

**STRATEGI KAMPANYE CALON LEGISLATIF MUDA DAERAH
PEMILIHAN 2 KOTA SURABAYA DALAM PEMILIHAN UMUM
TAHUN 2019**

SKRIPSI



Disusun oleh
Moch Najib
NIM: 071511333072

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil Tahun 2022

STRATEGI KAMPANYE CALON LEGISLATIF MUDA DAERAH
PEMILIHAN 2 KOTA SURABAYA DALAM
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019

SKRIPSI



Disusun oleh
Moch Najib
NIM: 071511333072

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil Tahun 2022

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 23 November 2022



(Moch Najib)

STRATEGI KAMPANYE CALON LEGISLATIF MUDA DAERAH
PEMILIHAN 2 KOTA SURABAYA DALAM
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019

SKRIPSI

Maksud: sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun oleh
Moch Najib
NIM: 071511333072

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil Tahun 2022

Halaman Persetujuan Pembimbing

STRATEGI KAMPANYE CALON LEGISLATIF MUDA DAERAH
PEMILIHAN 2 KOTA SURABAYA DALAM
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Dosen pembimbing



(Dr. Dwi Windyastuti Budi Hendararti, MA)

NIP. 196109271988102001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

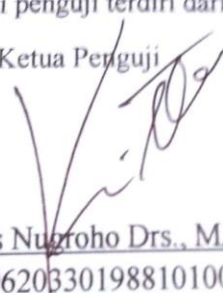
Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi: Ilmu Politik
Departemen: Ilmu politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada hari: Senin

Tanggal: 5 Desember 2022

Pukul: 09.15 WIB – 10.50 WIB

Komisi penguji terdiri dari:
Ketua Penguji  24/2023
Dr. Kris Nugroho Drs., MA.
NIP. 196203301988101001

Anggota



Dr. Dwi Windyastuti Budi H., Dra., MA
NIP. 196109271988102001

Anggota



Ali Sahab, S. IP., M.Si.
NIP. 198206032009121001

Abstrak

Strategi kampanye politik dapat menentukan keberhasilan calon legislatif lolos menjadi anggota dewan, pentingnya strategi sama artinya dengan melangkah menuju keberhasilan atau kegagalan, salah menentukan strategi bisa dikatakan merencanakan kegagalan. Calon legislatif muda adalah mereka yang belum berusia 31 tahun, ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi caleg muda karena mereka belum memiliki banyak pengalaman dalam dunia politik dan sosial kemasyarakatan, bahkan mereka masih merintis karir. Penentuan target kampanye dihasilkan melalui segmentasi kelompok pemilih potensial sesuai dengan kondisi dan posisi awal kandidat, segmentasi yang didapatkan berdasarkan afiliasi kelompok keagamaan partai, berdasarkan kedekatan etnis, dan berdasarkan usia pemilih. Setiap target segmen kelompok memiliki kecenderungan kebutuhan citra politik kandidat yang berbeda dengan target segmen kelompok lain.

Kata kunci: strategi kampanye, caleg muda, segmentasi, citra politik

Abstract

The political campaign strategies can determine the success of legislative candidates qualifying for parliament, the importance of strategy is the same as stepping towards success or failure, the wrong strategy can be said to be planning failure. Young legislative candidates are those who are not yet 31 years old, there are several challenges that need to be faced by young candidates because they do not yet have much experience in the politics and social life, they are even still starting their careers. Determination of campaign targets is generated through segmentation of potential voter groups according to the conditions and initial position of the candidates, segmentation obtained based on party religious group affiliation, based on ethnic proximity, and based on voter age. Each target group segment has a tendency to need a candidate's political image that is different from other target segment groups.

Keywords: campaign strategy, young candidates, segmentation, political image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayahNya penelitian skripsi strategi kampanye calon legislatif muda daerah pemilihan 2 kota surabaya dalam pemilihan umum tahun 2019 dapat diselesaikan. Topik yang dibahas dalam skripsi ini adalah strategi kampanye yang dilakukan oleh 2 calon legislatif muda di daerah pemilihan 2 Kota Surabaya dalam pemilihan umum tahun 2019 sebagai upaya untuk lolos menjadi anggota DPRD Kota Suabaya. Pembahasan dimulai dari langkah awal selama persiapan menjelang kampanye sampai membentuk tim kampanye, kemudian dilanjutkan penentuan strategi kampanye kepada target pemilih potensial. Masing-masing target pemilih potensial memiliki strategi yang berbeda dalam proses pembentukan citra politik kandidat.

Topik yang diangkat dalam skripsi ini muncul karena fenomena baru dalam kontestasi pemilihan umum dimana banyak partai politik yang mengusung calon legislatif dari kalangan pemuda yang usianya belum genap 31 tahun, disisi lain jumlah pemilih muda di Indonesia cukup besar sehingga ada hal yang cukup menarik untuk dikaji apakah jumlah pemilih muda yang cukup besar memberikan dukungan kepada caleg muda, atau caleg muda melalui strategi kampanye yang dilakukan memberikan perhatian lebih kepada pemilih muda. Melalui wawancara kepada 2 caleg muda yang berhasil mendapatkan suara relatif

besar dibandingkan dengan caleg muda lainnya dapat diketahui beberapa poin pembahasan yang cukup menarik.

Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan program studi Ilmu Politik Universitas Airlangga. Berbagai masalah penulis hadapi selama menjalankan penelitian ini, namun berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulisan karya tulis skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan yang ada di dalamnya, oleh karena itu penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran dari pihak manapun, semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun yang memiliki minat terhadap topik kampanye politik, khususnya bagi penulis sendiri.

Surabaya, 23 November 2022

Moch Najib

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Konsep	12
1.5.1 Marketing Politik	13
1.5.2 Tahapan Kampanye Politik.....	15
1.6 Metode Penelitian	28
1.6.1 Fokus Penelitian.....	28
1.6.2 Tipe Penelitian	29
1.6.3 Subjek Penelitian	29
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	29
1.6.5 Teknik Analisis Data.....	31
BAB II	32
GAMBARAN UMUM.....	32
2.1 Wilayah Kota Surabaya	32
2.2 Daerah Pemilihan Kota Surabaya 2.....	33
2.3 Anggota DPRD Surabaya Tahun 2019-2024 Berdasarkan Partai Peserta Pemilu 2019	35
2.4 Hasil Pemilihan Legislatif Daerah Pemilihan 2 Kota Surabaya Tahun 2019	36
2.5 Profil Juliana Eva Wati.....	38
2.6 Profil Afifah	39
BAB III.....	41

ANALISIS DATA	41
3.1 Temuan Data	41
3.1.1 Proses Pembentukan Tim Kampanye	42
3.1.2 Menetapkan Strategi Kampanye	44
3.1.3 Segmen Kampanye Calon Legislatif Muda Daerah Pemilihan Kota Surabaya 2 47	
3.1.3.1 Berdasarkan Afiliasi Kelompok Keagamaan Partai.....	48
3.1.3.2 Berdasarkan Usia Pemilih	56
3.1.3.3 Berdasarkan Primordial Kekerabatan-Kesukuan	58
3.1.3.4 Berdasarkan Jenis Kelamin Pemilih.....	62
3.1.4 Strategi Kampanye Afifah.....	67
3.1.4.1 Kampanye Kepada Pemilih Berafiliasi Kepada NU	68
3.1.4.2 Kampanye Kepada Kelompok Karang Taruna Dan Remas	75
3.1.4.3 Kampanye Kepada Kelompok Etnis Madura	79
3.1.5 Strategi Kampanye Juliana	81
3.1.5.1 Kampanye kepada pemilih berafiliasi Muhammadiyah	83
3.1.5.2 Kampanye kepada komunitas cakning Surabaya.....	86
3.1.5.3 Kampanye kepada pemilih beratarbeakang etnis Madura	91
3.1.5.4 Kampanye kepada pemilih perempuan	92
3.1.6 Strategi Kampanye Berbasis Mesin Politik	95
3.1.6.1 Anggota Keluarga	98
3.1.6.2 Tokoh Masyarakat	100
3.2 Pembahasan.....	104
BAB IV	114
PENUTUP	114
4.1 Kesimpulan	114
4.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117