

Lampiran



Gambar 3.1

(Gambar di atas adalah kegiatan sosialisai yang dilakukan oleh Harsono terkait visi dan misi di sela-sela pengajian bapak-bapak di Dusun Bracan Trimulyo Kretek Bantul, Minggu 4 September 2015)



Gambar 3.2

(Gambar diatas adalah kegiatan kampanye dan sosialisasi yang dilakukan oleh Harsono kepada simpatisan dan Laskar PPP sekabupaten Bantul di rumah bapak Hidayat Saifulloh di dusun Badegan, Senin 14 September 2015)



Gambar 3.3

(Gambar di atas adalah kegiatan kampanye dan sosialisasi terbuka yang dilakukan oleh Harsono yang dilakukan di Dusun Soropaten, Ringinharjo, Bantul, Selasa 8 September 2015)

Interview guide

Informan (Tim Sukses Pemenangan Bupati Bantul)

1. Apa yang mendasari terbentuknya tim sukses pemenangan Bupati Bantul?
2. Apa visi dan misi tim sukses tersebut?
3. Apa yang menjadi alasan pihak-pihak tersebut turut mendukung?
4. Strategi perencanaan political marketing seperti apa yang dirancang tim sukses?
5. Apa hambatan dari strategi perencanaan yang telah diusung?
6. Bagaimana tahapan perencanaan political marketing yang dibentuk?
7. Bagaimana indikator keberhasilan dari strategi perencanaan political marketing tersebut?
8. Apa saja bentuk-bentuk political marketing yang direncanakan?
9. Media apa sajakah yang digunakan oleh tim sukses dalam memperkenalkan calon kepada khalayak?
10. Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam pengimplementasian program political marketing tersebut?
11. Apa sajakah indikator keberhasilan yang diusung oleh tim sukses dalam pengimplementasian political marketing tersebut?
12. Bagaimana evaluasi political marketing yang dilakukan oleh tim sukses?

Transkrip Wawancara

Informan Tim Sukses Harsono-Halim

Nama : Darwin

Umur : 42 tahun

Pekerjaan/Jabatan : Penanggung Jawab Tim Sukses

1. Apa yang mendasari terbentuknya tim sukses pemenangan Bupati Bantul?

Yang mendasari Tim Sukses itu karena, kita ingin mengadakan suatu perubahan di Bantul. Selama 15 tahun Bantul dipimpin oleh dinasti lama, yang kita merasakan tidak ada perubahan signifikan selama 15 tahun bagi masyarakat Bantul, lalu teman-teman dipartai punya calon alternatif yang diharapkan bisa membawa suatau warna tersendiri di Bantul kalo menjadi Bupati. Akhirnya ada Harsono-Halim alternatif untuk melawan, membangun koalisi bersama. Koalisi antara lain PKB, Gerindra.

2. Apa visi dan misi tim sukses tersebut?

Yang paling penting adalah tujuannya untuk perubahan Bantul lebih baik, kemudian salah satunya adalah mengutamakan atau memprioritaskan bidang pendidikan sama kesehatan, karena itu merupakan hal mendasar bagi suatu pembangunan daerah. Kalo pendidikan bagus, kesehatan bagus akan menunjang semuanya, sedangkan infrastuktur dan sebagainya sarana dan prasarana hanya sebagai penunjang.

3. Apa yang menjadi alasan para relawan ikut mendukung Harsono-Halim?

Alasan relawan mendukung karena visi-misi mereka sama dengan kita, mereka merasakan selama 15 tahun dipimpin oleh dinasti lama itu tidak ada perubahan yang signifikan dan justru yang terjadi masyarakat semakin tidak dapat merasakan kesejahteraan. Semakin hari kesejahteraan masyarakat semakin terkebiri, akhirnya setelah mereka merasakan kejenuhan, mereka ingin adanya perubahan.

4. Strategi perencanaan *political marketing* seperti apa yang dirancang tim sukses?

Strategi, perencanaan kolektif kolegial, adalah sebuah sistem yang dirancang bersama yang punya usulan kita tampung, yang kita rumuskan yang mana yang bagus untuk Bantul. Jadi rancangan itu muncul setelah terbentuknya relawan perubahan.

5. Apa hambatan dari strategi perencanaan yang telah diusung?

Paling bermasalah adalah ketika kita menyamakan persepsi antara si A, si B, C, si D yang dimana kita butuh kearifan, ada yang harus mengalah, karena kita prinsipnya adalah gotong-royong. Prinsipnya kebersamaan yang semuanya dapat terurai dengan baik.

6. Bagaimana tahapan perencanaan *political marketing* yang dibentuk?

Tahapannya yaitu kita membentuk korlap, korlap itu menguasai, mengkoordinir korcam, di Bantul ada 4 korlap dan 17 kecamatan. Korcam akan memberikan dan mempetakan, mapping wilayahnya masing-masing ke korlap, kemudian dari korlap akan dibawa kedalam rapat umum, rapat

bersama ke tim. Didalam rapat akan dirumuskan hal-hal yang perlu dilakukan dan tidak perlu dilakukan.

7. Bagaimana indikatoor keberhasilan dari strategi perencanaan *political marketing* tersebut?

Dilihat dari *output* yang dilakukan dilapangan dan ternyata support dan dukungan masyarakat banyak betul, masyarakat antusias sama-sama melakukan gerakan perubahan di Bantul, jenuh dengan kepemimpinan yang lama.

8. Apa saja bentuk-bentuk *political marketing* yang direncanakan?

Sosialisasi kemasyarakat, menyampaikan kemasyarakat tentang program visi-misi kita, kemudian kita melakukan kontrak politik dengan masyarakat, dengan artian kita akan mewujudkan perubahan-perubahan yang diharapkan oleh masyarakat, dan ternyata kontrak politik itu dapat berjalan, kita tidak melakukan *money politic, no money*.

9. Media apa sajakah yang digunakan oleh tim sukses dalam memperkenalkan calon kepada khalayak?

Didalam pelaksanaan medianya langsung ketemu dengan masyarakat karena kita tidak begitu percaya dengan media-media online, media cetak, dsb. Karena Bantul menengah kebawahnya banyak, tidak banyak yang paham teknologi. Kalo kita menggunakan itu kan percuma, sasaran kurang tepat, karena kita melihat kondisi masyarakat, ya masyarakat petani itu kita datangi kita undang kumpul kelompok petani, keluhannya apa? Kita tampung, kita janjikan perubahan kita wujudkan bersama-sama. Kita hanya menggunakan

media beberapa saja sebagai penunjang seperti baliho, pamflet, iklan di majalah, dan stiker.

10. Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam pengimplementasian program political marketing tersebut?

Pihak dalam implementasi kita serahkan kepada masing-masing korlap, korcam. Selanjutnya dalam implementasi membentuk tim juga yaitu kordes (koordinator desa) lalu membentuk kordus (koordinator dusun), kita tim pemenangannya adalah berbasis TPS, jadi setiap TPS harus ada orang kita dikampung itu, mereka mensosialisasikan program-program kita, dan mereka mengundang kita jika mereka sudah mengumpulkan orang untuk menyampaikan visi misi kita.

11. Apa sajakah indikator keberhasilan yang diusung oleh tim sukses dalam pengimplementasian *political marketing* tersebut?

Indikator keberhasilan kontrak politik ada banyak ya, seperti janji kita mengenai masalah pendidikan dan kesehatan sudah terbukti, janji kita akan memberikan fasilitas kepada para petani tentang bibit, tentang pupuk, dsb.

12. Bagaimana evaluasi *political marketing* yang dilakukan oleh tim sukses?

Strategi yang sudah kita lakukan adalah strategi yang sangat tepat yang paling benar untuk diwilayah Bantul, tetapi strategi ini belum tentu benar dilakukan diwilayah lain, semua dievaluasi dari korcam, korlap, kordes, dan kordus didalam rapat bersama.