakat.

Strategi berburu massa merupakan strategi yang kurang efektif untuk dilakukan karena koalisi PKB dan PKS tidak memiliki hubungan yang harmonis dan dana kampanye yang dimiliki terbatas. Basis massa mereka sudah terpecah karena ada yang mendukung dan tidak mendukung koalisi antara PKB dan PKS karena ketidakcocokan pandangan dalam beragama dan ideologi partai.

Kampanye Negatif

Kampanye negatif dalam Pilkada 2015 selalu menyerang Soemarmo, terutama tentang kasus hukum dan status mantan narapidana yang melekat pada diri Soemarmo. Kasus hukum Soemarmo merupakan sasaran *empuk* bagi kompetitor untuk menyerang Soemarmo dalam Pilkada 2015. Kampanye negatif merupakan kampanye yang berisi fakta dan berupa kejadian yang nyata.

PENUTUP

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menyajikan kesimpulan dari faktor yang

menyebabkan kekalahan pasangan Soemarmo-Zuber dalam Pilkada Kota Semarang Tahun 2015 sebagai berikut:

1. Mesin partai pengusung Soemarmo-Zuber tidak efektif karena adanya ketidakcocokkan antara PKS dan PKB dari segi pandangan beragama dan ideologi. Sistem rekrutmen politik juga tidak berjalan dengan baik karena mengusung calon yang berasal dari luar partai. Sehingga, risikonya adalah belum ada kecocokkan antara calon yang diusung dengan mesin partai politik. Kemudian, koalisi PKS dan PKB merupakan koalisi kecil yang bertarung di Kandang Banteng PDIP.
2. Soemarmo merupakan figur yang dikenal masyarakat luas dan memiliki kemampuan di bidang pemerintahan. Akan tetapi, citra negatif yang melekat pada dirinya membuat kualitas yang Ia miliki tertutupi.
3. Figur Zuber belum terlalu dikenal oleh masyarakat Kota Semarang, sehingga figur Zuber belum bisa mendongkrak figur Soemarmo.
4. Strategi pemenangan yang digunakan pasangan Soemarmo-Zuber tidak berjalan dengan efektif karena mesin partai dan koalisi

partai tidak efektif, serta dana kampanye yang dimiliki terbatas.

5. Kampanye negatif yang menyerang kasus hukum Soemarmo, semakin merusak citra Soemarmo di mata masyarakat Kota Semarang.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, maka penulis berusaha untuk memberikan saran yang bisa dijadikan pertimbangan:

1. Sebaiknya dalam menjalin koalisi, partai politik mencari partai lain yang memiliki kesamaan ideologi. Semakin sama ideologi politiknya dalam koalisi partai tersebut, semakin awet koalisi yang terbentuk. Hal ini untuk menciptakan keharmonisan di dalam internal koalisi.
2. Ketika hendak maju dalam Pilkada, sebaiknya kandidat yang sudah terlanjur memiliki citra negatif di masyarakat mengontrol keinginannya untuk berpolitik kembali.
3. Tim pemenangan setiap calon jika ingin membuka kelemahan pesaingnya diharapkan Tim Pemenangan membuka kelemahannya dengan didasarkan pada bukti-bukti yang valid yang

dapat ditunjukkan kepada masyarakat agar bisa sekaligus mengedukasi masyarakat.

4. Sebaiknya partai memperbaiki sistem rekrutmen yang dimiliki agar mampu menghasilkan calon-calon pemimpin yang berkualitas. Sehingga, ketidaksesuaian paham

ideologis antara partai politik dengan calon Kepala Daerah yang direkrut dari luar partai bisa dihindarkan, dan partai politik tidak hanya dimanfaatkan sebagai kendaraan untuk maju dalam Pilkada.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. (2006). *Pencitraan Politik: Strategi Pemenangan Pemilu dalam Perspektif Komunikasi Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Budiardjo, Miriam. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadjar, Mukthie. (2008). *Partai Politik dalam Perkembangan Sistem Ketatanegaraan Indonesia*. Malang: In-TRANS Publishing.
- Firmanzah. (2008). *Mengelola Partai Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Herry, Achmad. (2005). *9 Kunci Sukses Tim Sukses dalam Pilkada Langsung*. Yogyakarta: Galang Press.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Partai-Partai Politik Indonesia: Ideologi dan Program 2004-2009*. (2004). Jakarta: Kompas.
- Nawawi, Hadari. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nursal, Adman. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan*

Pemilu. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Pamungkas, Sigit. (2009). *Pemilu Perilaku Pemilihan dan Kepartaian*. Yogyakarta: Institute for Democracy and Welfarism (IDW).

Pangi, Syarwi. (2012). *Titik Balik Demokrasi*. Jakarta: Pustaka Intelegensia.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Surbakti, Ramlan. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.

Suharizal. (2012). *Pemilukada: Regulasi, Dinamika, dan Konsep Mendatang*. Depok: Rajawali Pers.

Jurnal

Ahmad, Nyarwi. (2008). Kampanye Negatif dalam Pilkada. *Kajian Bulanan Lingkaran Survei Indonesia*, 11 (Maret) : 26-29

Undang-Undang dan Surat Keputusan:

SK KPU Kota Semarang Nomor : 59/Kpts/KPU-Kota-012.329521/201