

STRATEGI KAMPANYE PASANGAN SUDRAJAT-AHMAD SYAIKHU (Asyik) PADA PEMILIHAN GUBERNUR JAWA BARAT 2018

Mia Rahmawati & Yusa Djuyandi

Email: Mia15003@mail.unpad.ac.id &

Yusa.djuyandi@unpad.ac.id

ABSTRAK

Pemilihan gubernur Jawa Barat adalah salah satu pemilihan tingkat daerah paling besar di Indonesia, hal ini dikarenakan Jawa Barat memiliki jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) terbanyak di Indonesia, yaitu sebanyak tiga puluh satu juta pemilih atau satu per lima dari total DPT se-Indonesia. Pasangan Asyik menjadi salah satu dari empat calon yang berkontestasi dalam pemilihan gubernur Jawa Barat sekaligus menjadi satu-satunya calon yang muncul dari partai oposisi pemerintah. Dalam survei elektabilitas yang dilakukan selama beberapa bulan sampai beberapa hari sebelum pemilihan, pasangan Asyik termasuk ke dalam dua paslon dengan elektabilitas terendah. Melalui hasil ini, maka menjadi menarik bagi penulis untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh Asyik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data berasal dari data primer dan sekunder serta pengumpulan data melalui studi kepustakaan dari buku, jurnal dan artikel. Berdasarkan penelitian, Asyik menggunakan isu kelompok masyarakat Muslim, khususnya yang pernah turut serta dalam Aksi 212. Isu ini juga berkorelasi dengan citra utama mereka sebagai satu-satunya pasangan dari partai oposisi, sehingga tagar 2018 Asyik Menang, 2019 Ganti Presiden adalah bagian dari propaganda yang mereka keluarkan sebagai politik penyerangan kepada pihak lawan, terlebih bertujuan pula untuk memberikan diferensiasi khusus antara paslon Asyik dengan paslon lain di mata masyarakat pemilih Jawa Barat.

Kata kunci: *Pilgub Jawa Barat 2018, Asyik, Strategi kampanye*

ABSTRACT

The election of the governor of West Java is one of the largest regional level elections in Indonesia, mainly because West Java has the highest number of Permanent Voter Lists (Daftar Pemilih Tetap/DPT) in Indonesia, which is thirty-

one million voters or one-fifth of the total DPT in Indonesia. Asyik is one of four candidates who contest in the local election of West Java and became the only one candidate who emerged from the government's opposition party. In the electability survey conducted for several months to several days before the election, Asyik was included in the two pairs with the lowest electability. Through the results, author was interested to know and analyze how Asyik conducted their campaign strategy to faced the election. In this study, the author used a qualitative method with a descriptive approach. Data collection comes from primary and secondary data and collection data through literature studies from books, journals and articles. Based on the results of the study, Asyik uses economic issues as the most dominating issue of campaign promises. However, their main strength is actually on the issue of publicity, where they have targeted Muslim community groups, especially those who have participated in the 212 action. This issue also correlates with their main image as the sole partner of the opposition party, so the hashtag 2018 Asyik Menang, 2019 Ganti Presiden, is a part of the main campaign that they emit as a political attack on the opposing party, especially aimed at providing a special differentiation between Asyik with another candidates in the eyes of the voters in West Java.

Key words: *The election of the governor of West Java, Asyik, Campaign strategy*

PENDAHULUAN

Tahun 2018 merupakan tahun politik bagi masyarakat Indonesia. Pasalnya, pada tahun tersebut Indonesia menyelenggarakan pesta demokrasi berupa pemilihan kepala daerah yang dilakukan secara serentak (Pilkada Serentak) untuk menentukan gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati, wali kota/wakil wali kota di 171 daerah di seluruh Indonesia. Jumlah 171 daerah tersebut terdiri dari 17 provinsi, 39 kota, dan 115 kabupaten yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.¹ Pemilihan kepala daerah menjadi salah satu momentum penting dalam penyelenggaraan demokrasi di Indonesia karena merupakan aktivitas di mana kandidat maupun partai politik dapat menyampaikan pesan-pesan dan gagasan-gagasan politiknya, sehingga terlahir kepala daerah dalam rangka membentuk kekuasaan tingkat lokal atau daerah yang benar-benar mampu memberikan keefektifan demokrasi pada tingkat lokal (daerah) yang berlandaskan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat (Narendra, 2012). Salah satu provinsi yang juga melaksanakan Pilkada Serentak di tahun 2018 adalah Provinsi Jawa Barat.

Dalam pelaksanaan Pilkada Serentak 2018, Provinsi Jawa Barat menyelenggarakan pemilihan gubernur dan wakil gubernur yang akan menduduki kursi kepemimpinan Jawa Barat untuk periode 2018-2023. Pemilihan gubernur dan wakil gubernur di Jawa Barat menjadi salah satu penyelenggaraan Pilkada yang menarik perhatian masyarakat Indonesia. Pasalnya, Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) paling banyak di Indonesia, yakni sebanyak 31.730.039 pemilih dari total 152.050.861 pemilih yang tersebar di seluruh Indonesia² atau sekitar satu per lima dari total pemilih di Indonesia. Jumlah yang cukup banyak ini membuat Jawa Barat kerap disebut pula sebagai lumbung suara terutama sebagai anjang-ancang dan pemanasan dalam pemilihan presiden

¹ Detik.com, (2017), "Ini 171 Daerah yang Gelar Pilkada Serentak 27 Juni 2018", Sumber: <https://news.detik.com/berita/d-3479819/ini-171-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-27-juni-2018> [Diakses 28 Juni 2018].

² Website KPU Republik Indonesia, (2018), "Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak Tahun 2018", Sumber: <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/pemilih/dpt/1/nasional> [Diakses pada 11 Juli 2018].

yang akan diselenggarakan pada tahun 2019. Pemenang dalam Pemilihan Gubernur/Wakil Gubernur Jawa Barat ini diprediksikan oleh banyak pihak dapat berpengaruh terhadap pemetaan pemenang Pemilihan Presiden 2019 mendatang. Melihat potensi tersebut, maka persaingan dalam perebutan kursi kekuasaan tertinggi di Jawa Barat menjadi menarik. Setiap pasangan calon berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan perhatian dan dukungan dari masyarakat guna memenangkan Pilkada.

Pemilihan Gubernur Jawa Barat sendiri, diikuti oleh empat pasangan calon, yaitu (1) Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum (Rindu) yang didukung oleh Partai Nasdem, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Hanura; (2) Tubagus Hasanuddin dan Anton Charliyan (Hasanah) yang didukung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP); (3) Sudrajat dan Ahmad Syaikhu (Asyik) yang didukung oleh Partai Gerindra, Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Amanat Nasional (PAN); serta (4) Deddy Mizwar dan Dedi Mulyadi (Dua DM) yang didukung oleh Partai Demokrat dan Golongan Karya (Golkar).

Di antara keempat calon yang berkompetisi dalam pemilihan gubernur Jawa Barat 2018, pasangan Asyik merupakan satu-satunya pasangan calon yang diusung oleh partai oposisi, sedangkan ketiga calon lainnya adalah pasangan yang berasal dari partai pro-pemerintah. Kedudukan ini kemudian menjadi daya tarik di mana persaingan antara Asyik dengan ketiga paslon lainnya dapat memberikan gambaran awal atau pemanasan kontestasi politik pemilihan presiden yang berlangsung di tahun 2019, di mana persaingan terjadi antara kubu Joko Widodo dengan Prabowo Subianto.

Dalam survei elektabilitas pasangan calon yang dilakukan oleh beberapa lembaga survei sepanjang bulan Juni 2018, menunjukkan tingkat elektabilitas yang tinggi terhadap pasangan calon nomor urut 1 (Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum) dan nomor urut 4 (Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi), di atas dua pasangan calon lainnya, yaitu nomor urut 2 (Tb Hasanuddin-Anton Charliyan) dan nomor urut 3 (Sudrajat-Ahmad Syaikhu). Bahkan selisih antara hasil yang diperoleh Rindu dan Dua DM berbeda jauh dengan hasil yang diperoleh pasangan Asyik dan Hasanah.

Tabel 1.

Hasil Survei Elektabilitas Pasangan Calon Sepanjang Bulan Juni Tahun 2018

Lembaga Survei	Ridwan Kamil- UuRuzhanulUlum	Tb. Hasanuddin- Anton Charliyan	Sudrajat- Ahmad Syaikhu	dy Mizwar- DediMulyadi
Indo Barometer	36,9 %	5 %	6,1 %	30,1 %
SMRC	43,1 %	6,5 %	7,9 %	34,1 %
LSI	38,0 %	7,7 %	8,2 %	36,6 %
Poltracking	42,0 %	5,5 %	10,7 %	35,8 %
Instrat	33,92 %	8,67 %	8,5 %	38,17 %

Sumber: Merdeka.com, 2018

Survei di atas dilakukan sekitar satu bulan sampai lima hari sebelum pelaksanaan Pilkada yang diselenggarakan pada 27 Juni 2018. Hasil sebaliknya diperoleh pasangan Asyik dan Hasanah yang tingkat elektabilitasnya jauh lebih rendah dibandingkan pasangan Rindu dan Dua DM. Hasil yang diperoleh ini mendorong pasangan Asyik untuk segera melakukan evaluasi dan memetakan strategi kemenangan yang tepat untuk bisa menarik suara pemilih dalam Pilgub yang dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2018. Terlebih lagi, dengan kedudukan mereka sebagai satu-satunya pasangan oposisi pemerintah, pasangan Asyik setidaknya memiliki dorongan lebih untuk bisa memenangkan pemilihan sebagai langkah awal ataupun barometer dan tolak ukur dalam menarik suara masyarakat Jawa Barat serta pemetaan strategi dalam skala pemilihan yang lebih tinggi yakni Pemilihan Presiden 2019.

Dalam penelitian ini, Pilkada Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah DPT terbesar di Indonesia membuat persaingan antarkandidat yang berkompetisi menjadi menarik karena diasumsikan sebagai gambaran atau pijakan awal dalam pemilihan presiden 2019. Status pasangan Asyik sebagai satu-satunya pasangan calon yang diusung oleh partai oposisi pemerintah secara tidak langsung

menempatkan Asyik pada posisi tunggal dalam persaingan satu lawan tiga. Posisi ini juga membawa implikasi terbentuknya polarisasi masyarakat antara pihak yang mendukung pemerintah lewat representasi sosok Joko Widodo (Jokowi) dengan pihak yang kontra Jokowi. Pasangan Asyik mewakili pihak oposisi didorong idealnya untuk mampu bersaing dengan ketiga pasangan calon lainnya yang berasal dari kubu Jokowi. Namun, hasil survei elektabilitas yang dilakukan oleh lembaga survei sampai lima hari sebelum pemilihan, menempatkan Asyik di posisi ketiga atau termasuk dua terendah, sedangkan pasangan Rindu dan Dua DM unggul jauh di posisi pertama dan kedua. Di sisi lain, jumlah dari pemilih gamang atau *swing voters* dan *undecided voters* di Jawa Barat yakni sekitar 20,8% yang mana penggarapan akan kelompok pemilih ini dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap hasil perolehan suara. Berdasarkan hasil survei elektabilitas dan jumlah pemilih gamang tersebut, Asyik didorong untuk bisa mempertahankan dukungan dari kelompok pemilih yang mendukungnya sekaligus menggarap pemilih yang masih belum memutuskan secara pasti akan memilih siapa.

Pada akhirnya, ketika pelaksanaan Pilgub Jawa Barat yang diselenggarakan 27 Juni 2018 lalu, pasangan Asyik berhasil memperoleh jumlah suara yang tinggi hingga mencapai tiga kali lipat dari hasil survei elektabilitas, yakni sebesar 28,74 persen suara; kalah tipis dengan pasangan Rindu yang memenangkan Pilgub dengan perolehan suara 32,88 persen suara.

Tabel 2. Hasil Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018

Pasangan Calon	Perolehan Suara	Persentase Perolehan Suara
Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum	7.226.254 suara	32,88 %
Tb. Hasanuddin-Anton Charliyan	2.773.078 suara	12,62 %
Sudrajat-Ahmad Syaikh	6.317.465 suara	28,74 %

Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi	5.663.198 suara	25,77 %
---------------------------	-----------------	---------

Sumber: Website Resmi KPU (kpu.go.id), 2018

Berdasarkan hasil rekapitulasi suara yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum tersebut, penulis melihat bahwa pasangan Asyik mampu memanfaatkan momentum waktu kampanye yang tersedia untuk meningkatkan elektabilitas mereka di mata masyarakat sehingga berbuah manis dengan melejitnya suara mereka ketika hari pemilihan. Meskipun tidak memenangkan pemilihan gubernur, jika dibandingkan dengan perolehan suara yang mereka dapatkan dalam hasil survei elektabilitas, Asyik dapat dikatakan berhasil dalam menerapkan strategi kampanyenya. Pasalnya, mereka mampu bersaing ketat dengan pasangan Rindu yang selalu menang dalam berbagai survei elektabilitas, serta mampu menyalip pasangan Dua DM yang sebelumnya pun selalu unggul jauh di atas pasangan Asyik. Atas hal itu penulis tertarik untuk mendalami bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh Asyik untuk mendapatkan dukungan masyarakat pemilih pada saat hari pemilihan gubernur Jawa Barat 2018.

Kampanye sendiri secara konseptual memang menjadi bagian yang inheren dalam proses politik, terutama dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah. Menurut Pawito (2009) kampanye merupakan upaya sistematis untuk memengaruhi khalayak, terutama calon pemilih guna memberikan dukungan atau suaranya kepada partai politik atau kandidat yang sedang berkompetisi dalam suatu pemilihan. Upaya sistematis tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk langkah-langkah yang telah direncanakan dengan melihat situasi kondisi lapangan, serta mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki untuk digunakan secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan yang hendak dicapai dari proses kampanye. Langkah-langkah terencana ini kemudian dikenal dengan istilah strategi kampanye.

Cangara (2016) menjelaskan bahwa sebagai bagian dari komunikasi politik, strategi kampanye perlu menekankan pada aspek terjalannya komunikasi politik antara komunikator dengan komunikan. Di sisi lain, Pawito (2009) melihat bahwa strategi kampanye berkaitan dengan proses pemasaran politik atau pembungkusan

branding image yang baik terhadap segmentasi pemilih yang telah ditentukan. Dengan demikian, gagasan politik antara kandidat yang kemudian disampaikan kepada pemilih, serta bagaimana gagasan itu dapat tepat sasaran sesuai dengan segmentasi pemilih menjadi indikator-indikator utama dalam proses perumusan strategi.

Untuk melihat aspek-aspek tersebut, penulis menggunakan teori Schroder (2013) yang secara teoritis membagi strategi kampanye ke dalam empat indikator strategi yang terdiri dari: (1) *pemilihan isu*, yaitu gagasan yang hendak ditawarkan partai atau kandidat dalam kampanye; (2) *pemusatan kekuatan*, yakni upaya pemusatan segenap kekuatan hanya pada beberapa isu yang potensial saja, dan tidak mencoba-coba menyerang atau mempertahankan semua bidang isu sekaligus; (3) *politik penyerangan*, adalah upaya membujuk atau menarik perhatian pemilih lawan melalui isu yang paling mampu memberikan perbedaan dengan pihak lawan serta berusaha untuk mengajak pemilih lawan melepaskan dukungannya; (4) *pemanfaatan kekuatan langsung dan tidak langsung*, adalah pemanfaatan yang seimbang antara kekuatan langsung (tim sukses) dan tidak langsung (organisasi sayap dan relawan) dalam proses kampanye politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui wawancara sebagai sumber data primer, serta melalui pengumpulan data berita, informasi, dan internet sebagai sumber data sekunder. Untuk itu desain penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini dipakai karena dianggap tepat dan relevan dengan masalah penelitian sehingga bisa menjawab pertanyaan penelitian melalui interpretasi data dan menggali proses serta makna di dalamnya.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses perumusan strategi kampanye Asyik, di antaranya Ketua Tim Sukses Asyik, Tim Media Asyik, serta Koordinator Relawan Asyik. Sedangkan sumber data sekunder meliputi dokumen-dokumen serta literatur-literatur yang berhubungan dan relevan dengan strategi kampanye Asyik.

Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini didasarkan pada proses triangulasi di mana penulis melakukan perbandingan dan mengecek kembali kepercayaan data yang diperoleh dari informan dengan menyesuaikannya melalui berbagai sumber, baik data primer ataupun sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilu merupakan keniscayaan dalam negara yang menganut sistem demokrasi. Sirkulasi pergantian kepemimpinan dilakukan melalui mekanisme pemilihan yang diikuti oleh kandidat pasangan calon ataupun partai politik. Pemilihan umum dapat terjadi pada berbagai tingkatan, baik di tingkat nasional, provinsi, kabupaten atau kota. Dalam pelaksanaan pemilihan kepala daerah serentak tahun 2018, Provinsi Jawa Barat menyelenggarakan pemilihan gubernur dan wakil gubernur yang akan menduduki kursi kepemimpinan Jawa Barat untuk periode 2018-2023. Pemilihan gubernur dan wakil gubernur di Jawa Barat menjadi salah satu penyelenggaraan Pilkada yang menarik perhatian masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) paling banyak di Indonesia, yakni sebanyak 31.730.039 pemilih dari total 152.050.861 pemilih yang tersebar di seluruh Indonesia³ atau sekitar satu per lima dari total pemilih di Indonesia.

Pasangan Sudrajat-Ahmad Syaikhu merupakan salah satu pasangan calon yang turut menjadi peserta dalam pemilihan gubernur Jawa Barat 2018. Dalam kompetisi perebutan kursi gubernur, pasangan Sudrajat-Ahmad Syaikhu memiliki strategi kampanye pemilihan yang menjadi senjata serta panduan kerja mereka, sebagaimana yang dikatakan oleh Karl von Clausewitz (dalam Cangara, 2016) bahwa merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang.” Artinya, pasangan Sudrajat-Ahmad Syaikhu pun akan menggunakan seluruh sarana perang mereka untuk mencapai tujuan perang mereka, yakni kursi gubernur Jawa Barat.

³ Website KPU Republik Indonesia, (2018), “Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak Tahun 2018”, Sumber: <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/pemilih/dpt/1/nasional> [Diakses pada 11 Juli 2018].

Dalam upaya merumuskan dan mengimplementasikan strategi kampanye pemilihan, terdapat beberapa variabel yang perlu dipertimbangkan atau dilakukan oleh tim sukses atau tim pemenangan. Peter Schroder (2013) merumuskan strategi-strategi tersebut dalam beberapa indikator yang akan penulis jadikan sebagai perangkat analisis dalam menginterpretasikan temuan data yang penulis temukan di lapangan.

Pemilihan Isu

Dalam proses pemilihan isu, pasangan Asyik mengumpulkan beberapa isu yang menjadi perhatian mereka dengan pijakan awal berupa penelitian terhadap masyarakat yang meliputi karakter-karakter ekonomi-sosial-kultural masyarakat pemilih, adat-kebiasaan, kecenderungan-kecenderungan dan aspirasi-aspirasi pemilih. Pengumpulan data ini perlu dilakukan agar isu dan program yang diangkat, selaras dengan kebutuhan masyarakat. Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, pasangan Asyik menemukan beberapa isu strategis yang menjadi perhatian masyarakat. Isu-isu tersebut meliputi isu ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan keumatan.

Isu ekonomi diangkat berdasarkan keadaan ekonomi Jawa Barat yang masih memiliki permasalahan, di antaranya: pemerataan tingkat kesejahteraan masyarakat yang masih belum merata, kemiskinan, dan pengangguran. Badan Pusat Statistik Jawa Barat mengungkapkan bahwa indeks gini rasio Jawa Barat per September 2017, mencapai 0,393 dan termasuk ke dalam provinsi yang memiliki gini rasio di atas rata-rata gini rasio nasional yang mencapai 0,391.⁴ Selain itu, tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Jawa Barat per Agustus 2017 adalah 8,22 persen,⁵ jauh di atas rata-rata TPT nasional yang duduk di angka 5,50 persen.⁶ Tingkat kemiskinan di Jawa Barat juga menjadi persoalan. Meskipun jumlahnya terus

⁴Badan Pusat Statistik Jawa Barat, (2018), "Gini Ratio Provinsi Jawa Barat 2002-2017", Sumber: <https://jabar.bps.go.id/statictable/2017/07/25/193/gini-ratio-provinsi-jawa-barat-2002-2017.html>

⁵Badan Pusat Statistik Jawa Barat, (2018), *Keadaan Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat Agustus 2017*, Publikasi Rutin Badan Pusat Statistik, Katalog 2303004.32.

⁶Badan Pusat Statistik, (2018), *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2018*, Berita Resmi Statistik: Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2018 No. 42/05/Th. XXI, 07 Mei 2018.

menurun tiap tahun, disparitas kemiskinan perkotaan dan pedesaan cukup tinggi. Persentase penduduk miskin pada September 2017 di perkotaan sebesar 6,76 persen, sedangkan di pedesaan mencapai 10,77 persen.⁷ Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, maka isu ekonomi menjadi salah satu isu penting yang diangkat oleh pasangan Asyik. Hal ini juga dilakukan oleh pasangan calon lain yang turut mengangkat isu ekonomi sebagai program mereka, dengan penyelesaian berupa program-program yang berorientasikan pada upaya peningkatan kesejahteraan, penyerapan tenaga kerja, dan pengentasan masyarakat dari kemiskinan.

Isu pendidikan menjadi isu penting yang turut diangkat dikarenakan keadaan pendidikan di Jawa Barat yang masih diliputi beberapa problematik. Salah satunya adalah terkait dengan angka partisipasi kasar (APK) pendidikan menengah di Jawa Barat pada tahun 2017 yang tergolong masih rendah, yakni hanya 72,35 persen.⁸ Angka ini di bawah rata-rata APK nasional yang mencapai 75,81 persen.⁹ Fasilitas pendidikan berupa ruang kelas pun masih perlu dibenahi, hal ini terlihat dari persentase ruang kelas sekolah menengah yang mengalami kerusakan ringan sebanyak 45,47 persen.¹⁰ Ditambah lagi dengan permasalahan guru di Jawa Barat, seperti ketidaksesuaian antara kebutuhan dengan pasokan guru, jumlah guru terlalu banyak dan distribusinya tidak merata, ketidakhadiran guru di sekolah, dan masalah peningkatan kualitas guru.¹¹ Dengan rangkaian permasalahan tersebut, menjadi penting bagi Asyik untuk mengangkat permasalahan pendidikan ke dalam isu yang mereka angkat dan tawarkan kepada masyarakat. Selain Asyik, pasangan calon lain pun turut mengangkat isu pendidikan ke dalam janji kampanye sebagai bentuk jaminan terhadap penyelesaian masalah pendidikan di Jawa Barat.

⁷ Badan Pusat Statistik Jawa Barat, (2019), *Kemiskinan dan Ketimpangan di Jawa Barat September 2018*, Berita Resmi Statistik: No.05/01/32/Th. XXI, 15 Januari 2019.

⁸ Situs Resmi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *APK/APM Kemdikbud Indonesia*.

⁹ *Ibid*

¹⁰ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, (2016), *Ringkasan Pendidikan Statistik Indonesia 2015/2016*, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan.

¹¹ Situs Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat, (2016), "Tiga Masalah Guru di Indonesia", Sumber: <https://jabarprov.go.id/index.php/news/16352/2016/03/07/Tiga-Masalah-Guru-di-Indonesia>

Isu kesehatan di Jawa Barat memiliki cakupan yang kompleks dan beragam. Salah satunya adalah terkait dengan *stunting*, atau kondisi gagal tumbuh pada anak balita (bayi di bawah lima tahun) akibat dari kekurangan gizi kronis sehingga anak terlalu pendek untuk usianya. Jawa Barat menjadi provinsi dengan kabupaten/kota yang mengalami jumlah kasus *stunting* yang cukup tinggi, yaitu prevalensi jumlah kasus *stunting* terbesar terjadi di Kabupaten Bandung Barat dengan angka 52,55 persen atau sebanyak 76.148 balita terkena *stunting*.¹² Di samping itu, angka kematian ibu (AKI) di Jawa Barat juga tergolong tinggi. Pada tahun 2016, terdapat 780 kasus kematian ibu melahirkan karena kehamilan, persalinan, dan nifas.¹³ Belum lagi dengan keterbatasan akses layanan kesehatan di beberapa wilayah di Jawa Barat, belum meratanya persebaran tenaga medis, dan mahal biaya kesehatan. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadikan isu kesehatan merupakan prioritas yang juga diperhatikan oleh pasangan Asyik serta ketiga pasangan calon lainnya dengan cara mengeluarkan program-program yang berorientasikan pada keterjangkauan akses kesehatan, peningkatan kualitas gaya hidup masyarakat, dan peningkatan kualitas fasilitas kesehatan.

Selain ketiga isu tersebut, Asyik juga mengangkat isu keumatan sebagai salah satu gagasan yang mereka tawarkan kepada masyarakat pemilih. Setidaknya hal itu terlihat dari salah satu program unggulan mereka yang menjanjikan lima belas ribu pesantren sejahtera dan mandiri, serta tunjangan guru MA dan Pesantren. Adanya isu keumatan didasari oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sebagai salah satu partai pengusung pasangan calon Sudrajat-Ahmad Syaikhul yang merupakan partai Islam. Oleh karena itu, kepentingan dalam isu ini pun berkaitan dengan kelompok dan wilayah masyarakat Muslim. Keuntungan strategis yang didapat dari isu keumatan juga berkaitan dengan jumlah penduduk Muslim di Jawa Barat yang mencapai sembilan puluh persen dari keseluruhan jumlah penduduk di Jawa

¹² Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, (2017), *100 Kabupaten/Kota Prioritas untuk Intervensi Anak Kerdil (Stunting)*, Jakarta: Sekretariat Wakil Presiden Republik Indonesia.

¹³ Pikiran Rakyat, (2017), "Angka Kematian di Jabar Turun", Sumber: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/02/12/angka-kematian-ibu-di-jabar-turun-393257>

Barat.¹⁴ Selain itu, basis ideologi PKS sebagai partai Islam juga sangat membantu dalam proses penggarapan isu di mana tim sukses pasangan Asyik memiliki kompetensi dan pengalaman yang sangat mumpuni dalam mengelola isu dan kebijakan yang berkaitan dengan topik keumatan.

Isu keumatan juga dapat menjadi pembeda yang cukup jelas antara pasangan Asyik dengan kandidat pasangan dari kubu lawan. Meskipun pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum (Rindu) juga mengangkat isu keumatan melalui program Pesantren Juara, citra Ridwan Kamil sebagai figur yang dekat dengan sosok milenial lebih menonjol dan sangat dikenali oleh masyarakat sehingga isu keumatan sama sekali tidak tersoroti oleh masyarakat terhadap pasangan Rindu. Isu keumatan justru memang lebih dekat dengan sosok Ahmad Syaikhu sebagai figur yang dikenal suka berselawat dan sangat agamis. Terlebih dengan adanya dukungan para ulama dan tokoh-tokoh agama kepada pasangan Asyik, seperti Ustaz Hannan Attaki, Ustaz Arifin Ilham, dan Habib Rizieq Shihab, menjadikan citra pasangan Asyik sebagai pasangan religius yang siap membawa penyelesaian terhadap permasalahan umat menjadi kekuatan utama mereka.

Berdasarkan keadaan dan situasi yang telah diuraikan, maka kekuatan utama Asyik dalam hal pemilihan isu adalah berkaitan dengan isu-isu keumatan. Mereka memiliki figur kandidat dan mesin partai yang dekat dengan citra isu keumatan. Sementara isu ekonomi, pendidikan, dan kesehatan menjadi isu penunjang yang secara normatif harus diangkat oleh Asyik dikarenakan keadaan sosial-politik Jawa Barat yang memiliki permasalahan-permasalahan kompleks pada isu-isu tersebut. Selain itu, isu keumatan juga menjadi nilai yang membedakan Asyik dengan pasangan calon lainnya. Hal ini dikarenakan tidak semua pasangan calon turut serta menyinggung isu keumatan. Lain halnya dengan isu ekonomi, kesehatan, dan pendidikan yang juga dibahas dan disinggung oleh pasangan calon lain dan menjadi isu umum (*common issues*).

¹⁴ Badan Pusat Statistik Jawa Barat, (2016), *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2016*, (<http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/berkas/jabardalamangka/747Provinsi-Jawa-Barat-Dalam-Angka-2016.pdf>)

Pemusatan Kekuatan

Dalam penyusunan strategi, pemusatan kekuatan perlu dilakukan guna pemanfaatan sumber daya yang efisien dan terencana. Pada proses perumusan isu sebelumnya, pasangan Asyik memiliki kelebihan potensial dalam menggarap isu keumatan, terutama terkait dengan keterhubungan kelompok Muslim. Pemusatan kekuatan terhadap potensi ini dapat memberikan efisiensi dan efektivitas tim sukses Asyik dalam bekerja. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kampanye dengan memerhatikan karakteristik kelompok Islam yang ada pada setiap daerah. Proses *treatment* kampanye menjadi tepat sasaran karena disesuaikan dengan keadaan sosiologis, psikologis, identitas dan karakteristik masyarakat sehingga mampu meminimalisir adanya penghamburan sumber daya baik berupa waktu, tenaga ataupun dana.

Berdasarkan pengelompokan atas isu keumatan, karakteristik pemilih di Jawa Barat terbagi ke dalam empat zona. *Zona pertama*, adalah pemilih tradisional. Pemilih jenis ini adalah kelompok masyarakat yang masih kental dalam menganut dan melestarikan kebudayaan-kebudayaan tradisional daerah. Pemilih jenis ini pun kebanyakan berasal dari daerah Priangan seperti Ciamis, Garut, Pangandaran, dan Tasikmalaya. Untuk mendekati pemilih dengan tipe Muslim tradisional seperti ini, tim sukses Asyik melakukan pendekatan terhadap ustaz atau kiai. Hal ini dikarenakan dalam masyarakat tradisional, mereka memiliki kecenderungan untuk mengikuti apa yang dikatakan atau dilakukan oleh tokoh agama dan tokoh masyarakat yang menjadi panutan di sana.

Oleh karena itu, penekanan strategi yang dilakukan oleh Asyik pada daerah zona pertama ini adalah dengan mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para ustaz atau kiai daerah, serta rajin melakukan silaturahmi sebagai bentuk politis meminta dukungan dan doa restu dalam proses rangkaian pemilihan gubernur-wakil gubernur Jawa Barat. Isu-isu berupa gagasan kebijakan tidak terlalu ditekankan dan ditonjolkan kepada masyarakat.

Zona kedua, adalah masyarakat Muslim Abangan. Daerah yang termasuk ke dalam zona ini di antaranya seperti Cirebon dan Indramayu. Dalam melakukan proses kampanye pada kelompok Muslim Abangan, isu yang diangkat tidaklah

berkaitan dengan keagamaan atau keumatan, sebab budaya masyarakat di sana tidak terlalu *aware* dengan isu agama. Tim sukses Asyik lebih mengutamakan dan menekankan isu sosial masyarakat seperti ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. seperti meningkatkan kesejahteraan petani, kebijakan memperluas lapangan kerja, peningkatan fasilitas kesehatan, dan kebijakan untuk mempermudah akses pendidikan.

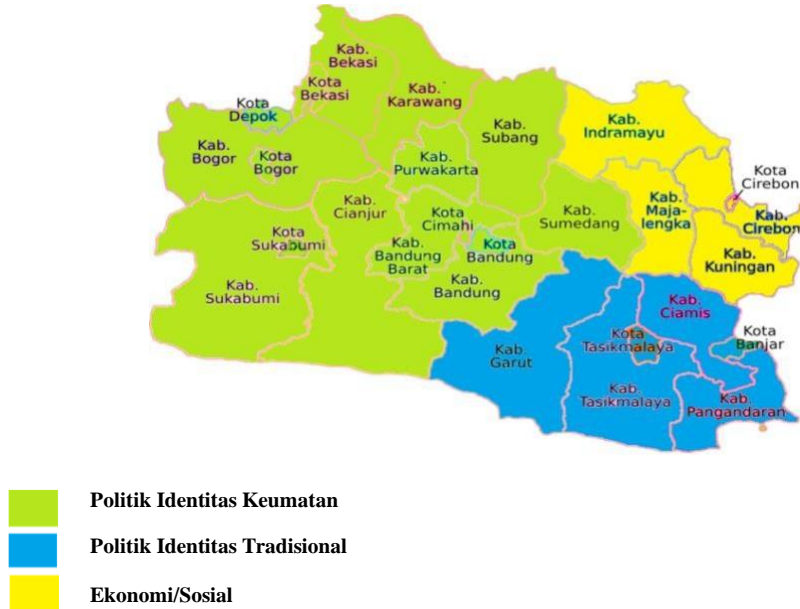
Zona ketiga adalah masyarakat Muslim menengah ke atas. Tim sukses Asyik melihat masyarakat tipe ini adalah komunitas Muslim yang memiliki kesadaran mengenai kebersamaan dan pentingnya menjaga nilai-nilai keislaman. Kebanyakan dari tipe pemilih seperti ini adalah mereka yang pernah tertarik atau terlibat dalam Aksi Bela Islam 212. Zona ini digarap untuk mempertahankan suara pemilih yang pada Pilkada DKI Jakarta berada di pihak Anies-Sandi untuk turut serta mendukung Sudrajat-Ahmad Syaikhu pada pemilihan gubernur Jawa Barat 2018. Mayoritas dari pendukung utama Sudrajat-Ahmad Syaikhu adalah pemilih dalam zona ini karena merupakan kelanjutan dari koalisi Partai Gerindra, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), dan Partai Amanat Nasional (PAN) yang juga merupakan partai-partai oposisi pemerintah dan bentuk antitesa dari Jokowi.

Zona keempat adalah masyarakat non-Muslim. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang menjadi salah satu pengusung pasangan Sudrajat-Ahmad Syaikhu merupakan partai politik Islam, sehingga dalam hal ini, menggarap masyarakat non-Muslim merupakan tantangan tersendiri bagi tim pemenangan Asyik. Mereka berusaha untuk merangkul kelompok-kelompok non-Muslim dengan mengeluarkan atau menonjolkan gagasan-gagasan yang bersifat universal dan tidak eksklusif mengakomodasi kelompok Muslim saja. Namun, kelompok non-Muslim di Jawa Barat ini jumlahnya sangat sedikit, yakni 7,36 persen¹⁵ dari seluruh penduduk Jawa Barat dan tersebar di seluruh daerah, sehingga *treatment* yang dilakukan pun tidak terpusat pada daerah tertentu.

Berdasarkan pengelompokan tersebut, maka pemetaan strategi kampanye Asyik dapat disederhanakan melalui gambar berikut;

¹⁵ Badan Pusat Statistik Jawa Barat, (2016), *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2016*, BPS Provinsi Jawa Barat.

Gambar 1. Pemetaan Wilayah Strategi Kampanye Asyik



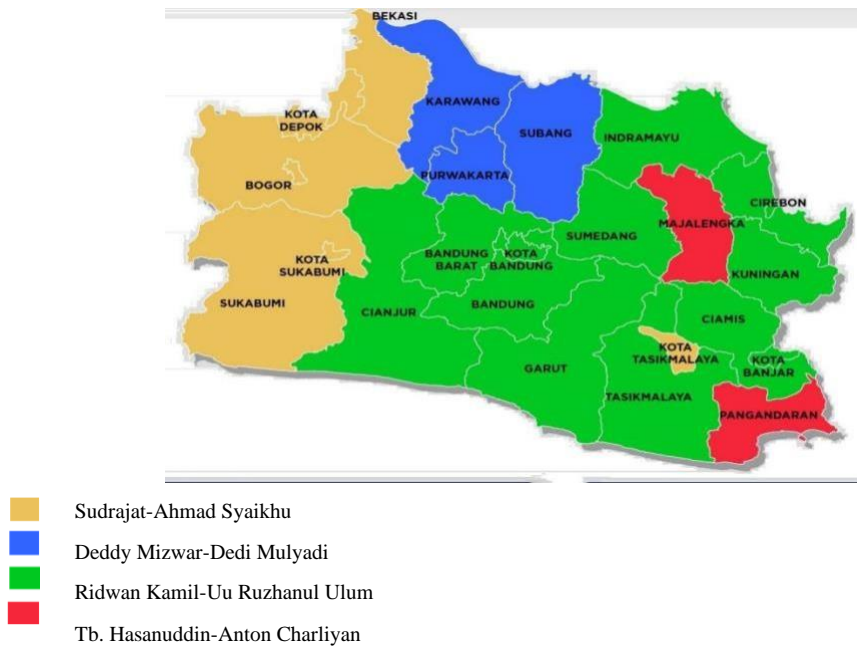
Melalui pemetaan tersebut, tampak bahwa pendekatan yang dominan dilakukan oleh Asyik adalah melalui isu-isu politik identitas berupa isu keumatan. Pada isu ini, masyarakat yang dituju adalah Muslim menengah ke atas, atau masyarakat yang turut serta dalam Aksi 212. Sedangkan politik identitas dengan pendekatan tradisional melalui ustaz atau kiai-kiai lokal hanya dilakukan pada daerah-daerah tertentu. Begitu pula dengan pendekatan melalui isu sosial-ekonomi yang hanya dilakukan di daerah dengan mayoritas Muslim Abangan.

Tim sukses Asyik menggunakan setiap isu yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan karakteristik pemilih yang ada di setiap wilayah. Meskipun begitu, apabila melihat pada karakteristik yang dimiliki oleh setiap wilayah pemilih, kekuatan utama Asyik terletak pada kelompok Muslim menengah ke atas. Usaha pendekatan terhadap kelompok masyarakat ini bahkan sudah dilakukan jauh sebelum pemilihan gubernur Jawa Barat, yakni sejak pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017. Melalui isu berbagai gerakan yang dilakukan pada saat pemilihan DKI Jakarta, tim sukses Asyik yang terdiri dari koalisi Partai Gerindra, PKS dan PAN sudah menjalin kedekatan dan hubungan baik dengan kelompok-kelompok masyarakat Muslim. Kedekatan yang terjalin itu kemudian terus dibina dan

berlanjut hingga pemilihan gubernur Jawa Barat. Dengan demikian, ketika pemilihan gubernur Jawa Barat dilaksanakan, mobilisasi massa pun akan lebih mudah dilakukan karena kedekatan yang telah terjalin sebelumnya dan telah terjalin secara berkelanjutan.

Selain mempertahankan pemilih yang pro kepada Anies, melalui zona pemilih ketiga ini, Asyik juga memperkuat figur dan citra mereka sebagai pasangan religius yang berjuang membawa isu-isu keumatan. Citra dari PKS sebagai partai Islam yang cukup impresif dalam memperjuangkan isu-isu keumatan juga memperkuat kedudukan Asyik dalam wilayah pemilih zona ketiga, terutama dalam mempertahankan kepercayaan bahwa mereka memiliki kompetensi dan dapat dipercaya oleh masyarakat Jawa Barat untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial melalui dimensi-dimensi keagamaan. Efektivitas dari strategi ini juga dapat dilihat dari hasil pemilihan gubernur Jawa Barat sendiri yang menempatkan Asyik unggul dan memperoleh banyak perolehan suara di daerah-daerah penyangga DKI Jakarta, seperti Bogor, Depok dan Bekasi.

Gambar 2. Peta Kemenangan Pilgub Jawa Barat 2018



Sumber: Kompas.com, 2018

Politik Penyerangan

Politik penyerangan perlu dilakukan untuk mengincar kemenangan atas pertarungan kontestasi politik. Salah satu unsur paling menonjol dari politik penyerangan adalah mengeluarkan isu atau gagasan yang bersifat revolusioner yang dapat menyerang lawan dan dapat menjadi akar pembeda dengan kandidat lain.

Pada penyelenggaraan Pilgub Jawa Barat, tepatnya pada debat kedua yang berlangsung di Balairung Universitas Indonesia, Senin 14 Mei 2018, pasangan Asyik memberikan *kejutan* itu dengan mengangkat kaos bertuliskan “2018 Asyik Menang, 2019 Ganti Presiden.” Adanya redaksi “2019 Ganti Presiden” berkaitan dengan tagar yang saat itu tengah populer di media sosial terkait dengan kekecewaan beberapa pihak yang merasa belum puas dengan kinerja dari Presiden Joko Widodo selama memimpin Indonesia. Pasangan Asyik yang didukung oleh Partai Gerindra dan PKS yang juga merupakan partai oposisi dari pemerintahan Jokowi pun menggunakan tagar tersebut untuk mendorong dan menarik simpati masyarakat yang tidak puas terhadap kinerja Jokowi untuk mendukung pasangan Asyik dan *menjamin* jika mereka (Asyik) menang, maka di tahun 2019, tagar “2019 Ganti Presiden” akan terwujud.

Strategi penyerangan ini secara tidak langsung mengajak para lawan dari Asyik untuk berkonfrontasi dalam proyeksi pemilihan presiden yang berlangsung di tahun 2019. Seperti diketahui, Asyik merupakan satu-satunya pasangan calon yang diusung oleh partai oposisi, sedangkan tiga paslon lainnya adalah paslon yang berada di pihak pemerintahan sehingga secara implisit, isu yang dilemparkan oleh Asyik ini merupakan serangan terbuka kepada para pihak lawan khususnya dalam menonjolkan identitas *branding* perbedaan yang dimiliki oleh paslon Asyik atas ketiga paslon lainnya.

Melalui isu itu, Asyik menunjukkan secara gamblang bahwa pemilihan gubernur Jawa Barat memang menjadi gambaran sekaligus pemanasan awal dalam persiapan menghadapi pemilihan presiden di tahun 2019. Strategi penyerangan ini sempat menuai gesekan khususnya dengan pasangan Hasanah yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), yang diketahui adalah partai dari Joko Widodo. Isu yang memanaskan itu sempat diwarnai dengan tuduhan bahwa Asyik

telah melakukan pelanggaran. Namun, sebenarnya apa yang dilakukan oleh Asyik adalah bagian dari strategi penyerangan yang pada prinsipnya menekankan sebuah kebaruan dan inovasi atas kebijakan yang telah “usang”. Selain itu, Asyik melakukan penyerangan terhadap lawan tanpa melakukan kampanye negatif atau kampanye yang bermuatan keburukan-keburukan dari pihak lawan. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Schroder, kebutuhan untuk melancarkan strategi menyerang bukanlah dengan memfitnah lawan atau mengeluarkan kampanye negatif, melainkan dengan menunjukkan kelebihan atau sisi yang menarik dari Asyik yang tidak dimiliki oleh pasangan calon lain.

Sisi menarik Asyik sebagai anti-tesa dari Joko Widodo juga merupakan strategi yang cerdas apabila meninjau dari hasil Pemilu 2014 di mana Jokowi kalah dari Prabowo Subianto dalam meraih perolehan suara di Jawa Barat. Jokowi-JK hanya mendapatkan 40,22 persen suara dibandingkan dengan Prabowo-Hatta yang mendapatkan 59,78 persen suara.¹⁶ Meskipun dinamika politik dapat terus terjadi dan tingkat elektabilitas dapat terus berubah, hasil pemilu di 2014 setidaknya dapat menjadi gambaran awal bahwa Jokowi tidak memiliki kekuatan yang terlalu dominan di Jawa Barat dan justru dukungan lebih banyak berpihak kepada Prabowo Subianto yang tidak lain adalah ketua umum Partai Gerindra yang mana merupakan partai pengusung pasangan Asyik. Oleh karena itu, Prabowo pun menjadi salah satu figur andalan yang ditonjolkan oleh timses pasangan Asyik untuk memperkenalkan Asyik kepada masyarakat pemilih. Dengan memanfaatkan sisi tersebut, Asyik menunjukkan kepada masyarakat Jawa Barat bahwa mereka berbeda dan memiliki kelebihan dibandingkan dengan pasangan lain, terutama dalam keberpihakan pada isu politik skala nasional, yakni pemilihan presiden 2019.

Pemanfaatan Kekuatan Langsung dan Tidak Langsung

Kekuatan langsung Asyik dalam kegiatan kampanye Pilgub Jabar meliputi aktivitas-aktivitas yang secara resmi dilakukan oleh partai atau tim sukses. Beberapa aktivitas tersebut di antaranya: kegiatan kampanye terbuka, kunjungan

¹⁶ Kompas.com, (2014), “Ini Hasil Resmi Rekapitulasi Suara Pilpres 2014”, Sumber: <https://nasional.kompas.com/read/2014/07/22/20574751/Ini.Hasil.Resmi.Rekapitulasi.Suara.Pilp.res.2014?>

pada tokoh-tokoh masyarakat, sosialisasi program-program sosial, pembuatan konten-konten propaganda di media sosial, pemasangan baliho/banner/spanduk di tempat-tempat strategis dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara langsung oleh tim sukses untuk menarik suara masyarakat.

Selain itu, kekuatan langsung yang dilancarkan oleh Asyik juga dilakukan melalui para juru kampanye yang terdiri dari para anggota legislatif yang berasal dari partai Gerindra, PKS dan PAN. Ketika melakukan kunjungan atau sosialisasi ke daerah-daerah, para anggota legislatif ini memperkenalkan Asyik kepada masyarakat di daerah tersebut. Salah satu kalimat yang diandalkan dalam memperkenalkan Asyik adalah bahwa Asyik merupakan kelanjutan dari Kang Aher atau Ahmad Heryawan yang merupakan gubernur Jawa Barat periode 2008-2013 dan 2013-2018. Penggunaan sosok Aher sebagai kekuatan langsung harus diimbangi dengan kekuatan tidak langsung yang dapat melengkapi dan menguatkan propaganda Asyik terutama pada penguatan di akar rumput.

Pada penguatan di akar rumput, Asyik menggunakan kekuatan relawan yang berasal dari beragam komunitas dan elemen masyarakat. Relawan ini dapat berasal dari ibu-ibu, tukang ojek, buruh, seniman budaya, milenial atau bahkan para pensiunan militer. Elemen-elemen masyarakat ini merupakan lapisan yang bersentuhan langsung dengan kehidupan sehari-hari masyarakat sehingga akan lebih mudah diterima, terutama apabila mereka memiliki latar belakang sosio-psikologi yang sama.

Strategi melalui penggunaan kekuatan tidak langsung akan memberi beberapa keuntungan, di antaranya terkait dengan jangkauan lapisan masyarakat yang akan lebih luas dan mendalam, serta penjangkaran aspirasi yang juga lebih bercorak dan beragam. Hal yang juga tidak kalah penting adalah bagaimana gerakan dari kekuatan tidak langsung ini lebih fleksibel dan luwes tanpa terikat aturan langsung kampanye. Salah satu contoh sederhana yang dapat dilakukan adalah melalui sapaan kepada tetangga oleh para relawan yang dilakukan pada hari pencoblosan sambil mengingatkan untuk memilih pasangan calon nomor tiga (3). Masa kampanye yang ketika itu bersamaan dengan datangnya hari raya Idulfitri

juga kerap dijadikan momentum yang dimanfaatkan untuk mempropagandakan dan memperkenalkan paslon Asyik kepada sanak keluarga di kampung.

Meskipun tidak terlibat secara resmi dalam struktur organisasi tim sukses, kekuatan tidak langsung tetap dapat memiliki struktur yang terorganisir, terutama apabila dia merupakan bagian dari organisasi sayap yang dimiliki partai. Pada konteks Asyik, organisasi sayap yang berperan sebagai kekuatan tidak langsung adalah Gema Keadilan, Garuda Keadilan, PKS Muda, Barisan Muda (BM) PAN, Satria yang juga merupakan cikal bakal dari terbentuknya para relawan. Organisasi pemuda ini sudah lama bergerak pada elemen-elemen masyarakat, sehingga ketika dalam masa-masa pemilu mereka juga sudah siap membawa isu dan gerakan pemuda untuk turut mendukung Asyik.

Koordinasi dan kesinambungan antar-kekuatan ini menjadi penting untuk diperhatikan sebagai bentuk kemantapan strategi pemanfaatan kekuatan untuk memperkuat dukungan yang telah dimiliki Asyik dan memperluasnya kepada segmen dan lapisan masyarakat yang sebelumnya tidak bisa dijangkau. Melalui kedekatan psiko-sosial, dukungan akan semakin dipererat dan dimantapkan, terlebih kedekatan emosional lebih mudah untuk diterima dan bertahan dalam lingkungan masyarakat guyub seperti Jawa Barat.

KESIMPULAN

Strategi kampanye Asyik berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Peter Schroder terdiri dari pemilihan isu, pemusatan kekuatan, strategi menyerang, dan pemanfaatan kekuatan langsung dan tidak langsung.

Berdasarkan pada indikator Schroder yang penulis gunakan, pasangan Asyik telah melakukan strategi kampanye dengan baik terutama pada indikator politik penyerangan dan pemanfaatan kekuatan langsung dan tidak langsung. Sementara untuk pemilihan isu, janji kampanye Asyik lebih didominasi oleh isu-isu ekonomi yang juga diangkat oleh pasangan lain sehingga tidak memberikan perbedaan signifikan antara Asyik dengan yang lain. Isu keumatan yang sebenarnya berpotensi memberikan perbedaan antara Asyik dengan paslon lain tidak terlalu dieksplorasi dalam pemilihan isu. Isu keumatan akhirnya lebih diangkat pada indikator

pemusatan kekuatan, di mana dalam menggarap pemilih, khususnya di masyarakat pemilih menengah ke atas dan pihak-pihak yang pernah ikut serta dalam Aksi 212, isu keumatan dan politik identitas banyak diangkat. Sementara itu, dalam politik penyerangan melalui isu 2018 Asyik Menang, 2019 Ganti Presiden, Asyik membuat perbedaan mencolok dengan pasangan calon lain serta membawa isu konfrontasi politik yang cukup jelas mengenai bagaimana pemilihan gubernur di Jawa Barat dapat menjadi pijakan awal dalam penyelenggaraan pemilihan presiden 2019. Strategi politik penyerangan melalui isu ini kemudian diperkuat dengan pemanfaatan kekuatan langsung dan tidak langsung melalui koordinasi yang baik antara tim sukses dengan para relawan yang tersebar di daerah-daerah dan elemen-elemen kelompok masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asshiddiqie, J. (2013). *Menegakkan Etika Penyelenggara Pemilu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik-Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Heryanto, G. G., & Farida, A. R. (2011). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah.
- Heryanto, G. G., & Rumar, S. (2013). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kaloh, J. (2009). *Kepemimpinan Kepala Daerah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lay, C. (2007). Pilkada Langsung dan Pendalaman Demokrasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 11, Nomor 1*, 63-92.
- Mahardika, T. (2006). *Strategi Membuka Jalan Perubahan*. Bantul: Pondok Pustaka.
- Narendra, R. A. (2012). Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang-Icek dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011. *Jurnal Ilmu Politik Vol. 3, No. 1*, 1-14.
- Nurprojo, I. S. (2016). Bagongan, Pilkada Serentak dan Demokrasi yang Cedera: Belajar dari Purbalingga. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review 1 (2)*, 120-135.
- Pattiasina, H. Y. (2015). Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah Pada Pemilu 2014. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 17-27.
- Pawito. (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Qalbi, N. (2015). Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pasangan Muhammad Ramdhan Pomanto-Syamsu Rizal dalam Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Makassar Tahun 2013. *KRITIS: Jurnal Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Vol. 1, No. 2*, 231-238.
- Sardini, N. H. (2011). *Restorasi Penyelenggaraan PEMILU di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Sayuti, S. D. (2014). *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schroder, P. (2013). *Strategi Politik (Politische Strategien)*. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT Grasindo.

Tjenreng, M. Z. (2016). *Pilkada Serentak: Penguatan Demokrasi di Indonesia*. Depok: Pustaka Kemang.

Dokumen Laporan/Publikasi

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2016). *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2016*. BPS Provinsi Jawa Barat.

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2018). *Keadaan Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat Agustus 2017*. Publikasi Rutin Badan Pusat Statistik, Katalog 2303004.32.

Badan Pusat Statistik. (2018). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2018*. Berita Resmi Statistik: Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2018 No. 42/05/Th. XXI, 07 Mei 2018.

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2019). *Kemiskinan dan Ketimpangan di Jawa Barat September 2018*. Berita Resmi Statistik: No.05/01/32/Th. XXI, 15 Januari 2019.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2016). *Ringkasan Pendidikan Statistik Indonesia 2015/2016*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan.

Situs Resmi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *APK/APM Kemdikbud Indonesia*.

Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan. (2017). *100 Kabupaten/Kota Prioritas untuk Intervensi Anak Kerdil (Stunting)*. Jakarta: Sekretariat Wakil Presiden Republik Indonesia.

Sumber Daring

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2016). *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2016*, (<http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/berkas/jabardalamangka/747Provinsi-Jawa-Barat-Dalam-Angka-2016.pdf>) [Diakses pada 21 September 2019].

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2018). *Gini Ratio Provinsi Jawa Barat 2002-2017*. Sumber: <https://jabar.bps.go.id/statictable/2017/07/25/193/gini-ratio-provinsi-jawa-barat-2002-2017.html> [Diakses pada 21 September 2019].

Detik.com. (2017). *Ini 171 Daerah yang Gelar Pilkada Serentak 27 Juni 2018*. Sumber: <https://news.detik.com/berita/d-3479819/ini-171-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-27-juni-2018> [Diakses pada 28 Juni 2018].

Kompas.com. (2013). *KPU Sahkan Aher-Deddy Sebagai Pemenang Pilgub Jabar 2013*. Sumber: <https://regional.kompas.com/read/2013/03/03/16470980/KPU.Sahkan.AherDeddy.Sebagai.Pemenang.Pilgub.Jabar.2013> [Diakses pada tanggal 27 Januari 2019].

Kompas.com. (2014). *Ini Hasil Resmi Rekapitulasi Suara Pilpres 2014*. Sumber: <https://nasional.kompas.com/read/2014/07/22/20574751/Ini.Hasil.Resmi.Rekapitulasi.Suara.Pilpres.2014?> [Diakses pada tanggal 27 Januari 2019].

Kompas.com. (2018). *Infografik: Peta Kemenangan Pilkada Jawa Barat 2018*.

Sumber:

<https://nasional.kompas.com/read/2018/07/12/15072511/infografik-peta-kemenangan-pilkada-jawa-barat-2018> [Diakses pada 8 Agustus 2019].

Merdeka.com. (2018). *5 Hasil Survei Pilgub Jabar Sepanjang Juni 2018*. Sumber:

<https://www.merdeka.com/politik/5-hasil-survei-pilgub-jabar-sepanjang-juni-2018.html> [Diakses pada 11 Juli 2018].

Pikiran Rakyat. (2017). *Angka Kematian di Jabar Turun*. Sumber:

<https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/02/12/angka-kematian-ibu-di-jabar-turun-393257> [Diakses pada 21 September 2019].

Politik Today. (2017). *Dinamika Pilgub Jabar di Antara Survei dan Hasil Akhir*.

Sumber: <http://politiktoday.com/dinamika-pilgub-jabar-di-antara-survei-dan-hasil-akhir/> [Diakses pada 27 Januari 2019].

Situs Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2016). *Tiga Masalah Guru di Indonesia*. Sumber:

<https://jabarprov.go.id/index.php/news/16352/2016/03/07/Tiga-Masalah-Guru-di-Indonesia> [Diakses pada 21 September 2019]

Website KPU Republik Indonesia. (2018). *Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak*

Tahun 2018. Sumber: <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/pemilih/dpt/1/nasional> [Diakses pada 11 Juli 2018].