DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Arifin, Anwar. 2013. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia.* Jakarta PT. Balai Pustaka.

Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami penelitian kualitatif.* Jakarta: Rineka Cipta.

Budiarjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Cetakan ke-3. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.

David, Fred R, 2011. *Strategic Management, Buku 1. Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.

Efriza. 2012. *Political Explore Sebuah Kajian Ilmu Politik*. Bandung. CV. Alfabeta.

Halim, A. 2014.*Politik Lokal Pola, Aktor dan Alur Dramatikalnya (Perspektif Teori Powercube, Modal dan Panggung)*. Yogyakarta: LP2B.

Imawan. 1997. *Membedah* politik *Orde Baru*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Lely, Arrianie. 2010. *Komunikasi Politik : Politisasi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung: Widya Padjajaran.

Miles, Matthew B, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana. 2014. *QualitativeData Analysis, A Methods Sourcebook Edisi Ketiga.* Sage Publications: Inc.

Rumaru, G. G. H. & S. 2013. *Komunikasi Politik*. Bogor: Ghalia donesia.

ata, S. 2014. *Media & Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor donesia

Optimization Software:
www.balesio.com

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*Bandung*:* Penerbit Afabeta Bandung.

Wahid, U. 2016. *Komunikasi Politik teori, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Jurnal

Alam, Mabrur dan Lukman Ilham, 2016. Strategi Pemenangan Anggota Legislatif Perempuan Terpilih Dalam Pemilihan Legislatif 2014 (Studi Pada Kantor DPRD Kota Makassar), *Jurnal PPKn*, hal 148.

Jaya, Wirawan, dkk, "Keberhasilan dan Kegagalan Strategi Komunikasi Kampanye Para Kandidat dalam Perebutan Kursi Legislatif DPRD Kabupaten Barru Periode 2014-2019", *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol. 4 No 5,2016, hal. 244.

Mudzakkir, Muhammad Afiq dan Afandi Mochamad. Arif Resistensi. 2017. *Sopir Angkot Terhadap Pengoprasian Bus Trans Sidoarjo Study Pada Sopir Mikrolet Lyn/Joyoboyo-Sidoarjo-Porong (Jsp)*. *Jurnal Paradigma*. Vol. 05, No. 01: hal. 1-10

Napir, Suaib. 2016. Strategi Pemenangan Fahmi Massiara-Lukman dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2015 di Kabupaten Majene. *The Politics: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.* Vol. 2 No 2: 150.

Ratnamulyani, Ike A. dan Beddy I. M. 2018. Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora – Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol. 20, No. 2 154-161.

Yusdianto. 2010. Identifikasi Potensi Pelanggaran Pemilihan Kepala Daerah (Pemilukada) dan Mekanisme Penyelesaiannya. *Jurnal Konstitusi*. Vol II No. 2: 44.

Skripsi

Azizah, L. Nur. 2017. Manajemen Kampanye Politik Anies Baswedan-Sandiaga Uno dalam Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *Skripsi*. Bandung: Universitas Padjajaran.

Dio. 2017. Strategi Pemenangan Herman Hn-Yusuf Kohar alam Pemilihan Walikota-Wakil Walikota Bandar Lampung eriode 2016-2021.*Skripsi*. Bandar Lampung: Universitas ampung.

Optimization Software:
www.balesio.com

Jordan, Edwin Norman. 2014. Strategi Pemasaran Politik dalam Pemilihan Kepala Desa Kota Gajah Timur Kecamatan Kota Gajah Kabupaten Lampung Tengah tahun 2012. *Skripsi*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Napitupulu, E. W. 2010. Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pemilu (Studi Kasus Strategi Komunikasi Politik Hulman Sitorus, SE dan Drs. Koni Ismail Siregar pada Masa Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Pematangsiantar 2010), 1–9.

Pelitawati, Umi Nur. 2014. Perilaku Pemilih dalam Pemilihan Kepala Desa (Studi di Desa Bumi Kencana Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah). Skripsi: Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Rasniati. 2016. Strategi Pemenangan Pasangan Raden Adipati Sury dan Edward Antoni dalam Pemilukada Serentak 2015 di Way Kanan. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.

Surya, Shintia Devi. 2016. Personal Branding dalam Pemilihan Kepala Daerah. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI.

Susanto. 2011. Strategi Partai Demokrat dalam Pemenangan Pemilu Legislatif 2009 di Kota Semarang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Wirdasari. 2015. Proses Rekrutmen Bakal Calon Walikota dan Wakil Walikota Bandar Lampung Periode 2015-2020 pada DPC PDIP Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Bandar Lampung: Universitas Lampung

Internet

Junaedi. 2018. *Hasil Rekapitulasi Akhir Pilkada Pinrang, Iwan-Alimin Menang di 9 Kecamatan*. http://pilkada.rakyatku.com/read/108689/ 2018/07/06/hasil-rekapitulasi-akhir-pilkada-pinrang-iwan-alimin-menang-di-9-kecamatan. Diakses pada 20 Juli 2020.

Syahrullah, Hery. 2018. *Saling Klaim Kemenangan, Pendukung aslon Bupati Pinrang Nomor Urut 1 dan 2 Ledakkan etasan*. https://makassar.tribunnews.com/2018/06/27/saling-aim-kemenangan-pendukung-paslon-bupati-pinrang-nomor-ut-1-dan-2-ledakkan-petasan. Diakses pada 22 Juli 2020.

Optimization Software:
www.balesio.com

Peraturan Perundang-undangan

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 35 Tahun 2004 tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015

UU No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Otonomi Daerah)

Optimization Software:
www.balesio.com

LAMPIRAN

Optimization Software:
www.balesio.com

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. TIM PEMENANGAN

1. Bagaimana strategi kampanye politik yang tim pemenangan lakukan sebagai upaya meraih suara atau simpati masyarakat?
2. Kendala apa saja yang dirasakan tim selama melakukan kampanye?
3. Bagaimanakah komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan dalam mencari dukungan parpol lain?
4. Adakah kampanye dukungan partai politik pengusung? Jika ada, dalam bentuk apa sajakah dukungan tersebut?
5. Apakah model kampanye yang tim terapkan sama untuk semua kecamatan? Mengingat dari 12 kecamatan ada 3 kecamatanyang dimenangkan oleh paslon lain?
6. Bagaimana cara tim pemenangan mempertahankan suara politik yang diperoleh?
7. Adakah suara paslon lain yang anda alihkan menjadi suara paslon anda?
8. Apakah dalam strategi kampanye politik, calon anda menggunakan media sosial selama kampanye? Jika ya, seperti apa bentuk kampanye yang dilakukan?
9. Apakah selama masa kampanye, tim pemenangan melakukan pendekatan personal ke pemilih? Jika iya, bagaimana cara pendekatannya dan hal-hal apa saja yang disampaikan?
10. Apakah dengan adanya dana kampanye mempengaruhi jalannya kampanye yang diakukan tim pemenangan?
11. Dari mana dana kampanye berasal?
12. Berapa banyak dana kampanye yang dikeluarkan dalam memenangkan paslon yang anda dukung?
13. Apakah elektabilitas figur berpengaruh terhadap keberpihakan simpati [illegible]kat?

Optimization Software:
www.balesio.com

B. TIM MEDIA

1. Bagaimana strategi tim media dalam memenangkan Andi Irwan Hamid-Alimin dalam Pilkada Pinrang 2018?
2. Bagaimana peran tim media dalam memenangkan Andi Irwan Hamid-Alimin dalam Pilkada Pinrang 2018?
3. Apakah peran tim media punya pengaruh signifikan terhadap kemenangan Andi Irwan Hamid-Alimin dalam Pilkada Pinrang 2018?
4. Apa kendala tim media dalam memenangkan Andi Irwan Hamid-Alimin dalam Pilkada Pinrang 2018?

Optimization Software:
www.balesio.com

Lampiran 2

MATRIKS HASIL WAWANCARA TIM PEMENANGAN DAN TIM MEDIA

PERTANYAAN	INFORMAN	HASIL WAWANCARA	KONDENSASI DATA	PENYAJIAN DATA	KESIMPULAN
TIM PEMENANGAN					
1. Bagaimana strategi kampanye politik yang tim pemenangan lakukan sebagai upaya meraih suara atau simpati masyarakat?	AL	Karena saya kalau pilkada juga sekretaris pemenangan kemarin. Kami melakukan pendekatan, di sini kebanyakan pendekatannya dari tokoh dulu, apakah tokohnya ini diterima masyarakat atau tidak. Kedua, tentu dari branding itu sendiri. Kita biasa membranding tokoh itu seperti apa yang disukai masyarakat. Kita biasanya survey dulu ada namanya survey pemetaan apa yang disukai oleh masyarakat, tipe-tipe pemimpin apa yang disukai oleh masyarakat misalnya apakah itu masyarakat suka pemimpin yang merakyat, yang turun langsung ke bawah seperti	Agar meraih suara atau simpati masyarakat, tim pemenangan melakukan survey terlebih dahulu yaitu survey pemetaan. Survey tersebut berisi hal-hal yang disukai masyarakat mengenai pemimpinnya. Berdasarkan hasil survey, tim pemenangan menyusun strategi untuk mendapatkan simpati masyarakat. Strategi yang tim pemenangan lakukan yaitu pendekatan kepada tokoh-tokoh yang dapat diterima masyarakat dan memiliki basis-basis massa untuk direkrut dengan memberikan gambaran keinginan calon pemimpin kita seperti visi, misi, dan program yang	Tim pemenangan melakukan survey pemetaan terlebih dahulu untuk merancang strategi kampanye politik untuk meraih suara masyarakat. Adapun strategi yang dilakukan tim pemenangan yaitu pendekatan kepada tokoh-tokoh yang dapat diterima masyarakat, branding calon pemimpin yang sesuai dengan keinginan masyarakat, dan kampanye. Kampanye dilakukan secara rutin melalui media sosial dan secara langsung (pertemuan, tatap muka, dan *door to door*).	Strategi ditentukan berdasarkan survey pemetaan yang dilakukan di awal. Strategi yang tim pemenangan lakukan yaitu pendekatan kepada tokoh-tokoh yang dapat diterima masyarakat, branding calon pemimpin yang sesuai dengan keinginan masyarakat, dan kampanye rutin.

Optimization Software:
www.balesio.com

		itu. Kita survey dulu itu keinginan masyarakat seperti apa. Setelah itu survey dilakukan kita coba sinkronkan dengan calonnya, apakah calon kita sudah memenuhi itu. Kalau tidak, ya kita usahakan. Itu namanya pemenangan kan, meraih simpati masyarakat. Kita usahakan apa yang diinginkan masyarakat ini, itu juga yang dilakukan oleh calon. Jadi calonnya bergerak ke bawah untuk mendapat simpati masyarakat dengan cara mendekati tokoh-tokoh masyarakat. Kan banyak sebenarnya cara mendekati tokoh-tokoh yang penting. Di survey juga, kita melakukan pemetaan tokoh, yang mana sebenarnya tokoh yang mempunyai basis-basis massa itulah yang kita rekrut, kita dekati, kita rangkul. Kita gambarkan seperti inilah keinginan calon pemimpin	akan dilakukan. Selain pendekatan tokoh, juga dilakukan branding calon pemimpin sesuai dengan yang diinginkan masyarakat dari hasil survey yang telah diperoleh. Calon pemimpin diusahakan agar dapat memenuhi keinginan masyarakat agar meraih simpati masyarakat. Strategi yang ketiga yaitu melakukan kampanye. Kampanye dilakukan untuk menyampaikan visi dan misi ke masyarakat seraca rutin melalui media massa dan secara langsung seperti pertemuan langsung, tatap muka langsung, dan *door to door*.		

Optimization Software:
www.balesio.com

		kita, seperti apa visi misinya, inilah yang mau dilakukan bupati kita. Kampanye itu selalu gencar dilakukan, pendekatan tokoh-tokoh. Pendekatan tokoh-tokoh basis-basis massa kemudian kita kampanyekan visi misi ta ke masyarakat secara rutin, melalui media massa, pertemuan langsung, tatap muka langsung, apakah secara banyak orang dalam satu kali pertemuan. Iya, *door to door* juga dilakukan. Jadikan banyak macam kampanye. Kampanye media massa, media sosial, pertemuan. Nanti pertemuan itu mengundang banyak orang dalam satu tempat kemudian *door to door*.			
	AK	Yaa, jadi kita ini lakukan survey dulu, di awal-awal sebelum turun kampanye. Survey ini dibuat untuk susun nanti bagaimana strategi yang mau diambil. Survey ini	Kita melakukan survey awal sebelum kampanye. Survey ini menjadi informasi untuk menyusun strategi kampanye. Survey yang telah disebar juga dapat	Memang sebelum kami menyusun strategi kampanye, kami melakukan survey terlebih dahulu. Ini juga sebagai bekal kami dalam mengambil tindakan	

Optimization Software:
www.balesio.com

		juga penting kalau nanti ada apa-apa atau ada halangan kita bisa siapkan strategi lain sesuai dengan survey yang sudah disebar ke masyarakat.	menjadi landasan tindakan yang akan dilakukan jika tim mengalami kendala atau kesulitan selama kampanye.	selanjutnya. Karena tanpa data awal kami akan kesulitan menentukan strategi yang pas.	
2. Kendala apa saja yang dirasakan tim selama melakukan kampanye?	AL	Ya kendalanya itu biasa, apa yah, kadang biasa juga kita ditolak atau apa, atau mereka sudah punya tokoh lain pesaing kita. Seperti itu sih biasa kendalanya. Faktornya juga biasa kita tidak punya orang dibawa ke situ. Tapi kalau saya sih selama kita mau kampanye, nda ada kendala kalau kampanye sebenanrnya, selama kita mau turun ke lapangan. Semua orang pasti mau terima kita kalau kita turun. Ya tapi, itu tadi, belum tentu juga dia pilih kita, jadi kita sampaikan saja.	Kendala yang biasa didapatkan yaitu kadang tim ditolak untuk melakukan kampanye atau masyarakat telah memiliki pilihan lain selain calon yang diusungkan. Selain itu, faktor SDM yang kurang juga mempengaruhi proses kampanye. Namun, itu semua bukan kendala yang berarti selama tim ingin turun ke lapangan untuk menyampaikan kampanye.	Selama kampanye tim mengalami beberapa kendala seperti mendapatkan penolakan dari masyarakat untuk kampanye, masyarakat telah memiliki pilihan lain, dan faktor SDM yang kurang.	Kendala yang dialami pada pelaksanaan kampanye yaitu penolakan dari masyarakat untuk kampanye, masyarakat telah memiliki pilihan lain, dan faktor SDM yang kurang
3.	AL	Yaa kemarin itu kan kita ada dua partai koalisi, PKB dan PDIP. Caranya komunikasinya itu dengan pendekatan itu tadi, yakinkan	Pada pilkada tahun 2018 tim pemenangan memilki dua partai koalisi yaitu PKB dan PDIP. Komunikasi dengan kedua partai ini dengan cara	Terdapat dua partai koalisi pada pilkada tahun 2018 yaitu PKB dan PDIP. Komunikasi politik yang dilakukan tim pemenangan	Kamunikasi politik yang dilakukan terhadap dua partai koalisi

Optimization Software:
www.balesio.com

pemenangan dalam mencari dukungan parpol lain?		mereka bahwa calon ini layak dijual, bisa mengajak mereka sama-sama jadi pemenang juga, kedua ya kita bargaining-bargaining misalnya. Ini kan bargaining politik kan terkait dengan politik. Bargaining politikkan banyak macam seperti halnya PDI, seperti kemarinkan wakil kita masuk di PDI. Kan dia dari birokrat tapi sudah pensiun kan, pensiun dini, kan tidak boleh orang mencalonkan kalau tidak mengundurkan diri, nah tawarannya itu yah meraka minta selain komitmen-komitmen politik 5 tahun ke depan juga dia minta wakil ini menjadi kader masuk ke partai PDI itu sendiri. Jadi intinya itu partai politik ya negonya ke persoalan ee komitmen politik 5 tahun ke depan. Misalnya juga pak bupati ya berpikir juga membesarkan kedua partai	pendekatan seperti meyakinkan mereka bahwa calon yang diusungkan layak untuk jadi pemimpin. Yang kedua yaitu dengan melakukan *bargaining* politik. Seperti yang dialami oleh calon wakil bupati yang dulunya berasal dari birokrat tapi telah pensiun dini karena ingin mencalonkan diri sebagai wakil bupati dan bergabung di PDI. Adapun *bargaining* politik yang dilakukan yaitu komitmen-komitmen politik selama 5 tahun ke depan dan meminta calon wakil bupati ini menjadi kader partai PDI. Sama seperti yang terjadi di pusat pemerintahan, seperti ditawari sebagai menteri dan lain sebagainya.	yaitu melalui cara pendekatan dengan meyakinkan pihak partai bahwa calon yang diusungkan layak untuk jadi pemimpin. Cara yang kedua yaitu dengan melakukan *bargaining* politik.	(PKB dan PDIP) yaitu melalui pendekatan dengan meyakinkan pihak partai tentang keberhasilan paslon yang diusung dan melakukan bargaining politik.

Optimization Software:
www.balesio.com

		ini kan. Sama ji kalau di pusat misalnya, ditawari menterilah apa segala macam itu. Kan itu komitmen-komitmen politik namanya. Di samping sebenarnya mensejahterakan masyarakat, tujuannya semua ke masyarakat.			
4. Adakah kampanye dukungan partai politik pengusung? Jika ada, dalam bentuk apa sajakah dukungan tersebut?	AL	Ya dukungannya itukan, ya, dia ikut juga berkampanye. Struktur partainya juga jalan semua ke bawah sampai ke struktur paling bawah bergerak bersama-sama. Jadi itu benntuk dukungannya seperti itu. Jadi dia tidak asal dia merekomendasikan partai diri kita tapi juga membentuk tim sendiri, tim pemenangan sendiri, ada juga struktur partai mereka. Kan mereka punya struktur partai. Kita ini kan sampai desa kan. Ada namanya PAC (Pimpinan Anak Cabang)nya partai, itu tingkat kecamatan. Samaji pindes (Pimpinan Anak Desa), kalau di demokrat itu	Partai politik pengusung juga ikut berkampanye sebagai bentuk dukungan kepada calon kepala daerah yang diusung. Semua anggota yang ada dalam struktur partai bergerak melakukan kampanye bersama-sama. Selama proses kampanye, partai membentuk tim sendiri yang terstruktur seperti PAC (Pimpinan Anak Cabang) pada tingkat kecamatan, Pindes (Pimpinan Anak Desa), Ranting besama-sama mengkampanyekan calon kepala daerah yang diusung. Seperti PKB yang setia, konsisten dan *all*	Kampanye dukungan juga dilakukan partai politik pengusung. Partai membentuk tim-tim yang terstruktur seperti PAC (Pimpinan Anak Cabang) pada tingkat kecamatan, Pindes (Pimpinan Anak Desa), Ranting untukm engkampanyenkan calon kepala daerah yang diusung. Semua anggota yang ada dalam struktur partai bergerak melakukan kampanye bersama-sama dengan konsisten, setia, dan *all out*.	Partai koalisi melaksanakan kampanye dukungan seperti yang dilakukan PAC (Pimpinan Anak Cabang) pada tingkat kecamatan, Pindes (Pimpinan Anak Desa), Ranting sebagai bentuk tim-tim kecil kampanye.

Optimization Software:
www.balesio.com

		namanya Ranting. Jadi bergerak semua itu. Jadi kalau dukungan parpol itu, itu tadi, dukungan, dukungan, apa, dukungan dari seluruh kadernya yang bergerrak itu membantu kita mengkampanyekan calon kita. Itu bentuk dukungan. Kalau kemarin itu, Alhamdulillah tidak ini, PKB itu konsisten dan all out semua di bawah, semua kader-kadernya itu all out semua. Tidak ada ji yang misalnya partainya ikut ke kita kemudian kadernya lain begitu. Mulai dari anggota dewannya juga, dari partai itu juga ke bawah semua. Itu bentuk dukungannya.	*out*dalam memberi dukungan.		
5. Apakah model kampanye yang	AL	Berbeda, karena sebenarnya begini, makanya tadi itu ada namanya survey pemetaan. Jadi pemetaan itu, survey awal ini yah, jadi selalu kalau kita mau jalan itu di pemenangan pilkada selalu	Model kampanye yang dilakukan di 12 kecamatan berveda-beda sesuai dengan hasil survey pemetaan. Dari survey pemetaan yang telah dilakukan di awal, tim dapat	• Jadi, srategi kampanye yang kami terapkan di tim pemenangan itu berbeda tiap kecamatan. Pengaruh budaya maupun geografis menjadi penentu starategi	Bentuk kampanye setiap kecamatan berbeda berdasarkan budaya dan geopolitik daerah.

Optimization Software:
www.balesio.com

12 kecamatan ada 3 kecamatanyang dimenangkan oleh paslon lain?		kita melakukan survey pemetaan, mengetahui sejak awal keinginan masyarakat dan mengetahui juga peta geopolitik yang ada di 12 kecamatan, jadi di setiap kecamatan berbeda. Misalnya kecamatan ke arah bawah berbeda perlakuan dengan kecamatan sini, misalnya dekat pare-pare. Itu tergantung geopolitiknya. Dan kita bersama ini di pinrang utara, maksud saya pinrang bagian utara ya, itu kan sukunya berbeda, kebanyakan pattinjo di situ jadi pendekatan budayanya juga ada, jadi perlakuan itu berbeda. Itu juga ada juga misalnya daerah pesisir dengan pegunungan itu berbeda. Pesisir itu kadang, apa ya, dia lebih pragmatis, dia butuh bantuan-bantuan baru memilih kita, atau bukan, perlakuannyalah berbeda setiap kecamatan. Kemudian	mengetahui peta geopolitik yang ada di 12 kecamatan yang berbeda. Setiap daerah atau kecamatan berbeda perlakuan yang diberikan sesuai dengan kondisi geopolitiknya. Kebanyakan masyarakat yang berada di Pinrang bagian utara merupakan *pattinjo*, sehingga dilakukan pendekatan budaya. Masyarakat di daerah pesisir bersifat lebih pragmatis. Mereka akan memilih calon yang diusung jika menerima bantuan-bantuan. Selain itu, paslon memiliki basis calon yang berasal dari keluarga paslon. Seperti Andi Irwan Hamid, basis calon berada di kota, Paletteang, dan Mattiro Sompa. Kemudian dengan adanya dukungan keluarga besar lain, paslon juga memenangkan suara di Pinrang bagian selatan.	apa yang akan di terapkan nantinya. • Sebelum kita membuat starategi, kami di tim pemenangan melakukan survey pemetaan terlebih dahulu. Ini untuk melihat sejak awal apa keinginan masyarakat, seperti apa bupati yang di inginkan dan juga untuk mengetahui geopolitik yang terdapat di 12 kecamatan ini. Sehingga kita bisa buat perlakuan berbeda dengan mengkondisikan geopolitik yang ada di kecamatan tersebut. Misal kecamatan yang mengarah ke utara berbeda sukunya dengan dengan daerah pinrang bagian selatan sehingga perlu pendekatan berbeda. Begitupun daerah pesisir dengan daeragv pegunungan. Daerah pesisir biasanya lebih pragmatis dan butuh bantuan baru	Selain itu, kekerabatan keluarga di suatu kecamatan juga diperhatikan agar memperoleh suara di kecamatan tersebut. Pelaksanaan kampanye dimaksimalkan di kecamatan-kecamatan yang jumlah pemilihnya banyak sehingga paslon dapat memperoleh suara maksimal meski tidak terpilih di kecamatan lain yang jumlah pemilihnya sedikit.

Optimization Software:
www.balesio.com

		strateginya, itu tadi juga, kan calon kita misalnya dia basis keluarganya di mana?, ada basisnya tersendiri, basis calon namanya. Misalnya kayak andi ihwan kemarin ini kota, paletteang, kemudian daerah mattiro sompa. Kemudian karena kemarin ada dukungan dari keluarga yang lain, kita bisa menang juga di daerah selatan, karena keluarga besar ada juga di situ. Ini juga berhitung keluarga besar juga. Istilahnya ya begitu.. Iya peran peran pentingnya di situ. Tanya asalnya dari mana seperti itu. Jadi ada strategi namanya ***pemenangan*** kembali, kita lepas mi saja misalnya di kecamatan ini, tapi kita menguatkan di kecamatan besar. Makanya kita menang kemarin pada lembang, duampanua, sawitto, kita harus berjaga jarak di suara apa namanya,	Jadi, tim pemenangan memperkuat kampanye di kecamatan yang basis calonnya banyak dan melepas kecamatan yang basisnya sedikit. Sehingga paslon juga menang di Kecamatan Lembang, Duampanua, dan Sawitto. Tim pemenangan juga membuat strategi politik dengan membuat daerah pertempuran, maksudnya tim memancing paslon lain untuk focus berkampanye di satu kecamatan yang menjadi daerah pertempuran tersebut sehingga paslon lain tidak berkonsentrasi untuk memaksimalkan kampanye di kecamatan yang lain. Sehingga tim pemenangan dapat menjaga jarak suara yang dimiliki dan menang di kecamatan-kecamatan besar walaupun kalah di kecamatan yang kecil	memilih. • Kekerabatan keluarga besar calon juga sangat berpengaruh terhadap kemenangan pilkada kemarin. Kami bisa menang di pinrang bagian selatan karena ada dukungan keluarga besar di bagian situ. Dan itu menjadi daerah basis massa calon. • Memperkuat di kecamatan besar seperti seperti sawitto, duampanua, lembang juga menjadi strategi tim pemenangan. Istilahnya kami membuat daerah pertempuran. Kemudian kami pancing lawan untuk kedaerah pertempuran itu. Sehingga di daerah lainnya mereka tidak akan konsentrasi. Walaupun lawan menang di kecamatan lainnya namun kita bisa memperkecil jarak jumlah perolehan suara	

Optimization Software:
www.balesio.com

		nah itu juga tergantung juga dari jumlah suara dari setiap kecamatannya, jadi kita harus bertarung di kecamatan yang punya suara besar. Iya, tetap, mengimbangi itu saja. Istilahnya klo kita biasa, klo strategi politik itu, kita bikin daerah pertempuran, kita pancing lawan ke daerah pertempuran itu dan nanti di kecamatan lain dia nda konsentrasi masuk, padahal nanti kita di situ jaga jarak begitu. Jadi kita misalnya menang di kecamatan besar walaupun kita kalah di kecamatan kecil jadi tidak mempengaruhi jumlah total suara. Jadi sudah ada hitung-hitungnya itu. Kita harus menang d sini, di sini, walaupun kita kalah, kalahnya sedikit. Walaupun dia menang 3 kecamatan tapi kita menguasai seluruh kecamatan yang ada. Apalagi kita menang di kecamatan	sehingga tidak mempengaruhi jumlah suara yang diperoleh. Hal tersebut telah diperhitungkan dan mendapatkan 30 ribuan suara dari masyarakat Kabupaten Pinrang.		

Optimization Software:
www.balesio.com

		besar seperti sawitto, duampanua, lembang. Sekitar 30 ribuan suara itu.			
6. Bagaimana cara tim pemenangan mempertahankan suara politik yang diperoleh?	AL	Dengan cara merawat konstituen, yaitu selalu melakukan komunikasi dengan semua konstituen yang sudah kita miliki, yang sudah di kita misalnya, yang sudah mendukung kita, kita rawat. Caranya itu perawatan tadi, biasanya dia ada keinginan-keinginannya atau apa ya kita penuhi keinginan-keinginannya, begitu cara merawat konstituen. Kemudian komunikasi yang paling penting karena mereka itu mau kalau dihargai, mau kalau disapa, biasa juga kita ini lakukan sapaan dari tokoh, dari calon bupatinya itu tiap hari. Bisa dalam bentuk telepon. . Jadi makanya silarutahmi itu selalu dijaga terus sampai pemilu tiba begitu. Tidak dibiarkan lepas,	Agar suara politik dapat dipertahankan, tim pemenangan merawat konstituen dengan selalu menjaga komunikasi dengan semua pendukung yang sudah kita miliki. Kita berusaha untuk memenuhi keinginan pendukung agar tetap setia. Komunikasi terus dijaga agar pendukung merasa dihargai. Komunikasi yang langsung dilakukan tokoh calon kepala daerah kepada pendukungnya seperti sapaan dalam bentuk pesan, telepon, atau secara langsung tatap muka sehingga silaturahmi tetap terjaga.	kami selalu merawat konstituen atau pendukung kami dengan selalu mengontrol mereka, salah satunya dengan selalu melakukan komunikasi baik ditelfon langsung oleh calon bupati atau melalui tim. kami juga selalu mengupayakan keinginan-keinginan mereka sampai tiba masa pemilihan.	Tim pemenangan selalu menjaga komunikasi dengan para pendukung. Komunikasi langsung dilakukan paslon agar pendukung tetap dipertahankan.

Optimization Software:
www.balesio.com

		selalu diawasi, dijaga, calon bupati juga selalu telpon tiap hari tokoh-tokohnya untuk merawat silaturahmi itu. Seperti itu ji cara merawatnya.			
7. Adakah suara paslon lain yang anda alihkan menjadi suara paslon anda?	AL	Iya ada, banyak. Karena disamping kita mencari pendukung kita juga kan punya target, bagaimana mengalihkan pemilih mereka ke kita. Ya dengan cara mendekati, melakukan komunikasi, menawari-menawari, memperlihatkan bahwa ini loh visi misi kita, lebih bagus. Mungkin caranya, sehingga mereka berpindah ke kita. Kalau itu tetap dilakukan itu. Dan itu mesti dilakukan karena bagaimana caranya mempersempit gerak mereka kan.	Banyak suara paslon lain yang teralihkan ke paslon yang tim usung. Hal tersebut terjaid karena tim pemenangan melakukan pendekatan, komunikasi, negosiasi, dan memperlihatkan langsung visi misi paslon kami. Penyampaian yang dilakukan dengan baik, mempengaruhi masyarakat lebih memilih kita.	Iya kami mengalihkan banyak suara paslon lain. Karena memang disamping kami mencari pendukung kami punya target untuk mengalihkan pemilih lawan dalam upaya memperkecil gerak lawan. Biasanya kami upayakan sebisa mungkin melakukan komunikasi atau pun pendekatan, serta menawarkan sesuatu dengan serta memperlihatkan visi misi calon bupati yang kami perjuangkan.	Suara paslon lain banyak yang dialihkan menjadi suara paslon kami. Tim melakukan pendekatan, komunikasi, negosiasi, dan memperlihatkan vi-misi paslon yang diusung.
	AK	Iya, ada. Jadi kami tetap kampanye ke masyarakat meskipun mereka sudah punya pilihan selain kita. Kita	Tim pemenangan tetap melaksanakan kampanye ke seluruh masyarakat meskipun telah diketahui	Banyak pendukung Iwan-Alimin ini berasal dari pendukung bupati yang sebelumnya, A. Aslam	

Optimization Software:
www.balesio.com

		jaga komunikasi ke mereka, tetap sampaikan info-info juga supaya semua orang tau tentang calon kita. Sehingga mereka tergerak untuk dukung ki. Banyak juga pendukung bupati sebelumnya yang suaranya masuk ke kita karena andi irwan ini bersaudara dengan istri bupati sebelumnya, istrinya A. Aslam. Itu yang buat suara kita juga meningkat.	bahwa di daerah tersebut banyak yang mendukung paslon lain dengan selalu menyampaikan informasi tentang calon. Pendukung bupati sebelumnya yaitu A. Aslam Patonangi beralih menjadi pendukung Andi Irwan Hamid disebabkan ada hubungan keluarga antara mereka. Istri bupati sebelumnya merupakan saudara dari Andi Irwan Hamid.	Patonangi karena ada hubungan keluarga istri bupati sebelumnya dengan Andi Irwan Hamid, mereka bersaudara. Jadi basis massa bupati sebelumnya teralihkan menjadi basis massa calon yang diusung	
8. Apakah dalam strategi kampanye politik, calon anda menggunakan media sosial selama kampanye? Jika	AL	Kemarin itu kita gunakan semua, kecuali twitter yah, karena kalo di pinrang ini kan nda tau mungkin yah, nol koma sekian ji yang pake twitter. Yang dipake kemarin itu facebook, eeh instagram, kemudian youtube. Twitter itu nda, klo di pinrang itu surveynya kita kemarin nol koma sekian persen saja orang yang pake twitter. Kan itu tingkatan kota besar ji. Kebanyakan kita mainnya di	Selama kampanye dilakukan, tim menggunakan semua media kecuali twitter karena jumlah pengguna twitter di kabupaten Pinrang di bawah 1% berdasarkan survey di awal. Adapun media sosial yang digunakan untuk kampanye yaitu facebook, instagram, dan youtube. Instagram diperuntukkan untuk kampanye kepada kalangan anak muda dan	Yaa, sebelumnya kan kami melakukan survey dan rata-rata pengguna sosial media tinggi itu adalah facebook, Instagram dan youtube. Namun kami lebih banyak main di facebook karena penggunaan yang lebih tinggi hingga sampain ketingkat desa. Kalau instagram kebanyakan anak muda. Kami juga membuat grup di sosial media dengan nama sahabat andi irwan	Media sosial digunakan untuk kampanye. Facebook merupakan media sosial yang paling banyak penggunanya di Kabupaten Pinrang, sehingga tim membuat grup yang

Optimization Software:
www.balesio.com

		facebook, kalau intagram itu kan kalangan anak muda ji. Itupun juga tidak terlalu menyentuh semua desa. Kalau facebook, semuanya. Jadi kita juga punya grup kemarin itu kan grup Sahabat Ihwan-Alimin itu, kurang lebih 10.000 anggota grupnya dan 90% itu orang pinrang bukan dari luar, kalau ada dari luar itu biasanya orang pinrang tong ji yang menetap di luar. Jadi itu sebarannya itu grup itu 12 kecamatan karena kita sudah tracking, sebarannya itu 12 kecamatan. Jadi kalau ada yang dikampanyekan atau ada semacam atribut yang dikeluarkan atau kegiatan si calon kita, itu kita anggap sudah sampai di 12 kecamatan informasinya. Karena di lapangan, tim kita juga ikut me-share kembali atau membagikan kembali postingan itu. Jadi seperti itu, kerja-kerja tim kita kemarin	facebook untuk semua kalangan. Facebook yang paling aktif selama proses kampanye dilakukan. Pada grup Sahabat Irwan-Alimin di Facebook telah bergabung kurang lebih 10.000 anggota yang berasal dari 12 kecamatan di Kabupaten Pinrang. Sehingga kampanye-kampanye yang diunggah di grup tersebut diangap telah tersampaikan ke masyarakat 12 kecamatan di Kabupaten Pinrang. Tim pemenangan pun juga aktif ikut membagikan postingan dalam prose publikasi kampanye.	alimin dengan anggota 10.000 dan rata orang pinrang. Dan dgrup itu sudah mencakup 12 kecamatan, sehingga kalau kami melakukan postingan, itu sudah tersebar di 12 kecamatan. Selain itu tim kami yang dibawah juga melakukan share kembali apa yang kami posting.	beranggotakan 10.000 orang yang berasal dari 12 kecamatan yang ada di Kabupaten Pinrang. Melalui media sosial, informasi kampanye dan kegiatan lainnya dapat tersampaikan langsung ke masyarakat.

Optimization Software:
www.balesio.com

		kalau masalah publikasi.			
9. Apakah selama masa kampanye, tim pemenangan melakukan pendekatan personal ke pemilih? Jika iya, bagaimana cara pendekatannya dan hal-hal apa saja yang disampaikan?	AL	Ya itulah tadi, pendekatan personal itu ya dengan door to door, kita datangi mereka, kita samperin mereka jadi si calon ini jalan. Jadi kita itu punya target minimal 25 rumah yang akan di datangi calon per harinya. Itu sudah dilakukan kurang lebih 1 tahun sebelum pilkada. Jadi semakin dekat itu semakin ee intens door to doornya itu semakin ditingkatkan. Kemarin itu mulai jam 7 bisa sampai jam 1 malam atau jam 12 malam kalau masih ada yang mau menerima kita. Jadi, cara door to doornya itu seperti itu. Jadi, tim kita dibawah misalnya kita agendakan kita ke lembang, jadi tim kita yang dilembang itu sudah mempetakan, ini yang di datangi, ini yang di	Iya, pendekatan yang dilakukan dengan *door to door*, paslon mendatangi langsung rumah masyarakat. Target minimal door to door yaitu minimal 25 rumah per hari. Hal tersebut dilakukan 1 tahun sebelum pilkada berlangsung. Door to door semakin intens dilakukan ketika menjelang pilkada. Tim telah mengagendakan dan mempersiapkan kegiatan door to door dengan telah memetakan rumah yang akan dikunjungi pada satu kecamatan, sehingga paslon masyarakat di kecamatan tersebut dengan tertib. Tim dan paslon memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya untuk kampanye.	• Iya, jadi salah satu strategi kami di tim pemenang Andi Irwan Hamid yaitu dengan melakukan pendekatan personal atau door to door ke pemilih. Dan itu kami lakukan 1 tahun sebelum pilkada dengan menargetkan 25 per rumah dalam 1 hari. Dan itu semakin kami intenskan menjelang pilkada. • Adapun pendekatannya dengan menggerakkan tim dibawah. Tim inilah yang melakukan pemetaan siapa saja yang bisa calon bupati kunjungi. Dan biasanya kami memilih tokoh-tokoh kunci di daerah tersebut. Walaupun sesekali kami tetap menyapa atau bersilaturahmi dengan	Tim pemenangan melakukan pendekatan personal dalam bentuk *door to door* ke rumah warga yang telah dirancang pelaksanaannya dengan baik. Door to door dilakukan paslon langsung dan tim pemenangan. Paslon melakukan door to door dan melakukan pendekatan ke masyarakat seperti silaturahmi, menyapa, dan meyakinkan

Optimization Software:
www.balesio.com

		datangi, ini yang di datangi. Jadi tokoh2 kunci yang di datangi, disamping mendatangi tokoh2 kunci, kita juga bikin kadang yaa apa ya, calon kita jalan juga jalan kaki temui samperin orang dipinggir jalan. Yaa apapun pokonya caranya, tidak ada waktu yang terluang kecuali kita kampanye pada saat itu. Biasa tong itu meyakinkan mereka, menyapa mereka, bersilaturahmi si calon bupatinya. Disamping itu juga ada door to door dari tim, kan beda caranya door to door tim itu dengan bupati. Door to door tim itu biasa mendengarkan keluhan2 mereka, atau mereka misalnya mengatakan oke bawakan ka paeng bupati ta kesni. Begitu kan. Berikutnya Ee nanti kita bawakan bupatinya kesitu. Seperti itu. Yaa kita anu, menyerap aspirasi keinginan	Hal yang dilakukan pada door to door yaitu silaturahmi, menyapa dan meyakinkan masyarakat. Door to door yang dilakukan paslon berbeda dengan door to door yang dilakukan tim pemenangan. Tim pemenangan biasanya mendengarkan keluhan dan aspirasi masyarakat dan menawarkan kedatangan paslon agar dapat mendengar langusng keluhan masyarakat. Selain itu, tim pemenangan juga meyakinkan masyarakat yang daerahnya tidak dikunjungi oleh paslon untuk tetap memilih paslon tersebut.	masyarakat sambil jalan. • Sedangakan untuk door to door tim, kami fokuskan untuk lebih menyerap aspirasi atau keluhan masyarakat dan kami berusaha untuk memenuhi keinginan mereka. Nah setelah mereka punya kecenderung atau ada rasa ketertarikan dengan calon yang kami perjuangkan, barulah kami pertemukan. • Kami sangat memberdayakan tim pemengangan kami yang ada di akar rumput, sebab merekalah jembatan atau penyampai visi misi calon bupati yang diperjuangkan ke masyarakat. Hal ini sangat perlu dilakukan tim, karena mustahil calon bupati bisa menjangkau seluruh rumah tangga dengan door to door secara langsung. Sehingga	masyarakat. Sedangkan door to door yang dilakukan tim pemenangan yaitu menyerap aspirasi atau keluhan masyarakat dan berusaha memenuhi keinginan masyarakat.

Optimization Software:
www.balesio.com

		masyarakat seperti apa begitu. Jadi tim bergerak seperti itu dibawah mengkampanyekan juga calon bupatinya. Kan tidak selamanya calon bupati menjangkau seluruh rumah tangga. Jadi cara menjembatanginya melalui tim, bagaimana juga meyakinkan pemilih tidak ketemu calon bupati kita, tetapi mereka mau memilih kita.		walaupun tidak bertemu langsung tapi mereka mengetahui visi misi calon bupati kami, dan mereka mau memilih.	
10. Apakah dengan adanya dana kampanye mempengaruhi jalannya kampanye yang diakukan tim pemenangan?	AL	Itu sangat mempengaruhi kalau dana kampanye, karena operasional tim dibawah jadi sangat mempengaruhi. Jadi kemarin kita eee apa, banyak dibantu oleh apa, ada dari pengusaha, macam-macam ada dari partai juga yaa itulah dana-dana kampanye yaa itu di sebar ke tim dan juga yang paling banyak dari tim itu sendiri yang mendanai dirinya, yang mensupport kita	Dana kampanye sangat mempengaruhi pelaksanaan kampanye pada kerja operasioan tim. Pelaksanaan kampanye paslon Iwan-Alimin mendapat banyak dukungan seperti pengusahan, partai, orang-orang terdekat, dan dari tim sendiri. Tim pemenangan di beberapa daerah sangat militan mendanai pelaksanaan kampanye. Mereka	• Dana kampanye sangat mempengaruhi kerja operasional Tim dibawah. • Pemilihan pilkada pinrang 2018 kemarin, kami banyak di support masyarakat dari segi pendaan. Sumber dananya ada dari pengusaha, orang-orang terdekat, atau pun dari Tim sendiri yang mendanai dirinnya, tentu ada juga dari internal partai sendiri.	Dana kampanye sangat berpengaruh dalam pelaksanaan kampanye secara operasional. Kampanye ini didukung dari berbagai pihak, seperti pengusaha, pihak partai, dan tim pemenangan.

Optimization Software:
www.balesio.com

		dari segi pendanaan. Jadi kebanyakan dari tim kita itu, itu kaget karena militansinya mereka, merekalah yang membantu kita dari soal dana, tidak perlu lagi kita pusing-pusing, sebagian lah sebagian daerah begitu. Dia tdak mau terima uang dari kita tapi dia sendiri kerja tanpa diberi uang, dia sendiri mendanai dirinya. Jadi itu dana kampanye sumbernya banyak ada dari masyarakat, yaa orang2 dekat kita, dari partai. Dan kemarin itu danaya sebagian masyarakat. Mereka sendiri mendanai karena militansinya misalnya kalau ada pertemuan, mereka sendiri potong sapi. Itu karena militansinya masyarakat. Karena ini kan tokoh kita Andi Irwan Hamid sudah 3 kali bertarung, dia ini salah satu tokoh yang punya militansi cukup besar di pinrang Karen tanpa pilkada	memfasilitasi dengan sangat baik jika dilaksanakan pertemuan. Hal ini tercermin dari calon bupati yang telah mencalonkan sebagai bupati sebanyak 3 kali yang memiliki sifat militant yang cukup besar. Meskipun tanpa pilkada, jika disurvey Andi Irwan Hamid memang memiliki sifat militan sebesar 20%. Ada istilah Pemilih fanatic dan pemilih penasaran. Mereka penasaran ingin melihat Andi Irwan Hamid memimpin sebagai bupati. Hal itu yang dapat membuat masyarakat yakin sehingga dana operasional diminimalisir. Dengan sifat militant, masyarakat dapat mandiri dan inisiatif untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan kampanye.	• Militansi mereka yang menjadi alas an kuat sehingga secara suka rela membantu kami dari segi pendaan. Seperti, jikalau ada pertemuan mereka yang menyediakan hidangannya misal memotong sapi. • Andi Irwan Hamid sudah 3 kali berturut-turut ikut dalam kontestasi pemilihan kepala daerah pinrang dan itu menjadi bekal bagi Andi Irwan Hamid, sehingga dalam survey Andi Irwan Hamid memiliki 20% kemilitansiannya. • Adanya pemilih fanatic atau sering kami sebut pemilih penasaran. Penasaran melihat gaya kepemimpinan andi irwan hamid sebagai bupati. Sehingga ini juga salah peluang dimanfaatkan oleh tim.	

Optimization Software:
www.balesio.com

		pun kalau di survey, tokoh militansinya puang itu sekitar 20%, mau pilkada mau tidak tetap seperti itu hasilnya. Ada namanya pemilih fanatiknya Andi Ridwan Hamid, kalau kita itu sebut pemilih penasaran, jadi kita dulu sebut itu pemilih penasaran, penasaran mau lihat Andi Irwah Hamid jadi Bupati. Makanya karena penasarannya itu, jadi disitulah juga kuncinya Tim bagaimana membangun militansi supaya kita bisa memperkecil dana operasional waktu itu. Karena kalau mereka militansi, mereka sendiri yang buat kegiatan tanpa di minta, tanpa dibiayai dengan sendirinya mendanai. Kemudian dia juga memilih, bukan karena kita kasi uang atau apa,			

Optimization Software:
www.balesio.com

11. Berapa banyak dana kampanye yang dikeluarkan dalam memenangkan paslon yang anda dukung?	AL	Kemarin itu hamper ji 1 M kalau dari sisi partai politik, karena ada yang terdata ada yang tidak. Karena saya sendiri yang bikin Pelaporan Dana Kampanyenya, saya yang bikin itu, jadi saya yang tangani, jadi saya kemarin lumayan banyak saya tangani.	Partai politik mengeluarkan 1 milyar untuk kampanye. Namun masih ada jumlah lain yang tidak terdata dalam pelaporan.	dana kampanye yang kami keluarkan pada saat pilkada kemarin kurang lebih 1 Milyar, itu yang terdata. Karena ada juga yang tidak terdata.	Dana kampanye yang digunakan sekitar 1 Milyar.

Optimization Software:
www.balesio.com

12. Bagaimana strategi kampanye politik yang tim pemenangan lakukan sebagai upaya meraih suara atau simpati masyarakat?	AL	Yaa itu, kami terus mengabarkan kepada masyarakat tentang tokoh kita, tentang kegiatan-kegiatan, dari sisi positifnya Andi Irwan Hamid seperti apa. Dan harapan harapannya kita bahwa seperti ini yang akan dilakukan, artinya menggambarkan Visi Misi lah kebanyakan disitu. Jadi, setiap harinya kita melakukan postingan. Kita lakukan trackingan di media social karena tidak ada juga hasilnya kalau hanya sekedarnya memposting saja tanpa melakukan trackingan media social. Apakah kampanye medias social ini sudah sampai dimasyarakat atau belum, jadi ada trackingan disitu. Jadi setelah melempar isu kita lihat hasilnya seperti apa. Makanya ada survey secara bergelombang juga, nanti disitu bisa diukur bahwa	Kami selalu menyampaikan informasi tentang paslon kepada masyarakat seperti kegiatan yang dilakukan dan hal-hal positif tentang paslon yang sesuai dengan visi-misi mereka. Tim juga melakukan *tracking* di media sosial untuk melihat tersampaikannya informasi tersebut kepada masyarakat. Selain itu, juga dilakukan survey secara bergelombang untuk mengukur keefektifan kegiatan-kegiatan yang dilakukan.	• Kami selalu mengabarkan kepada masyarakat terkait calon bupati yang kami perjuangkan. Tentang kegiatan yang kami lakukan dan hal positif dari sisi Andi Irwan Hamid tentu juga berkaitan dengan visi misi kedepan. • Setiap hari kami terus melakukan postingan, namun disertai dengan melakukan trackingan media social. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah postingan tersebut sampai kemasyarakat. • Selain itu, kami melakukan survey secara bergelombang. Ini juga perlu dilakukan untuk mengukur efektif tidaknya kegiatan yang kami lakukan. Jadi kami tidak hanya melempar isu saja.	Strategi yang dilakukan tim pemenangan dalam kampanye yaitu selalu menyampaikan informasi kegiatan dan hal-hal positif paslon kepada masyarakat secara langsung maupun di media sosial. Tim melakukan *tracking* di media sosial untuk memastikan informasi sampai kepada masyarakat.

Optimization Software:
www.balesio.com

		efektif tidak ini yang kita lakukan. Jadi, ada juga survey kecil-kecilannya juga. Jadi kita tidak sekedar melempar saja			

Optimization Software:
www.balesio.com

13. Apakah elektabilitas figur berpengaruh terhadap keberpihakan simpati masyarakat?		Iye, jadi itu juga kemarin salah satu factor kenapa bisa menang Andi Irwan. Karena pengalaman beliau dalam 3 kali mengikuti kontestasi pilkada pinrang ini. Tentu sangat dikenal mi lah oleh masyarakat. Sedangkan lawannya itu orang lama memang di politik tapi aktifitasnya dluar dari pinrang. Makanya tidak familiar di masyarakat.	Elektabilitas figur sangat mempengaruhi keberpihakan masyarakat. Makanya ini menjadi keberuntungan juga buat andi irwan hamid. Sebab lawan politiknya kurang familiar di masyarakat. Karena aktifitasnya diluar kabupaten pinrang. Sedangkan pengalaman Andi Irwan Hamid sudah 3 kali berpartisipasi dalam pilkada.	salah satu yang buat juga menang pilkada kemarin karena elektabilitas lawan politik dari Andi Irwan-Hamid ini rendah, masyarakat kurang familiar dengan nama lawan politinya Andi Irwan-Hamid. Walaupun memiliki pengalaman politik yang baik namun aktifitas politiknya tidak di kabupaten pinrang, makanya lawan politik Andi Irwan-Hamid itu rendah karena tidak dikenal masyarakatsalah satu yang buat juga menang pilkada kemarin karena elektabilitas lawan politik dari Andi Irwan-Hamid ini rendah, masyarakat kurang familiar dengan nama lawan politinya Andi Irwan-Hamid. Walaupun memiliki pengalaman politik yang baik namun aktifitas politiknya tidak di kabupaten pinrang, makanya lawan	

Optimization Software:
www.balesio.com

				politik Andi Irwan-Hamid itu rendah karena tidak dikenal masyarakat	

Optimization Software:
www.balesio.com

TIM MEDIA					
1. Bagaimana peran tim media dalam memenangkan Andi Irwan Hamid-Alimin dalam Pilkada Pinrang 2018?	AR	Dengan memasifkan penyebaran kemasyarakat tentang calon. Selalu mengabarkan dengan berbagai macam cara dengan spanduk, baliho, flayer, surat kabar, pokoknya semua dilakukan. Media Apapun kita masuki selama bisa. Jadi, kemarin tim disini, seperti itu cara kerjanya. Setiap hari pasti ada postingan kita kirim, pasti ada yang kita kabarkan pada masyarkat. Apapun kegiatannya door to doornya Andi Irwan Hamid pasti kami kabarkan.	Tim media bertugas dalam penyebaran informasi selama kampanye berlangsung. Penyebaran informasi kampanye dilakukan melalui media sosial, media massa, maupun secara langsung ke masyarakat. Tim media memiliki peran dalam pemenangan pasangan Andi Irwan- Hamid-Alimin dengan cara menyebarkan informasi tentang calon secara massif. Penyebaran informasi melalui spanduk, baliho, *flyer*, surat kabar, dan semua media yang ada diakses dan dimanfaatkan dengan baik dalam mengkampanyekan pasangan Andi Irwan-Hamid-Alimin. Pada media sosial, tim media secara ruti mengunggah *posting*an-*posting*an tentang kegiatan yang dilakukan calon kepala	Memasifkan penyebaran kepada masyarakat terkait calon salah satu upaya yang tim media lakukan. Kami selalu mengabarkan dengan berbagai macam media seperti spanduk, baliho, flayer, surat kabar dan itu setiap hari kami kabarkan terkait kegiatan kegiatan yang kami lakukan pun itu door to door.	Tim media yang dibentuk oleh Tim pemenangan Andi Irwan Hamid-Alimin mempunyai peran untuk memasifkan penyebaran informasi terkait kegiatan Andi Irwan Hamid-Alimin seperti spanduk, baliho, flayer, surat kabar.

Optimization Software:
www.balesio.com

			daerah setiap hari termasuk kegiatan *door to door* yang dilakukan pasangan Andi Irwan- Hamid-Alimin.		
2. Apakah peran tim media punya pengaruh signifikan terhadap kemenangan Andi Irwan Hamid-Alimin	AR	Jadi peran media itu sangat berpengaruh, apa lagi di era digital begini utamanya daerah perkotaan ini cara pendekataannya sebenarnya lebih banyak di social media juga karena mereka pasti baca. Sekarang setiap orang pasti punya facebook. Di umur umur 50 an saja main fb sekarang, jadi itu yang kita sentuh. Jadi tidak perlu lagi kita misalnya datang	Tim media sangat berperan penting dalam kemenangan pasangan Andi Irwan Hamid-Alimin. Pada zaman sekarang yang selalu bergantung pada teknlogi, tim media dalam proses kampanye di dareah perkotaan sangat berpengaruh agar dapat meraih simpati masyarakat untuk memilih pasangan calon yang diusungkan.	• Media sangat berpengaruh dalam kampanye yang kami lakukan. Terutama di daerah perkotaan yang notabenenya pengguna social media aktif itu rata-rata punya social media. Media yang paling sering kami gunakan adalah Fb. Karena hampir jenjang usia bahkan usia 50 an menggunakan sosial media	Keberadaan media dalam tim pemenangan sangat berpengaruh besar. Apa lagi tingkat pengguna social media di era sekarang sangat tinggi. Sehingga ini sangat membantu dalam

Optimization Software:
www.balesio.com

		kampanye secara langsung ke lapangan. Karena kita tidak bisa semua wilayah kita sentuh, pasti ada terlewatkan jadi caranya untuk mengcover itu dengan bantuan media. Kemudian dengan pemasangan baliho dengan spanduk itu, tidak serta merta dipasang begitu saja, ada triknya, ada caranya bagaimana misalnya 1 titk di titik ini semua kampung bisa lihat kalau lewat, kemudian caranya pasangnya juga itu jangan sampai kita taruh disitu masyarkat tidak pernah lihat, jadi Ada spot-spot tertentu.	selain pemasangan baliho di tempat-tempat yang mudah terlihat, proses kampanye juga dilakukan di *Facebook*. *Facebook* merupakan media sosial yang sangat aktif digunakan dalam proses kampanye karena semua orang memiliki akun di layanan jejaring sosial ini. Bahkan masyarakat yang berusia 50 tahun ke atas masih aktif menggunakan *Facebook* sehingga informasi kegiatan dan proses kampanye dapat tersampaikan ke seluruh masyarakat di Kabupaten Pinrang. Selain *Facebook*, media sosial lain yang digunakan untuk kampanye adalah *Instagram* dan *Youtube*. Namun *Facebook* yang paling aktif selama proses kampanye dilakukan.	yang satu ini. Sehingga hal itu yang kami coba manfaatkan. • Media social juga ini sebagai upaya untuk menyentuh seluruh lapisan wilayah ataupun lapisan masyarakat karena sangat kami sadari, kami tidak mampu menjangkau semua wilayah yang ada di kabupaten pinrang ini. Sehingga dengan adanya media social ini, kami bisa mengcover semuanya. • Selain itu, kami juga melakukan pemasangan baliho. Tentu kami tidak serta merta melakukan pemasangan. Kami memiliki trik tersendiri sehingga baliho yang kami pasang, itu bisa dilihat masyrakat misal ketika sedang lewat.	penyebaran informasi terkait pasangan calon bupati dan wabup Andi Irwan Hamid-Alimin di seluruh wilayah kabupaten pinrang.

Optimization Software:
www.balesio.com

3. Apa kendala tim media dalam memenangkan Andi Irwan Hamid-Alimin dalam Pilkada Pinrang 2018?	AR	Kendalanya itu sebenarnya kebanyakan dari sisi infrastruktur. Menjadikan perlakuan kita terbatas dan banyak yang mau dicover, tapi pelan-pelan dilengkapi. Tapi sebenarnya kemarin tidak ada ji kendala berarti di media. Semua berjalan ji. Cuma yaa dimaksimalkan semaksimal mungkin, dilaksanakan sesuai dengan SDM yang ada, infrastruktur yang ada, peralatan yang ada semaksimal mungkin.	Ketersediaan infastruktur yang terbatas merupakan salah satu kendala yang di alami oleh tim media. Namun dengan alat dan SDM yang ada kami tetap memaksimalkan kerja-kerja tim media.	Kendalanya lebih kepada ketersedian infastruktur, sehingga tidak semua bias kami cover dengan baik. Namun peralatan yang ada dan SDM yang tersedia kami gunakan semaksimal mungkin.	Keterbatasan Infastukur Tim Media menjadi kendala dalam mengelolah penyebaran informasi kemasyarakat.

Optimization Software:
www.balesio.com

Lampiran 3

DATA INFORMAN

STRATEGI PEMENANGAN ANDI IRWAN HAMID DAN ALIMIN DALAM PILKADA KABUPATEN PINRANG TAHUN 2018

NOMOR	NAMA	PEKERJAAN	WAKTU WWC
1	AKHMAD LATTA	SEKRETARIS TIM PEMENANGAN	6/08/2020
2	ANCA KAMIL	ANGGOTA TIM PEMENANGAN	6/08/2020
3	AGUSSALIM RIDWAN	ANGGOTA TIM MEDIA	6/08/2020

Optimization Software:
www.balesio.com

Lampiran 4

DOKUMENTASI WAWANCARA

Optimization Software:
www.balesio.com

Optimization Software:
www.balesio.com