

MEMBEDAH STRATEGI KAMPANYE PILGUB JAWA TENGAH 2013 DUET GANJAR PRANOWO-HERU SUJATMOKO

Supadiyanto

Dosen Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO)
Jl. Laksda Adisucipto Km 6,5 Nomor 279 Yogyakarta
padiyanto@yahoo.com

Abstract

Victory pair Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko are only carried by PDI Perjuangan duet Hadi Prabowo Murdono (coalition PKS, PKB, Gerindra, PPP, PKNU, Hanura) and Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo (a coalition of the Democratic Party, the PAN, the Party Golkar) in Central Java Governor Election 2013 to a very interesting political phenomenon perusal of political communication. The above facts can break the thesis that the steps form a coalition between the political parties in the democratic party five years, did not ensure victory for candidates contesting. Precisely solidity of a political party supported by the network infrastructure capable of defeating an opponent that is brought by a coalition of political parties that risky, no relationship is solid and easy to crack. This study is a qualitative research study of literature (literature study). Research conducted since the date of May 26 to July 7, 2013. Results showed that the campaign team Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko have to segment the electorate and political positioning accurately, faster, and more coordinated, making it easy to get the number of voters is greater than the two other competitors.

Keyword: strategy, campaign, central java gubernatorial elections

Kemenangan pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko yang hanya diusung oleh PDI Perjuangan atas duet Hadi Prabowo-Don Murdono (koalisi PKS, PKB, Partai Gerindra, PPP, PKNU, Partai Hanura) dan Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo (koalisi Partai Demokrat, PAN, Partai Golkar) dalam Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2013 menjadi fenomena politik yang sangat menarik menjadi bahan kajian komunikasi politik. Fakta di atas bisa mematahkan tesis bahwa langkah melakukan koalisi antar partai politik dalam pesta demokrasi lima tahunan, ternyata tidak menjamin kemenangan bagi kandidat yang bertarung. Justru soliditas dari sebuah partai politik yang didukung oleh jaringan infrastruktur mampu mengalahkan lawan yang diusung oleh partai politik koalisi yang riskan, tidak solid dan mudah retak hubungannya. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan kajian pustaka (studi literatur). Penelitian dilakukan sejak tanggal 26 Mei-7 Juli 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim sukses pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko telah melakukan segmentasi pemilih dan *positioning* politik secara tepat, cepat, dan lebih terkoordinasi, sehingga mudah mendapatkan suara pemilih dengan jumlah lebih besar dibandingkan dengan dua kompetitor lain.

Kata kunci: strategi, kampanye, pemilihan gubernur Jawa tengah

A. Pendahuluan

Provinsi Jawa tengah yang dihuni sebanyak 39,2 juta jiwa (data Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa tengah 2013) atau sebanyak 32,9 juta jiwa (berdasarkan data Kementerian dalam Negeri RI 2013) telah melangsungkan Pilgub Jawa tengah pada 26 Mei 2013 kemarin. Ada tiga hajatan Pilkada yang dapat menjadi barometer politik nasional, yaitu: Pilkada DKI Jakarta, Pilkada Jawa barat dan Pilkada Jawa tengah. Pada Pilkada DKI Jakarta dan Jawa barat telah menghasilkan permainan cantik antara koalisi PDI Perjuangan-Gerindra (Jokowi-Ahok) serta koalisi PKS-PPP-PBB-Partai Hanura (Ahmad Heryawan-Deddy Mizwar). Dalam Pilkada Jawa tengah, duet Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko yang diusung PDI Perjuangan keluar sebagai pemenang, mengalahkan pasangan Hadi Prabowo-Don Murdono (koalisi PKS, PKB, Partai Gerindra, PPP, PKNU, Partai Hanura), Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo (koalisi Partai Demokrat, PAN, Partai Golkar) (Supadiyanto, 2012).

Pemilihan gubernur Jawa Tengah 2013 kemarin, pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko mendapatkan 6.962.417 suara (48,83 persen); Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo 4.314.813 suara (30,26 persen), dan Hadi Prabowo-Don Murdono memperoleh 2.982.715 suara (20,92 persen) dari total perolehan suara sah yaitu 14.259.445 suara di 35 kabupaten/kota (<http://www.kpu-Jawa tengahprov.go.id>).

Padahal sebagai satu-satunya kandidat yang diusung hanya oleh satu partai politik saja, tentulah Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko harus melakukan perjuangan yang lebih berat jika dibandingkan dengan dua pasang kandidat lainnya, sehingga mereka bisa memenangi pesta demokrasi lima tahunan tersebut. Di sinilah dibutuhkan berbagai strategi kampanye Pilgub Jawa tengah yang menarik, interaktif dan komprehensif, sehingga mampu menarik perhatian para pemilih untuk mengarahkan dukungannya secara masif kepada mereka.

Untuk itu tidak hanya dibutuhkan mesin partai yang kuat dan sistematis, melainkan juga harus didukung dengan tim kampanye/sukses yang perfeksionistis yang mampu melakukan berbagai pendekatan kampanye disesuaikan dengan karakter atau tipologi pemilih (rasional, kritis, tradisional atau skeptis) di masing-masing daerah. Di samping itu juga dibutuhkan dukungan dana kampanye yang memadai guna membiayai seluruh kegiatan operasional kampanye tersebut baik kampanye dialogis, kampanye monologis maupun model kampanye yang dilakukan melalui media massa cetak maupun elektronik, media luar ruangan (spanduk, pamflet, baliho dan lain sebagainya). Namun yang lebih penting lagi yakni, bagaimana para kandidat sendiri menampilkan kemampuan

dan profesionalitasnya dalam membangun komunikasi politik dengan masyarakat pemilih.

Kalau dipetakan, ada banyak faktor dominan yang menentukan kemenangan pasangan kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa tengah 2013. Langkah pertama yang mutlak dilakukan oleh setiap tim kampanye maupun tim sukses yakni melakukan segmentasi pasar (pemilih) di Jawa tengah. Hal ini dilakukan untuk melakukan berbagai pemetaan (lanskap) politik terkini, kondisi riil pemilih di Provinsi Jawa tengah sebagai dasar pertimbangan bagi penentuan pembuatan strategi kampanye Pilgub pada masing-masing daerah maupun masing-masing pemilih. Dalam konteks ini, peneliti sengaja secara purposif bermaksud membedah berbagai strategi kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko (PDI Perjuangan) sehingga mampu memenangkan Pilgub Jawa tengah 2013. Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko dapat dipandang sebagai representasi kelompok abangan-birokrat, muda-tua dan sipil-sipil.

Ada tiga masalah pokok yang memiliki relevansi akademis untuk diungkapkan dalam penelitian ini. *Pertama*, bagaimanakah profil Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko? *Kedua*, bagaimanakah segmentasi pemilih pada pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam Pilgub Jawa tengah 2013? *Ketiga*, bagaimanakah *positioning* politik yang dilakukan pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam Pilgub Jawa tengah 2013 untuk menarik dukungan massa (pemilih)?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (diskriptif). Data penelitian diambil dari berbagai kajian pustaka (studi literatur). Waktu penelitian ini berlangsung sejak 26 Mei s/d 7 Juli 2013.

C. Hasil dan Pembahasan

Profil Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Secara ringkas, Ganjar Pranowo merupakan anggota DPR RI selama dua periode; yakni tahun 2004-2009 dan 2009-2014. Ia pernah berprofesi sebagai konsultan HRD PT Prakarsa. Pengalaman organisasinya dimulai dengan menjadi Mapala Majestik Fakultas Hukum dan Mapagama UGM, Gerakan Demokrat Kampus dan aktif menjadi pengurus DPP PDI Perjuangan.

Dalam struktur PDI Perjuangan pernah menjabat sebagai Ketua Departemen Nasional DPP PDI Perjuangan, Wakil Ketua Badan Penanggulangan Bencana DPP PDI Perjuangan, Anggota Bidang Penggalangan Panitia Pemenangan Pemilu DPP PDI

Perjuangan dan Deputi I Badan Pendidikan dan Pelatihan Pusat PDI Perjuangan. Sedangkan bangku pendidikan formalnya ditempuh di SDN 1 Kutoarjo, SMPN 1 Kutoarjo, SMA BOPKRI Yogyakarta dan Fakultas Hukum UGM. Kini tengah merampungkan kuliahnya pada Program S2 Jurusan Ilmu Politik Pascasarjana UI Jakarta.

Heru Sujatmoko merupakan pejabat Bupati Purbalingga (2010-2015). Karirnya dirintis dari bawah yakni dengan menjadi staf bagian Pemerintahan Pemda Purbalingga (1974-1976), Mantri Polisi Kecamatan Kejobong, Purbalingga (1976-1978), Kabag Kesra Setda Purbalingga (1981-1982), Camat Bobotsari, Purbalingga (1982-1987), Camat Purbalingga, Purbalingga (1987-1988), Kabag Kesra Purbalingga (1988-1991), Kepala BP-7 Purbalingga (1991-1998), Pj Sekda Kudus (1998-2005), dan Wakil Bupati Purbalingga (2005-2010). Pendidikan formalnya ditempuh di Magister Administrasi Publik UNDIP (lulus 2003), Institut Ilmu Pemerintahan (IIP) Depdagri (lulus 1981), Akademi Pemerintahan Dalam Negeri (APDN) (lulus 1974), SD Kedunglegok, Kemangkon Purbalingga (lulus 1964), SMP 2 Purbalingga (lulus 1967), dan SMA 1 Purbalingga (lulus 1970).

Segmentasi Pemilih (Pasar)

Segmentasi merupakan konsep yang digunakan dalam banyak domain *marketing*, yang digagas oleh Smith (1956) yang mengasumsikan bahwa konsumen terdiri dari komponen-komponen yang tidak sama alias heterogen, sedangkan heterogenitas konsumen ini akan mempengaruhi tingkat dan jenis permintaan konsumen, serta masing-masing segmen pasar dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya dan juga dapat dibedakan dengan karakteristik pasar secara keseluruhan.

Dalam konteks politik, segmentasi menjadi sangat penting dilakukan untuk memudahkan partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat, mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik berbeda, sehingga masing-masing kelompok membutuhkan pendekatan dalam berkomunikasi yang berbeda satu dengan lainnya. Segmentasi ini penting juga digunakan untuk menyusun program kerja partai politik, terutama cara berkomunikasi dan membangun interaksi dengan masyarakat. Tanpa segmentasi, partai politik akan kesulitan dalam menyusun pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi, dan produk politik (Firmanzah, 2007: 190-191).

Ada dua kategori besar dalam teknik segmentasi. *Pertama*, faktor-faktor yang bersifat dasar dan *given*, di mana masyarakat terkelompokkan berdasarkan kedekatan

geografis, demografis, psikologis, perilaku dan kondisi sosial. *Kedua*, faktor cara berinteraksi individu terhadap suatu permasalahan; sehingga pemilih dikelompokkan dalam pemilih rasional, tradisional, kritis dan skeptis atau mendua (diadopsi dari Kollat, dkk, 1972; Dalrymple dan Parsons, 1976; Cui dan Liu, 2001). Adapun segmentasi pasar (pemilih) Jawa tengah sebagai berikut:

1. Geografis

Masyarakat Jawa tengah dapat disegmentasi berdasarkan geografis dan kerapatan (*density*) populasi. Jawa tengah secara administratif merupakan sebuah provinsi yang ditetapkan dengan Undang-undang Nomor 10/1950 tanggal 4 Juli 1950, letaknya diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa barat dan Jawa timur, dan sebuah provinsi kecil bernama Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara administratif provinsi Jawa tengah terbagi menjadi 29 kabupaten dan 6 kota. Luas wilayah Jawa tengah sebesar 3,25 juta hektar atau sekitar 25,04 persen dari luas pulau Jawa (1,7 persen luas Indonesia). Luas yang terdiri dari 1 juta hektar (30,8 persen) lahan sawah dan 2,25 juta hektar (69,20 persen) bukan lahan sawah.

Jawa tengah memiliki lahan kering yang dipakai untuk tegalan, kebun, ladang, atau rumah sebesar 34,36 persen dari total bukan lahan sawah. Persentase tersebut merupakan yang terbesar, dibandingkan presentase penggunaan bukan lahan sawah yang lain. Menurut Stasiun Klimatologi Kelas 1 Semarang, suhu udara rata-rata di Jawa tengah berkisar antara 18-28 derajat celcius. Tempat-tempat yang letaknya dekat pantai mempunyai suhu udara rata-rata relatif lebih tinggi. Suhu rata-rata tanah berumput (kedalaman 5 cm) berkisar antara 17-35 derajat celcius. Curah hujan terbanyak terdapat di Stasiun Meteorologi Pertanian khusus batas Salatiga sebanyak 3.990 mm, dengan hari hujan 195 hari. Provinsi Jawa tengah dibagi dalam beberapa wilayah administrasi, meliputi: 29 kabupaten, 6 kota, 565 kecamatan, 764 kelurahan dan 7.804 desa (Wikipedia).

Jumlah penduduk Jawa tengah adalah 39,2 juta jiwa (data Dinas Tenaga kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa tengah 2013). Namun berdasarkan data yang dimiliki Kementerian Dalam Negeri RI 2013 adalah sebanyak 32,9 juta jiwa. Perbedaan data yang sangat mencolok ini, jelas menjadi tanda tanya; sebab berpeluang besar terjadinya penyalagunaan dan dalam konteks pembangunan dapat mengacaukan kebijakan pembangunan yang akan digulirkan. Tingkat kepercayaan masyarakat pada lembaga

pemerintahan juga akan menurun, sebab dua data yang berbeda di atas sama-sama dikeluarkan oleh instansi pemerintahan. Hal tersebut, semestinya tidak boleh terjadi.

Provinsi Jawa tengah sendiri terdiri atas 35 kabupaten/kota, meliputi: Kota Semarang (ada 1,4 juta orang), Kabupaten Semarang (ada 880 ribu orang), Kendal (ada 883 ribu orang), Salatiga (ada 160 ribu orang), Demak (ada 1,1 juta orang), Kudus (ada 740 ribu orang), Jepara (ada 1,1 juta orang), Blora (ada 827 ribu orang), Grobogan (ada 1,3 juta orang), Rembang (ada 577 ribu orang), Pati (ada 1,2 juta orang), Sragen (ada 860 ribu orang), Karanganyar (ada 813 ribu orang), Wonogiri (ada 1 juta orang), Boyolali (ada 927 ribu orang), Klaten (ada 1,1 juta orang), Sukoharjo (ada 809 ribu orang), Kota Surakarta (ada 489 ribu orang), Kota Magelang (ada 120 ribu orang), Kabupaten Magelang (ada 1,1 juta orang), Purworejo (ada 709 ribu orang), Wonosobo (ada 760 ribu orang), Temanggung (ada 696 ribu orang). Di samping itu, Kebumen (ada 1,2 juta orang), Banjarnegara (ada 885 ribu orang), Purbalingga (ada 848 ribu orang), Banyumas (ada 1,5 juta orang), Cilacap (ada 1,6 juta orang), Brebes (ada 1,7 juta orang), Kota Tegal (ada 242 ribu orang), Kabupaten Tegal (ada 1,4 juta orang), Batang (ada 694 ribu orang), Kabupaten Pekalongan (ada 832 ribu orang), Kota Pekalongan (ada 272 ribu orang), dan Pemalang (ada 1,3 juta ribu orang).

Dengan melihat data geografis dan jumlah penduduk pada masing-masing kabupaten/kota se-Jawa tengah di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya sebagian besar wilayah Jawa tengah berupa pedesaan dan memiliki kawasan pantai yang cukup luas. Konsentrasi penduduk terjadi pada kota/kabupaten yang secara ekonomi relatif memiliki banyak potensi daerah. Tercatat, ada sebanyak 14 kabupaten/kota di Jawa tengah yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 1 juta jiwa, yaitu: Brebes, Cilacap, Banyumas, Kabupaten Tegal, Kota Semarang, Pemalang, Grobogan, Kebumen, Pati, Kabupaten Magelang, Klaten, Jepara, Demak, dan Wonogiri. Dengan melakukan pengsegmentasian pemilihan berdasarkan aspek geografis di atas, tim sukses pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dapat melakukan pendekatan komunikasi politik yang bisa disesuaikan dengan keadaan geografis maupun orientasi kepadatan penduduk. Artinya, kegiatan kampanye Pilgub Jawa tengah pada jumlah penduduk yang lebih padat penduduknya atau pada 14 kabupaten/kota di Jawa tengah di atas dilakukan lebih intensif dibandingkan dengan 21 kabupaten/kota lain yang penduduknya lebih kecil.

2. Demografis

Demografi dapat membedakan pemilih berdasarkan kategori umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, pekerjaan dan kelas sosial. Sebagian besar penduduk Jawa tengah berprofesi dalam bidang pertanian (42,34 persen), diikuti dengan perdagangan (20,91 persen), industri (15,71 persen), dan jasa (10,98 persen). Namun ada juga yang berprofesi sebagai nelayan, terutama mereka yang tinggal di dekat pantai. Sebagian kecil lain sebagai PNS, TNI/Polri dan profesi lainnya. Jumlah penduduk Provinsi Jawa tengah yang sebesar 32.908.850 jiwa, terdiri atas 16.540.126 wanita dan 16.368.724 pria. Dengan demikian, jumlah penduduk berjenis kelamin lelaki lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah penduduk berjenis kelamin wanita. Atau jumlah penduduk wanita lebih besar daripada jumlah penduduk pria.

Luas wilayah Jawa tengah adalah 32.544,12 kilometer persegi, sehingga kepadatan penduduk rata-rata adalah 12.554,55 jiwa per kilometer persegi (940.252,86 per kabupaten/kota). Sebagian besar masyarakat berpendidikan SD/MI yaitu sebesar 35,47 persen dan SLTP/MTs sebesar 16,57 persen. Ternyata sebesar 31,8 persen yang tidak tamat sekolah (tidak punya ijazah) dan 3,35 persen berpendidikan tinggi (diploma maupun sarjana). Persentase penduduk yang dapat membaca dan menulis huruf latin dan lainnya pada tahun 2005 ternyata sebesar 88,87 persen, sedangkan yang buta huruf sebesar 11,13 persen. Persentase penduduk yang buta huruf pada perempuan yaitu sebesar 7,78 persen lebih tinggi daripada laki-laki yang hanya sebesar 3,35 persen.

Bersandarkan pada data Biro Pusat Statistik (2 Januari 2013), jumlah penduduk miskin di Jawa tengah sebanyak 4.863.410 jiwa. Jumlah tersebut menempatkannya sebagai provinsi dengan jumlah penduduk termiskin kedua setelah Provinsi Jawa timur yang dihuni penduduk miskin setinggi 4.960.540 orang. Sedangkan total penduduk miskin di Indonesia saat ini adalah 28.594.640 orang. Dengan demikian, secara regional, kekuatan ekonomi Jawa tengah masih tergolong dalam kelompok masyarakat “menengah-ke bawah”. Dengan kata lain, pendapatan bulanan atau harian sebagian penduduk Jawa tengah tergolong pas-pasan, bahkan dapat dikatakan minus atau lebih rendah dari Upah Minimum Provinsi Jawa tengah yang sudah ditetapkan pemerintah.

Berdasarkan data KPUD Jawa tengah, jumlah penduduk Jawa tengah yang berhak memiliki hak pilih pada Pilgub Jawa tengah 2013 sekitar 27.385.985 jiwa. Di mana mereka tinggal dengan sebaran daerah sebagai berikut: Kota Semarang (1 juta pemilih), Kabupaten Semarang (622 ribu pemilih), Kendal (608 ribu pemilih), Salatiga (116 ribu pemilih), Demak (682 ribu pemilih), Kudus (520 ribu pemilih), Jepara (713 ribu pemilih),

Blora (590 ribu pemilih), Grobogan (893 ribu pemilih), Rembang (408 ribu pemilih), Pati (850 ribu pemilih), Sragen (614 ribu pemilih), Karanganyar (587 ribu pemilih), Wonogiri (746 ribu pemilih), Boyolali (633 ribu pemilih), Klaten (822 ribu pemilih), Sukoharjo (583 ribu pemilih), Kota Surakarta (360 ribu pemilih), Kota Magelang (85 ribu pemilih), Kabupaten Magelang (801 ribu pemilih), Purworejo (500 ribu pemilih), Wonosobo (510 ribu pemilih), Temanggung (493 ribu pemilih). Di samping itu, Kebumen (790 ribu pemilih), Banjarnegara (606 ribu pemilih), Purbalingga (583 ribu pemilih), Banyumas (1,1 juta pemilih), Cilacap (1,1 juta pemilih), Brebes (1,2 juta pemilih), Kota Tegal (169 ribu pemilih), Kabupaten Tegal (942 ribu pemilih), Batang (470 ribu pemilih), Kabupaten Pekalongan (545 ribu pemilih), Kota Pekalongan (182 ribu pemilih), dan Pemasaran (864 ribu pemilih).

Merujuk pada berbagai data demografis masyarakat Jawa tengah di atas, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko telah melakukan penyusunan berbagai program dan strategi kampanye Pilgub Jawa tengah yang relevan dengan kecenderungan yang dimiliki penduduk Jawa tengah. Mayoritas penduduk Jawa tengah adalah kaum petani, sebagian besar penduduknya berpendapatan rendah karena mayoritas hanya berpendidikan SD/MI, didominasi oleh penduduk berjenis kelamin wanita, serta kaum abangan jauh lebih banyak jumlahnya ketimbang kaum santri maupun priyayi, mengharuskan adanya pembuatan program dan strategi kampanye Pilgub yang tepat dengan kondisi demografis tersebut. Data demografis di atas bisa dijadikan landasan utama dalam menyusun isi pesan kampanye Pilgub yang dikemas pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. Dan memberikan panduan untuk membuat berbagai versi desain kampanye Pilgub yang ditujukan kepada kaum petani di Jawa tengah yang menjadi mayoritas pertama, kemudian iklan kampanye Pilgub yang ditujukan kepada kalangan pedagang yang menjadi kelompok mayoritas kedua, iklan kampanye Pilgub untuk kelompok industri yang menjadi kelompok mayoritas ketiga, dan iklan kampanye Pilgub untuk kelompok jasa atau buruh yang menjadi mayoritas keempat.

3. Psikografis

Psikografi didasarkan pada kebiasaan (tradisi), pola hidup, dan perilaku masyarakat yang berhubungan dengan isu-isu politik. Mayoritas penduduk Jawa tengah adalah suku Jawa. Jawa tengah dikenal sebagai pusat budaya Jawa, di mana di Kota Surakarta dan Yogyakarta terdapat pusat istana kerajaan Jawa yang masih berdiri hingga kini. Suku minoritas yang cukup signifikan adalah Tionghoa, terutama di kawasan

perkotaan meskipun di daerah pedesaan juga ditemukan. Pada umumnya mereka bergerak di bidang perdagangan dan jasa. Komunitas Tionghoa sudah berbaur dengan suku Jawa, dan banyak di antara mereka yang menggunakan bahasa Jawa dengan logat yang kental sehari-harinya. Selain itu di beberapa kota-kota besar di Jawa tengah ditemukan pula komunitas Arab-Indonesia. Mirip dengan komunitas Tionghoa, mereka biasanya bergerak di bidang perdagangan dan jasa. Di daerah perbatasan dengan Jawa barat terdapat pula orang Sunda yang sarat akan budaya Sunda, terutama di wilayah Cilacap, Brebes, dan Banyumas. Di pedalaman Blora (perbatasan dengan provinsi Jawa timur) terdapat komunitas Samin yang terisolir, yang kasusnya hampir sama dengan orang Kanekes di Banten.

Sebagian besar penduduk Jawa tengah beragama Islam (Muslim) dan mayoritas tetap mempertahankan tradisi kejawaan yang dikenal dengan istilah abangan. Agama lain yang dianut adalah Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Budha, Konghucu, dan puluhan aliran kepercayaan. Penduduk Jawa tengah dikenal dengan sikap tolerannya. Provinsi Jawa tengah merupakan salah satu provinsi dengan populasi umat Kristen dan Katolik terbesar di Indonesia.

Berdasarkan data psikografis masyarakat Jawa tengah di atas, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko menyusun berbagai strategi kampanye Pilgub yang mampu menyentuh psikologis dan karakter masyarakat yang didominasi Islam-abangan (nasionalis), yang menjadikan pusat-pusat ibadah, tempat jagongan, ronda, arisan, rapat RT ataupun ruang publik sebagai sarana untuk saling bertukar informasi dan mendapatkan pengetahuan yang baru dari para tokoh masyarakat maupun anggota masyarakat lainnya.

4. Perilaku

Masyarakat dapat dikelompokkan berdasarkan proses pengambilan keputusan, intensitas ketertarikan dan keterlibatan dengan isu politik, lokalitas dan perhatian terhadap permasalahan politik. Masing-masing kelompok memiliki perilaku yang berbeda-beda sehingga perlu diidentifikasi. Kesadaran politik masyarakat Jawa tengah dalam pesta demokrasi lima tahunan dalam 10 tahun terakhir tergolong cukup rendah. Terbukti angka golput pada Pemilu 2009 sebesar 41,55 persen dan pada Pilgub Jawa tengah 2008 sebesar 45,25 persen.

Kaum wanita juga cukup rendah dalam ikut berkompetisi dengan menjadi calon anggota legislatif maupun eksekutif di Jawa tengah maupun pada tingkat nasional.

Wajarlah jumlah politisi wanita juga menjadi lebih sedikit ketimbang jumlah politisi pria. Dengan demikian, kenyataan tersebut diberdayakan oleh tim kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko untuk mengusung program-program kampanye Pilgub yang peduli atau memperjuangkan nasib wanita. Mengingat juga mayoritas penduduk Jawa tengah juga dihuni oleh kaum wanita.

Berdasarkan hasil penelitian dari LPSI (Januari 2013), akses publik terhadap media di Jawa tengah tertinggi adalah terhadap televisi yang mencapai angka 80,7 persen. Kebiasaan membaca koran setiap hari sebesar 8,8 persen, kebiasaan mendengarkan radio setiap hari setinggi 9,2 persen dan kebiasaan mengakses internet setiap hari sebanyak 4,4 persen dan waktu menonton televisi pada *prime time* setinggi 55,5 persen. Teori difusi inovasi dan *one way communication* amat mempercayai bahwa media massa memiliki kekuatan penuh membentuk opini publik, bahkan mampu mengarahkan diskusi publik.

Bersandarkan pada hasil penelitian tentang Studi Perilaku Memilih pada Pilgub Jawa tengah 2008 yang pernah dilakukan oleh tim peneliti *Center for Social and Political Studies (CSPS)* FISIP Universitas Diponegoro (2008). Salah satu hasil yang menarik dari kajian tersebut, yang meneliti sebanyak 2400 responden yang tersebar di 6 kabupaten/kota (Rembang, Surakarta, Semarang, Purworejo, Pekalongan dan Banyumas) yakni menyatakan bahwa pihak luar yang memengaruhi keputusan memilih para responden adalah: keluarga (46 persen), partai politik (10,4 persen), teman (8,1 persen), tokoh panutan (7,1 persen), tetangga (5,7 persen), organisasi (4,3 persen), kampanye (3,8 persen), iklan media (1,4 persen), *polling* (0,5 persen), lainnya (12,8 persen).

Dari data di atas dapat diinterpretasikan bahwa penduduk Jawa tengah yang jumlah penduduk miskinnya terbesar kedua se-Indonesia setelah Provinsi Jawa timur; memiliki kecenderungan khas. Yakni perilaku sekaligus sikap politik mereka cukup dominan dipengaruhi oleh keluarga. Khususnya perilaku dan sikap politik yang dimiliki oleh orang tua (ayah-ibu) akan mendekte perilaku maupun sikap politik anak-anak mereka yang sudah memiliki hak memilih. Atau sebaliknya, keputusan politik dari anak-anak mereka (bisa jadi karena pendidikannya lebih tinggi daripada orang tuanya yang berpendidikan rendah) bisa mendekte keputusan politik dari orang tua mereka. Jadi sesungguhnya pengaruh kampanye dan iklan politik melalui media massa sangat kecil. Dengan demikian, kampanye Pilgub Jawa tengah 2013 yang bebasiskan keluarga, juga menjadi alternatif cerdas untuk meningkatkan peluang untuk memenangi kompetisi demokrasi tersebut (Supadiyanto, 2013).

Dalam konteks Jawa tengah, media massa yang sangat berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan dan perilaku publik adalah televisi. Fakta di atas memberikan pesan penting, bahwa sebagian besar masyarakat Jawa tengah menjadikan televisi sebagai sumber informasi utama. Hal tersebut harus bisa direspons oleh tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko untuk lebih memberikan porsi iklan di media televisi lokal maupun nasional daripada media cetak maupun media radio dan elektronik. Artinya juga, anggaran biaya iklan kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko pada media televisi harus memiliki anggaran yang jauh lebih besar ketimbang anggaran iklan untuk jenis media massa yang lainnya.

Bila dipetakan secara psikografis, penduduk Jawa tengah yang tinggal di 35 kabupaten/kota dapat dikelompokkan menjadi tiga grup: yakni daerah agamis, sosialis dan nasionalis. Kawasan agamis adalah: Blora, Grobogan, Rembang, Pati, Demak, Jepara, Kudus, Kendal, Magelang, Kota Magelang, Wonosobo, Kebumen, Pekalongan, Kota Pekalongan dan Pemasleng. Sedangkan kawasan sosialis meliputi: Purworejo, Temanggung, Banjarnegara, Banyumas, Purbalingga, Cilacap, Brebes, Tegal dan Kota Tegal. Dan kawasan nasionalis terdiri atas: Semarang, Kota Semarang, Salatiga, Boyolali, Karanganyar, Sukoharjo, Sragen, Wonogiri, Klaten, Kota Surakarta.

Tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko diusung oleh PDI Perjuangan yang memiliki basis pendukung nasionalis menetapkan tiga strategi kampanye sekaligus. Di kawasan-kawasan nasionalis, strategi kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko diorientasikan untuk semakin mengokohkan loyalitas pendukungnya. Di kawasan berbasis sosialis, strategi kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko bertujuan untuk mempersuasi sekaligus meyakinkan kepada para pemilih agar mencondongkan pilihan dan dukungannya kepada pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko; tentu saja dengan menawarkan program-program yang sosialis. Sedangkan di kawasan agamis, strategi kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko diskenariokan untuk merebut simpati masyarakat, yakni dengan mendekati tokoh-tokoh agama maupun tokoh masyarakat di kawasan tersebut seperti para kyai atau pemimpin pondok pesantren. Di samping itu juga dengan mendekati tokoh-tokoh organisasi masyarakat seperti NU dan Muhammadiyah se-Jawa tengah. Mengingat segala pendapat yang dimiliki oleh para kyai dan tokoh masyarakat setempat dijadikan acuan bagi penentuan sikap politik maupun sikap dalam kehidupan sehari-hari penduduk.

5. Sosial-Budaya (Kultural)

Pengelompokkan masyarakat dapat dikelompokkan melalui karakteristik sosial dan budaya. Klasifikasi seperti budaya, suku, etnik, dan ritual spesifik seringkali membedakan intensitas, kepentingan dan perilaku terhadap isu-isu politik. Dalam konteks ini, mayoritas penduduk Jawa tengah adalah suku jawa. Bahasa keseharian yang digunakan adalah dengan menggunakan bahasa jawa.

Di samping bahasa Jawa, di Jawa tengah dikenal beragam dialektika lain seperti: dialek Pekalongan, dialek Kedu, dialek Bagelen, dialek Semarangan (Kota Semarang), dialek Pantai Utara Timur (Jepara, Rembang, Demak, Kudus, Pati), dialek Blora, dialek Surakarta, dialek Yogyakarta, dialek Madiun, dialek Banyumasan (Ngapak) dan dialek Tegal-Brebes. Ada pula wilayah-wilayah berpopulasi Sunda, yaitu di Kabupaten Brebes bagian selatan, dan Kabupaten Cilacap utara sekitar Kecamatan Dayeuhluhur, orang Sunda masih menggunakan bahasa Sunda dalam kehidupan sehari-harinya. Di Jawa tengah beredar berbagai media massa cetak dan elektronik, yang turut mempengaruhi dinamika politik, ekonomi, sosial dan budayanya. Semarang, Surakarta, Purwokerto, dan Tegal merupakan kota-kota yang memiliki stasiun relai televisi swasta nasional. Beberapa stasiun televisi lokal di Jawa tengah adalah TV Borobudur, Pro-TV, Cakra Semarang TV dan TVKU (Semarang), Simpang 5 TV (Pati), TATV (Surakarta), Tegal TV (Tegal), Ratih TV (Kebumen), Batik TV (Pekalongan), dan Banyumas TV (Banyumas). Sedangkan surat kabar yang berbeda di sana antara lain: Suara Merdeka, Harian Banyumas, Harian Tegal, Harian Semarang, Wawasan, Harian Pekalongan, Radar Solo, Radar Jogja, Radar Semarang, dan Radar Kudus, Tribun Jawa tengah, Koran Sindo Jawa tengah, Jawa tengah Pos, Solopos, Radar Tegal, Radar Banyumas, Joglosemar, Kedaulatan Rakat, Barometer, Magelang Ekspres, Kompas, Media Indonesia, Tempo, Jawa Pos.

Ratusan PTN/S dengan label akademi, sekolah tinggi, institut dan universitas berdiri di Jawa tengah. Antara lain Universitas Diponegoro Semarang, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto, IAIN Walisongo Semarang, Universitas Negeri Semarang, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Akademi Militer Magelang, Akademi Kepolisian Semarang. Keberadaan berbagai PTN dan PTS di atas jelas berkontribusi besar dalam turut memajukan pembangunan kawasan Jawa tengah. Berkat pendidikan berbasis perguruan tinggi tersebut, melahirkan para sarjana maupun ahlimadya yang semakin meningkatkan mutu SDM penduduk Jawa tengah. Di samping itu berbagai lembaga pendidikan tinggi, hadir juga pondok-pondok pesantren

yang terkonsentrasi di berbagai kabupaten/kota di Jawa tengah. Lembaga pendidikan agama tersebut melahirkan para kader ulama dan tokoh masyarakat, yang turut mewarnai dinamika kehidupan di Jawa tengah.

Melihat berbagai data sosial-budaya di atas, menjadi bahan pertimbangan utama bagi tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam menyusun berbagai strategi dan program kampanye di berbagai daerah yang disesuaikan dengan realitas sosial dan budaya Jawa tengah. Hal itu dilakukan agar mendapatkan simpati dan dukungan dari para pemilih. Dalam konteks ini, basis kampus dan pondok pesantren perlu mendapatkan perhatian besar dalam kegiatan kampanye Pilgub Jawa tengah.

6. Sebab-Akibat

Analisis ini bersandarkan pada metode pengelompokan berdasarkan pemilih (*voters*). Di mana pemilih dapat dikelompokkan berdasarkan pemilih rasional, tradisional, kritis dan skeptis. Pemilih rasional adalah jenis pemilih yang tidak mementingkan ikatan ideologis kepada satu partai politik atau seorang kontestan. Di samping itu jenis pemilih ini juga memiliki orientasi tinggi pada *policy problem solving* dan berorientasi rendah untuk faktor ideologi. Mereka lebih mengutamakan kemampuan partai politik atau calon kontestan dalam program kerjanya; di mana program kerja atau *platform* bisa dilihat dari kinerja partai politik di masa lampau (*backward looking*) dan tawaran program untuk menyelesaikan permasalahan nasional yang ada (*forward looking*).

Pemilih kritis adalah perpaduan antara tingginya orientasi pada kemampuan partai politik atau seorang kontestan dalam menuntaskan permasalahan bangsa maupun tingginya orientasi mereka akan hal-hal yang bersifat ideologis. Jika terjadi perbedaan antara nilai ideologi dengan *platform* partai politik, maka pemilih kritis memiliki tiga langkah taktis yakni: memberikan kritik internal, frustrasi (putus asa) dan membuat partai politik baru yang memiliki kemiripan karakteristik ideologi dengan partai politik lama.

Pemilih tradisional adalah jenis pemilih yang mengutamakan figur dan kepribadian pemimpin, mitos, dan nilai historis sebuah partai politik atau seorang kontestan; di mana karakteristik dasar mereka adalah tingkat pendidikan yang rendah dan sangat konservatif dalam memegang nilai dan faham yang dianut. Pemilih skeptis yakni jenis pemilih yang tidak memiliki orientasi ideologi cukup tinggi dengan sebuah partai politik atau seorang kontestan, juga tidak menjadikan kebijakan sebagai sesuatu yang penting. Pada umumnya mereka akan bertindak sebagai Golput dalam berbagai pesta

demokrasi dan tidak memiliki ikatan emosional dengan sebuah partai politik maupun seorang kontestan (Firmanzah, 2007: 134-139).

Berdasarkan data pemilu legislatif 2009 yang diikuti sebanyak 44 parpol, perolehan suara PDI Perjuangan di Jawa tengah adalah 3.438.306 suara. Total suara sah yakni: 14.962.060 suara; dan suara tidak sah (gugur) sebesar: 3.570.417 suara.

Sementara pada pemilu legislatif 2004 yang diikuti sebanyak 24 parpol, PDI Perjuangan di Jawa tengah memperoleh suara sebesar: 5.262.749 suara; dengan total suara sahnya adalah 17.644.333 suara. Sedangkan pada Pilpres 2004 putaran I, pasangan Megawati-Hasyim Muzadi di Jawa tengah mendapatkan dukungan suara sebesar: 5.807.127 suara (31,81 persen), lebih unggul ketimbang perolehan suara yang dimiliki oleh pasangan SBY-JK yang hanya mendapatkan sebesar: 5.276.432 suara (28,9 persen), total suara sah adalah: 18.256.002 suara. Namun pada Pilpres 2004 putaran II, perolehan suara pasangan Mega-Hasyim di Jawa tengah mendapatkan: 8.409.066 suara (48,33 persen) dan SBY-JK memperoleh: 8.991.744 suara (51,67 persen). Total suara sahnya adalah: 17.400.810 persen.

Kesadaran politik masyarakat Jawa tengah dalam pesta demokrasi lima tahunan dalam 10 tahun terakhir tergolong cukup rendah. Terbukti angka golput pada pemilu 2009 sebesar 41,55 persen dan pada Pilgub Jawa tengah 2008 sebesar 45,25 persen. Sementara pada Pilgub Jawa tengah 2013, diprediksikan lebih dari 45 persen. Membaca data-data di atas, dapat disimpulkan bahwa pemilih skeptis di Jawa tengah jumlahnya cukup tinggi. Kemampuan para tim sukses pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko menarik para pemilih skeptis, menjadi pemilih kritis, atau paling tidak menjadi pemilih rasional, tentu saja membutuhkan strategi kampanye pilgub yang tidak hanya menyentuh kesadaran hati dan kesadaran berpikir dari para pemilih skeptis.

Mengingat sebagian besar penduduk Jawa tengah masih berpendidikan rendah, maka sudah sangat wajar bahwa jumlah pemilih tradisionalnya juga cukup tinggi yang tersebar hampir merata di 35 kabupaten/kota se-Jawa tengah. Pemilih kritis dan rasional, pada umumnya adalah orang-orang terpelajar dan memiliki basis perekonomian kuat. Untuk mendapatkan dukungan dari empat model pemilih di atas (rasional, kritis, tradisional, dan skeptis) membutuhkan empat model kampanye pilgub yang disesuaikan dengan karakteristik sebab-akibat.

Positioning Politik

Positioning politik merupakan segala aktivitas politik untuk menanamkan kesan dibenak para pemilih agar mereka bisa membedakan *platform* maupun identitas dari satu partai politik dengan partai politik yang lainnya. Maka setiap partai politik harus mampu menempatkan produk politik dan citra politik dalam benak masyarakat. Untuk dapat tertanam dalam benak publik, produk dan citra politik harus memiliki sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan produk-produk politik lainnya. Permasalahan mendasar dalam *positioning* adalah penciptaan citra konsistensi yang mengerucut pada suatu tema tertentu, di mana citra politiknya terdiri atas program kerja partai politik, isu politik dan citra pemimpin partai politik (Fimanzah, 2007: 196-19).

Dalam konteks kampanye Pilgub Jawa tengah, sebagai bagian dari kampanye politik, bertujuan untuk menggiring pemilih ke bilik suara dengan strategi mobilisasi dan berburu pendukung *push marketing*. Citra menjadi penting, karena citra politik terdiri atas program kerja pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa tengah, isu politik yang diangkat dan citra personal Calon Gubernur dan Wakil Gubernur sekaligus pimpinan partai politik pengusung kandidat tersebut.

Tentu saja, *positioning* politik ini dilakukan dengan mendasarkan segala data yang diperoleh dari proses segmentasi pasar di atas (geografi, demografi, psikografi, perilaku, sosial-budaya dan sebab akibat). Adapun rancangan langkah-langkah yang ditempuh oleh tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko untuk menguatkan citra politik (*positioning*) pasangan yang diusung oleh PDI Perjuangan tersebut meliputi:

1. Penetapan Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan *platform* politik yang ditetapkan sebagai landasan filosofis, operasional bagi setiap strategi, kebijakan dan aktivitas politik setiap organisasi institusional maupun bersifat personal. Visi dan misi yang dimiliki pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko adalah “Jawa Tengah Berdikari”. Di mana visi dan misi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- Ekonomi: ekonomi kerakyatan dan kedaulatan pangan.
- Reformasi birokrasi: pemerintahan yang bersih, transparan dan berorientasi pada pelayanan publik.
- Pendidikan: modernisasi sarana dan prasarana.
- Agama, seni dan budaya: toleransi antarumat beragama serta membangkitkan nilai-nilai seni dan budaya.

- Lingkungan dan energi: gerakan reboisasi lahan-lahan kritis, penataan tata ruang wilayah serta pemanfaatan sumber daya alam.
- Kesehatan: pemenuhan kebutuhan kesehatan dasar.
- Infastruktur: peningkatan kualitas dan kuantitas infastruktur.

2. Program Kerja

Untuk mewujudkan visi dan misi “Jawa Tengah Berdikari”, disusun delapan program kerja, meliputi:

- Paket bersih: “Melaksanakan reformasi birokrasi sesuai prinsip pemerintahan yang baik dan bertanggung jawab kepada rakyat”.
- Paket sejahtera: “Mengatasi Kemiskinan dengan memberdayakan ekonomi kerakyatan”.
- Paket mandiri: “Mendorong ekonomi desa untuk mewujudkan kemandirian petani dan nelayan”.
- Paket sehat: “Meningkatkan layanan kesehatan yang berkualitas dan berpihak pada publiK”.
- Paket pintar: “Mempercepat pemerataan kualitas pendidikan di tingkat dasar dan menengah”.
- Paket sarana: “Mempercepat pembangunan infastruktur yang terintegrasi”.
- Paket lingkungan: “Melestarikan lingkungan hidup dan mengembangkan energi alternatif”.
- Paket kebudayaan: “Melakukan revitalisasi seni, budaya dan wisata”.

3. Tagline

Untuk membuat *tagline*, slogan atau tema kampanye Pilgub Jawa tengah yang efektif dan baik, Hafied Cangara menetapkan enam kriteria ideal. Yakni *tagline* harus pendek, padat dan mudah diingat, segar dan aktual; menjadi slogan yang populer; mencerminkan atau mewarnai pogram yang akan dilaksanakan; menarik perhatian publik dan menjadi motivasi para pengurus dan anggota partai politik; serta menjadi fokus perjuangan partai politik (Cangara, 2009: 340).

Adapun *tagline* yang dibuat oleh tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo dan Heru Sujatmoko adalah: “*Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi*”. *Tagline* memiliki makna filosofis yakni berkomitmen dalam memberantas berbagai skandal korupsi, di mana Jawa tengah selama ini masih dikenal sebagai lahan bagi para pejabat koruptor.

Terbukti dalam dua dekade terakhir, ada 16 mantan kepala daerah di Jawa tengah yang menjadi terdakwa berbagai kasus korupsi.

Tagline juga berkomitmen pada pembentukan pemerintahan daerah yang transparan dan jujur alias tidak berbohong kepada publik. *Tagline* menggunakan bahasa Jawa, dengan dalih karena masyarakat Jawa tengah dalam sehari-hari menggunakan dialektika bahasa Jawa. Sehingga *tagline* tersebut lebih dekat di hati masyarakat Jawa tengah; daripada ketika dikemas dalam bahasa Indonesia, apalagi dalam bahasa Inggris. *Tagline* berbahasa Jawa di atas, memang sengaja didesain “*njawantengahi*”.

Di samping *tagline* utama, juga dikembangkan model *tagline* lainnya yang diperuntukkan bagi Ganjar Pranowo. *Tagline* tersebut adalah: “*Rockin Governor for Jawa tengah Democracy*”. *Tagline* ini dikembangkan dengan pada sosok Ganjar yang suka musik *rock*. Pertama kali dipakai di Semarang dan menjadi semakin populer. Dan *tagline* ketiga dikembangkan untuk partai politik pengusung pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. *Tagline* yang diperuntukkan PDI Perjuangan Jawa tengah tersebut adalah: “*Ngantek pendeng ngantek gepeng tetep banteng*”. *Tagline* ini dikembangkan untuk menangkis manuver politik dari tokoh partai politik maupun tim sukses kampanye pasangan lainnya yang pernah mengungkapkan bahwa Jawa tengah bukan kandang banteng lagi. Dengan *tagline* PDI Perjuangan Jawa tengah di atas; serangan politik di atas bisa dijinakkan atau setidaknya ditangkis.

4. Kegiatan Kampanye Pilgub Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Tujuan kampanye pilgub adalah untuk mempersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu. Tujuan utamanya adalah agar para pemilih mengarahkan dukungannya kepada pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. Kegiatan kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko meliputi kampanye yang bersifat terbuka maupun tertutup dan kampanye melalui pemasangan iklan di berbagai media massa (cetak dan elektronik).

Berikut ini kegiatan kampanye Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko:

- Awal April 2013: Ganjar Pranowo dijadwalkan beranjangan di angkringan yang ada di Semarang, bertemu dan berdialog tanpa sekat dengan masyarakat.
- 5 April 2013: Ganjar Pranowo bersama Heru Sujatmoko blusukan di pasar dan desa seputaran Tegal dan Brebes.
- 7 April 2013: Ganjar Pranowo menandatangani kontrak politik dengan Serikat Pekerja Nasional (SPN) di Bandungan.

- 9 April 2013: Ganjar Pranowo menemui buruh di kawasan Industri Candi, Semarang; setelah menemui petani bawang di Brebes.
- 19 April 2013: Ganjar Pranowo menangkap tikus bersama sedulur Sikep (Samin) Pati.
- 23 April 2013: Ganjar Pranowo blusukan ke dalam gang-gang kampung membersihkan atribut kampanye berupa stiker dan spanduk. Ganjar Pranowo melanjutkan pembersihan dengan berkenalan dan mendengarkan keluhan beberapa warga di Kampung Prembaen Selatan, Kembanghari, Semarang Tengah.
- 24 April 2013: Ganjar Pranowo menawarkan kartu tani, berdialog dengan para petani Karangwuni, Kecamatan Polokarto, Kabupaten Sukoharjo
- 27 April 2013: Ganjar Pranowo blusukan dimulai dari tingkat PAUD, pabrik, pasar hingga bertemu dengan guru-guru honorer di Banjarnegara
- 5 Mei 2013: Ganjar Pranowo menghadiri acara jalan sehat yang diselenggarakan Dinas Pendidikan Klaten untuk memperingati Hardiknas.
- 9 Mei 2013: Siti Atikoh Supriyati (Istri Ganjar Pranowo) mengunjungi kelompok pengrajin *Creative House* di Kemajen, Kaligawe, Semarang Timur
- 13 Mei 2013: Ganjar Pranowo menghadiri Panen cabe perdana bersama para petani Desa Clekatakan, Kecamatan Pulosari, Kabupaten Pemalang.
- 13 Mei 2013: Ganjar Pranowo berkampanye di pesisir Pantura mempromosikan kartu nelayan tepatnya di Asem Doyong, Kabupaten Pemalang, Jawa tengah.
- 13 Mei 2013: Ganjar Pranowo menemui petani lombok di lereng Gunung Slamet.
- 19 Mei 2013: Ganjar Pranowo berkampanye di atas truk kontainer yang bertuliskan "*Rock in Governor for Jawa tengah Democracy*". Diiringi kelompok musik *rock* dan dimeriahkan oleh pemain inti Srimulat (Tesi, Kadir, dan Doyok). Ganjar Pranowo ingin menyajikan bentuk kampanye yang berbeda dan mengapresiasi pikiran dan ide cemerlang dari para relawan. Di sela-sela kegiatan kampanye yang sudah terjadwal di atas; Ganjar-Heru bersilaturahmi dengan para ulama antara lain: Habib Lutfi (Pekalongan), KH Maemun Zubair Sarang (Rembang), KH Syaironi Ahmadi (Kudus), KH Mustofa Bisri (Rembang), KH Munif Zuhri Girikusumo (Demak), KH Ali Qoishor bin KH Ahmad Abdul Haq (Watucongol Magelang), Abah Syarif (Sragen), KH Ali Mufiz (mantan Gubernur Jawa tengah).

Sedangkan porsi belanja iklan di berbagai media massa sebagai berikut: 50 persen untuk televisi, 20 persen untuk saluran komunikasi antarpribadi, 10 persen untuk media

cetak, 5 persen untuk media radio dan 10 persen untuk media luar ruangan, 5 persen untuk media *online* dan jejaring media sosial.

5. Potensi Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Figur Ganjar Pranowo yang masih muda, enerjik dan kuat sehingga membantu strategi pemenangan dalam kampanye politik. Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko mewakili generasi yang berbeda (muda-tua) sehingga lebih luas menjangkau massa. Penggunaan sosial media dalam kampanye, meskipun belum tentu efektif, bisa memecahkan perhatian lawan. Pendekatan kreatif dalam setiap kampanye membuat media tertarik meliputnya. Lebih mudah dipublikasi media nasional karena figur Ganjar Pranowo yang punya latar belakang sebagai anggota DPR RI. Soliditas mesin partai politik (PDI Perjuangan) dan tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko tampak lebih menonjol jika dibandingkan dengan tim sukses lainnya; karena tidak direpotkan dengan masalah koalisi dan manajemen perbedaan platform antar partai politik yang berkoalisi. Dana kampanye yang dilaporkan ke KPU Jawa Tengah (tanggal 14 April – 7 Mei 2013) yang dimiliki Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko paling besar yakni Rp 3,2 miliar; sedangkan kandidat lain seperti Hadi Prabowo-Don Murdono hanya sebesar Rp 1,4 miliar, Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmodjo sebesar Rp 1,3 miliar.

6. Kelemahan Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Kelemahan yang dimiliki adalah tidak mempunyai banyak waktu untuk dikenal masyarakat Jawa Tengah, sehingga tidak banyak pilihan strategi kampanye yang bisa digunakan. Di samping itu, Ganjar Pranowo tidak memiliki hak pilih dalam Pilgub Jawa Tengah, sebab tidak memiliki KTP Jawa Tengah. Ketiga, jumlah kekayaan Ganjar Pranowo hanya Rp 3,072 miliar; jauh lebih kecil ketimbang aset yang dimiliki dua kandidat lain yakni kekayaan Hadi Prabowo Rp 13,513 miliar dan Bibit Waluyo Rp 13,171 miliar (*Koran Sindo edisi 3 Mei 2013*). Kelemahan lain yakni: janji kampanye masih bersifat normatif dan hanya didukung oleh satu partai politik (PDI Perjuangan) yang pada Pemilu 2009 lalu hanya memiliki 23 kursi anggota DPRD Provinsi Jawa Tengah; sedangkan duet Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo yang diusung koalisi Partai Demokrat, PAN dan Partai Golkar disokong sebanyak 37 kursi wakil rakyat; sementara Hadi Prabowo-Don Murdono yang diunggulkan oleh koalisi PKS, PKB, Partai Gerindra dan PPP didukung sebanyak 40 kursi wakil rakyat. Kelemahan pokok lainnya, adalah kesulitan mesin PDI Perjuangan dalam merebut simpati di kabupaten/kota yang selama ini dikenal agamis.

D. Simpulan

Pertama, Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko merupakan pasangan Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa tengah 2013 yang hanya diusung oleh PDI Perjuangan, di mana dua kandidatnya berbeda generasi. Ganjar Pranowo merepresentasikan kaum muda, sedangkan Heru Sujatmoko sebagai kaum tua. Karier politik Ganjar Pranowo terakhir kali sebagai anggota DPR RI; sedangkan karier politik Heru Sujatmoko sebagai Bupati Purbalingga. Data profil dua tokoh di atas dijadikan modal bagi tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam meningkatkan derajat popularitas di tengah masyarakat. Hal itu juga dilakukan untuk mengetahui kekurangan yang dimiliki oleh Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko, di mana tim kampanye akan memoles dan memperbaiki sisi-sisi kelemahan tersebut.

Kedua, untuk memenangkan pertarungan Pilgub Jawa tengah 2013, tim sukses kampanye PDI Perjuangan Jawa tengah mampu menyusun strategi kampanye Pilgub Jawa tengah yang berbasiskan pada data lapangan, yakni melalui proses pensegmentasian khalayak atau pemilih di Jawa tengah. Di mana segmentasi pasar ini meliputi pengeksplorasian data geografis, demografis, psikografis, perilaku, sosial-budaya dan sebab-akibat atau kecenderungan masyarakat pemilih (dalam bidang politik). Secara ringkas, kondisi geografis dan demografis, Jawa tengah terdiri atas 35 kabupaten/kota yang dihuni sebanyak 39,2 juta jiwa, di mana lebih dari 27 juta jiwa penduduk Jawa tengah memiliki hak pilih dalam Pilgub Jawa tengah 2013. Dari sisi profesinya, mayoritas penduduk Jawa tengah bekerja di sektor pertanian. Dari sisi jenis kelamin, jumlah penduduk berjenis kelamin wanita jauh lebih besar dibandingkan jumlah penduduk pria. Sebagian besar penduduk Jawa tengah tercatat tidak pernah mengenyam bangku pendidikan dan hanya tamat SD/MI. Secara ekonomis, jumlah penduduk miskin di Jawa tengah saat ini sebanyak 4.863.410 jiwa. Dengan data geografi dan demografi di atas, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko bisa mengatur strategi kampanye yang tepat sasaran, dengan menjadikan isu pemberdayaan masyarakat miskin, peningkatan mutu pendidikan, pemberdayaan kaum wanita dan pembangunan fasilitas infrastruktur sebagai program kerja pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. Sedangkan data psikografis dibutuhkan untuk menentukan kecenderungan sikap politik masyarakat pemilih di Jawa tengah, sebagian besar penduduk Jawa tengah didominasi suku Jawa, dengan bahasa keseharian adalah dialektika Jawa yang masih fanatik pada budaya Jawa (*Kejawen*) dengan mayoritas penduduknya Muslim. Jawa tengah adalah

basis masyarakat *abangan* atau Kejawen. Bila dipetakan secara psikografis, penduduk Jawa tengah yang tinggal di 35 kabupaten/kota dapat dikelompokkan menjadi 3 grup, yakni daerah agamis, sosialis dan nasionalis. Data psikografi ini digunakan untuk menentukan slogan-slogan yang dibuat sedekat mungkin dengan karakter atau psikologi masyarakat Jawa tengah yang “*Kejawen*”. Kesadaran politik masyarakat Jawa tengah tergolong cukup rendah. Dan akses publik terhadap media di Jawa tengah tertinggi adalah televisi. Data perilaku pemilih Jawa tengah ini dijadikan landasan dalam menentukan pilihan pemasangan iklan kampanye yang efektif dan efisien di media massa. Di mana tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko memasang iklan di televisi dan ditayangkan pada saat *prime time*. Secara sosial-budaya, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko juga menggandeng Ormas Islam terbesar di Jawa tengah yakni NU dan Muhammadiyah, sekaligus para tokoh agama dan masyarakat lain. Dan terakhir segmentasi yang didasarkan pada sebab-akibat, di mana pemilih di Jawa tengah terdiri atas pemilih rasional, kritis, tradisional dan skeptis.

Ketiga, setelah langkah psegmentasian pasar (pemilih) sudah selesai dilakukan sebagaimana sudah diuraikan pada bagian di atas; maka langkah selanjutnya yang tak bisa dipisah-pisahkan yakni dengan melakukan *positioning* politik. Tujuannya yakni, untuk menggiring pemilih ke bilik suara dengan strategi mobilisasi dan berburu pendukung *push marketing*. Citra menjadi penting, karena citra politik terdiri atas program kerja pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa tengah, isu politik yang diangkat dan citra personal Calon Gubernur dan Wakil Gubernur sekaligus pimpinan partai politik pengusung kandidat tersebut. Langkah *positioning* politik dalam Pilgub Jawa tengah 2013 di atas meliputi: penetapan visi dan misi, membuat program kerja dan *tagline*, menetapkan agenda kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dan menganalisis kekuatan sekaligus kelemahan kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2009). *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Evans, Kevin dkk. (2008). *Kumpulan Materi Seminar Menuju Pemilu 2009 Pilkada dan Pilgub Jawa tengah*. Semarang: FISIP UNDIP.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- <http://www.kpu-Jawa-tengahprov.go.id>
- Koran Sindo edisi 3 Mei 2013.
- Supadiyanto. (2013). *Matematika Politik Pilgub Jawa tengah*. Harian Umum Barometer edisi 1 April 2013.
- _____. (2013). *Parpol, Kekuasaan dan Konflik Kepentingan Bernegara*, Harian Pagi Jawa tengah Pos-Jogjakarta Pos edisi 11 Februari 2013.
- _____. (2013). *Pemilu 2014 dan Manuver Politik ala Ken Arok*. Harian Pagi Jawa tengah Pos-Jogjakarta Pos edisi 26 Januari 2013.
- _____. (2013). *Peta Kekuatan 10 Partai*, Harian Umum Pelita edisi 1 Januari 2013; atau bisa dibaca di sini: <http://harian-pelita.pelitaonline.com/cetak/2013/01/30/peta-kekuatan-10-partai#.UQmnGNQyhe4>.
- _____. (2013). *Pilgub Jawa tengah & Politik Hegemoni*. Koran Pagi Wawasan edisi 22 Januari 2013.
- _____. (2013). *Pilgub Jawa tengah dan Pertarungan Elite Politik*. Koran Sindo edisi 24 Mei 2013.
- _____. (2013). *Relasi Korupsi dan Kemiskinan di Jawa tengah*. Koran Sindo edisi 4 Maret 2013. atau bisa dibaca di sini: <http://www.koran-sindo.com/node/297653>
- Tim Peneliti CSPA FISIP UNDIP. (2008). *Executive Summary Studi Perilaku Memilih Pada Pilgub Jawa tengah 2*. Semarang: FISIP UNDIP.