

STRATEGI KAMPANYE DRS. H. AMAT ANTONO, M.SI PADA  
PEMILUKADA 2006-2011 DAN 2011-2016 DI KABUPATEN PEKALONGAN

Oleh

Meriyani Sevtin Ogesti

(14010110120073)

Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269 Website :

<http://www.fisip.undip.ac.id> / Email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

*Abstract*

*Pekalongan Regency is one of the areas in Central Java that carried out direct local elections of Regent and Vice- Regent in 2006 the for the first time. There are two pairs of candidates for Regent and Vice- Regent of Pekalongan, intersetingly in this election is that the two candidates, namely Drs. H. Highly Antono, M.Si and Dra. Hj. Siti Qomariyah, MA. As it is known that Amat Antono and Siti Qomanyah who were the Regent and Vice- Regent of Pekalongan in the period 2001-2006 were selected through legislative in the election of 2006, Amat Antono was defeated by acquiring 48% of the vote, while Siti Qomariyah as elected Regent of Pekalongan acquired 52% of the vote.*

*In 2011, Pekalongan reimplemented direct election for the second time. In the 2011 election, Amat Antono was the prospective Regent of Pekalongan. Antono was successfully be elected as Regent by acquiring 56,% of the vote. This study used a qualitative and descriptive methods. Data collecting is done by in-depth interviews with actor directly involved and also the bearer party and supporters. Beside, the study also used the data and documents to support the completeness of the information needed. The purpose of this study was to determine what the strategy in the election campaign of 2006 and the election of 2011 was.*

*Based on the research results, the strategies applied in the election campaigns of 2006 and 2011 were quite different. In the 2006 election campaign strategy is: first, the manufacture of campaign paraphernalia. Second, socialization of vision and mission. Third, the development of strategic issues. Fourth, the closed campaign reserved for a handful of people and was filled with a variety of political contract. Fifth, open campaign conducted in the field and enlivened by entertainment. In the 2011 election, campaign strategy used is as follows: First, the manufacture of campaign paraphernalia. Second, socialization of vision and mission. Third, the development of strategic issues. Fourth, build self-image. Fifth, the strategy of picking up the ball. Sixth, grand campaign (parade and entertainment).*

*Keywords: local Election, Campaign Strategy, Amat Antono*

## **A. PENDAHULUAN**

Sebagai Negara Republik yang menganut paham demokrasi, sangat penting bagi Indonesia untuk mengaplikasikan bagaimana seharusnya proses demokrasi itu dijalankan. Salah satu wujud dari demokrasi disuatu Negara adalah dengan adanya proses pemilihan langsung, baik ditingkat daerah maupun nasional. Pemilihan langsung merupakan pemilihan secara langsung oleh rakyat baik ditingkat kabupaten/kota, provinsi maupun pusat/nasional. Pemilihan langsung ditingkat daerah diatur dalam Undang-Undang nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.

Partisipasi masyarakat merupakan kunci dari kesuksesan sebuah pilkada, maka dari itu setiap kandidat kepala daerah dan wakil kepala daerah dituntut untuk dapat menyampaikan pesan, visi misi dan program kerja kepada masyarakat melalui kampanye-kampanye yang dilaksanakan sebelum proses pilkada berlangsung. Kampanye terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu kampanye politik dan kampanye pemilu. Menurut waktu pelaksanaanya, kampanye politik dapat

dilaksanakan setiap waktu, sedangkan kampanye pemilu waktu pelaksanaannya telah ditentukan secara periodik dan dalam waktu tertentu.

Sebagai contoh kasus dilaksanakannya pemilukada langsung di tingkat lokal adalah di Kabupaten Pekalongan. Pada tahun 2006, di Kabupaten Pekalongan untuk pertama kalinya dilaksanakan pemilukada langsung. Di Kabupaten Pekalongan, sebelum dilaksanakan pemilukada langsung kepemimpinan berada pada Drs. H. Amat Antono, M.Si (Bupati) dan Dra. Hj. Siti Qomariyah, MA (Wakil Bupati).

Pada pemilukada langsung tahun 2006 ini, Drs. H. Amat Antono, M.Si pecah koalisi dengan Dra. Hj. Siti Qomariyah, MA, dan hanya ada dua pasangan yang mengikutsertakan diri dalam pemilukada langsung ini, yaitu Drs. H. Amat Antono M.Si - HA Qurofi Hajin BA yang diusung oleh koalisi PDIP, PAN, PPP, PBB, dan Hj. Siti Qomariyah, MA dengan H Wahyudi Pontjo Nugroho MT yang diusung oleh koalisi PKB, Golkar, Partai Demokrat, PKS.

Pada awalnya, pemilukada ini diprediksikan oleh sejumlah masyarakat bahwa Drs. H. Amat Antono, M.Si-lah yang akan kembali menjadi kepala daerah Kabupaten Pekalongan karena sosoknya yang disebut-sebut sebagai bapak pembangunan Kabupaten Pekalongan. Tetapi ketika penghitungan suara di KPUD Kabupaten Pekalongan selesai maka ditetapkanlah pasangan Qomariyah dan Pontjo yang memperoleh suara terbanyak yaitu sebesar 52,22%, sedangkan pasangan Antono – Qurofi mendapat perolehan suara sebesar 47,78%.

Setelah berakhirnya masa pemerintahan Siti Qomariyah dan Wahyudi Pontjo Nugroho, untuk yang kedua kalinya pemilukada secara langsung

dilaksanakan di Kabupaten Pekalongan. Pada pemilukada ini terdapat fenomena yang cukup menarik, bukan lantaran Siti Qomariyah dan Wahyudi Pontjo yang sama-sama mencalonkan diri sebagai kepala daerah, melainkan kembalinya Amat Antono dalam bursa pencalonan kepala daerah di Kabupaten Pekalongan. Seperti diketahui bahwa Amat Antono merupakan kepala daerah Kabupaten Pekalongan sebelum pemilihan langsung (dipilih oleh anggota DPRD), dan merupakan calon kepala daerah Kabupaten Pekalongan pada pemilukada langsung 2006 yang dikalahkan oleh mantan wakil kepala daerahnya yaitu Siti Qomariyah. Pada pemilukada 2011, Amat Antono diusung oleh PPP, Partai Demokrat, Partai Gerindra dan PKNU.

Ketika sampai pada masa penghitungan suara di KPUD Kabupaten Pekalongan, terlihat bahwa perolehan suara yang didapat oleh Siti Qomariyah-Riswadi dan Amat Antono-Fadia adalah yang tertinggi dari dua pasangan lain. Pada akhirnya pemilukada langsung tahun 2011 ini dimenangkan oleh pasangan Antono – Fadia dengan perolehan suara yang jaraknya cukup jauh dari perolehan suara yang diperoleh oleh pasangan Qomariyah – Riswadi. Pasangan Antono – Fadia mendapat perolehan suara sebesar 56,7% dan pasangan Qomariyah – Riswadi dengan perolehan suara sebesar 37.0%.

Fokus yang menjadi objek penelitian adalah jika dilihat dari perspektif strategi kampanye, mengapa pada pemilukada 2006 pasangan Drs. H. Amat Antono, M.Si – H A Qurofi Hajin kalah, tetapi pada pemilukada 2011 pasangan Drs. H. Amat Antono, M.Si – Fadia A. Rafiq menang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan empat kerangka teori yang dirasa cukup membantu dalam

penyelesaian penelitian tersebut yaitu pemilukada, rekrutmen politik, strategi marketing politik dan strategi kampanye.

## **B. PEMBAHASAN**

Drs. H. Amat Antono, M.Si lahir pada 5 Oktober 1958 di Tegaldowo, Tirta, Kabupaten Pekalongan. Namanya mulai dikenal masyarakat Kabupaten Pekalongan ketika Beliau terpilih menjadi kepala daerah Kabupaten Pekalongan pada periode 2001-2006, yang mana Beliau didampingi oleh Dra. Hj. Siti Qomariyah, MA. Setelah masa jabatannya selesai sebagai kepala daerah Kabupaten Pekalongan periode 2001-2006, Beliau kembali mencalonkan diri sebagai calon kepala daerah Kabupaten Pekalongan yang didampingi oleh H. A. Qurofi Hajin, BA. Berdasarkan hasil penelitian, pada pemilukada 2006 ini Amat Antono ini kurang memperhatikan strategi marketing politiknya, dimana Beliau cenderung mengandalkan kekuasaannya sebagai *incumbent*. Jika dilihat dari segi strategi kampanye yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan isu strategis

Pada tahap ini terdapat tiga isu yang dikembangkan yaitu tingkat infrastruktur, pendidikan dan pembangunan daerah.

2. Kampanye Tertutup dan Kampanye Terbuka

Kampanye tertutup ini dilakukan di beberapa tempat atau gedung seperti Vianka, gedung KPRI, gedung pertemuan PG Sragi, dll. Kampanye tertutup ini biasanya dihadiri hanya oleh orang-orang atau kelompok-kelompok tertentu, sedangkan kampanye terbuka dihadiri oleh orang banyak yang terdiri dari berbagai elemen masyarakat. Kampanye

terbuka ini dilaksanakan ditempat-tempat terbuka seperti lapangan dan juga dimeriahkan oleh hiburan-hiburan untuk menarik simpati masyarakat. Kampanye terbuka di lapangan-lapangan ini tidak lepas dari adanya pawai motor yang juga turut memeriahkan kampanye akbar.

Pada pemilukada 2006 ini Amat Antono dan Qurofi Hajin mengalami kekalahan, tetapi kekalahannya ini tidak serta merta membuat Beliau begitu saja meninggalkan Kabupaten Pekalongan, karena rasa kepeduliannya terhadap masyarakat Kabupaten Pekalongan Amat Antono pada 2011 kembali mencalonkan diri sebagai kepala daerah. Pada pemilukada 2011 ini Amat Antono didampingi oleh Fadia A. Rafiq. Pada periode ini Amat Antono lebih memperhatikan strategi marketing politiknya dibandingkan dengan pada periode 2006, seperti Beliau cara membidik pemilih, *image building*, pengeluaran dana kampanye, dan bagaimana cara beliau mempromosikan diri.

Selain strategi marketing politik yang matang, beliau juga memperkuat langkahnya dengan strategi kampanye. Berikut strategi kampanye Amat Antono pada pemilukada 2011 :

1. Mengembangkan isu

Pada strategi ini, terdapat tiga isu yang dikembangkan yaitu infrastruktur, birokrasi dan mahalnya biaya menjadi PNS.

2. Membangun citra diri

Sebagai seorang yang masuk dalam bursa pencalonan kepala daerah, Amat Antono harus dekat dengan semua kalangan baik dari kalangan masyarakat biasa, birokrat, maupun kalangan ulama.

3. Kunjungan ketengah-tengah masyarakat (strategi menjemput bola)

Strategi ini merupakan salah satu strategi paling efektif untuk meraih hati masyarakat, karena Amat Antono hadir ditengah-tengah masyarakat dengan tidak dalam keadaan formal.

4. Kampanye tertutup dan kampanye akbar (hiburan dan pawai)

Kampanye tertutup ini dihadiri oleh anggota kelompok tertentu yang biasanya untuk menyepakati kontrak politik. Kampanye akbar ini dilaksanakan di lapangan-lapangan yang telah ditentukan oleh KPUD Kabupaten Pekalongan. Pada kampanye akbar ini, selain pasangn calon kepala daerah dan wakil kepala daerah berorasi, terdapat juga hiburan dari artis-artis lokal maupun nasional seperti Arafiq dan Rhoma Irama.

### **C. PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan strategi kampanye yang digunakan oleh Drs. H. Amat Antono, M.Si pada pemilukada 2006 dan pemilukada 2011. Pada pemilukada 2011 Amat Antono lebih mempersiapkan strategi marketing politk, selain itu Beliau juga sangat memperhatikan citra diri. Strategi menjemput bola juga merupakan *gong* dari strategi kampanye yang digunakan oleh Amat Antono dalam meraih suara masyarakat. Dimana diketahui bahwa masyarakat selalu mendambakan kepala daerah yang selalu dekat dekat warganya (seolah-olah tidak ada *gap*), sehingga ketika Amat Antono hadir di tengah-tengah masyarakat, masyarakat merasa

sangat senang karena ada calon kepala daerah yang mau duduk dan bercengkrama bersama.

Memperoleh kemenangan dalam sebuah pemilu adalah bukan hal yang mudah, seorang kandidat kepala daerah harus bisa menciptakan strategi kampanye yang efektif dan cocok dengan corak masyarakat dimana Ia mencalonkan diri. Disamping strategi kampanye konvensional seperti pawai, panggung hiburan, dan pengerahan, seorang kandidat kepala daerah juga harus mendekati diri kepada masyarakat sehingga masyarakat mengenal lebih dekat calon kepala daerahnya.

### **Saran**

Dalam pencalonan kepala daerah dan wakil kepala daerah hendaknya tidak mengutamakan kepentingan dan ego semata. Agar mencapai hasil maksimal calon kepala daerah dan wakil kepala daerah maupun tim sukses dan relawan harus saling bekerjasama memaksimalkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki. Sehingga tidak menimbulkan *gap* antar satu tim dengan tim lain. Selain itu dalam penelitian ini terdapat beberapa kekurangan yaitu penulis tidak menambahkan analisis terhadap strategi kampanye dari kompetitor Drs. H. Amat Antono, M.Si. Untuk itu bagi peneliti lain yang akan mengangkat penelitian yang sama diharapkan mampu mendapatkan data yang lebih lengkap.

## DAFTAR RUJUKAN

### Buku

- Afifuddin dkk. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kulitatif Dan R&D'*. Bandung : Alfabeta
- Agustino, Leo. 2009. *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik : Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi & Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta : PT. balai pustaka
- Denial, akhmad. 2009. *Iklan politik TV : modernisasi kampanye politik pasca orde baru*. Yogyakarta : LKiS
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan obor Indonesia
- Firmanzah. 2008. *Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Ghony, Djunaidi dkk. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Huda, Ni'matul. 2009. *Otonomi Daerah : Filosofi, Sejarah Perkembangan dan Problematika*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Kaloh, J. 2010. *Kepemimpinan Kepala Daerah : Pola Kegiatan, Kekuatan, dan Perilaku Kepala Daerah dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Jakarta : Sinar Grafika
- Marijan, Kacung. 2006. *Demokratisasi di daerah : Pelajaran dari pilkada Secara Langsung*. Surabaya : Pustaka Eurika

Muhtadi, Asep S. 2008. *Komunikasi Politik Indonesia : Dinamika Islam politik Pasca-Orde Baru*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Nadir, Ahmad. 2005. *Pilkada Langsung dan Masa Depan Demokrasi Di Indonesia*. Malang : Averroes Press

Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing : Strategi memenangkan pemilu Sebuah pendekatan baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Rahman, A. 2007. *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Setiyono, Budi. 2008. *Iklan dan Politik : Menjaring Suara dalam Pemilihan Umum*. Jakarta : AdGOAL.Com

Subakti, Ramlan. 2007. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta : PT. Grasindo

Syaukani, dkk. 2005. *Otonomi Daerah dalam Negara Kesatuan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye : Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Winarno, Budi. 2007. *Sistem Politik Indonesia Era Reformasi*. Yogyakarta : MedPress (Anggota IKAPI)

### **Sumber Peraturan Perundang-Undangan :**

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah :*Otonomi Daerah*

### **Bahan lain :**

Arsip KPUD Kabupaten Pekalongan

Materi Perkuliahan Komunikasi Politik, Dosen Pengampu Nunik Retno H,S.Sos,  
M.Si. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2008