

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	S
Tanggal :	02 - 3 - 2015
No. Reg. :	1. T14151654
	2. TK / 52 / 14 / 149



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Ratu Atut
Chosiyah dan Rano Karno dalam Kampanye Pemilihan
Gubernur (Studi kasus Kampanye Atut- Rano dalam
Pemilihan Gubernur Banten 2011)

TESIS

UNIVERSITAS

Oleh :

MERCU BUANA

Nama : Siswandi

NIM : (55209110034)

Universitas Mercu Buana
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
2013

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Siswandi
2. NIM : 55209110034
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
6. Judul : Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan
Ratu Atut Chosiah dan Rano Karno dalam Kampanye Pemilihan Gubernur
(Studi Kasus Kampanye Atut- Rano dalam Pemilihan Gubernur Banten 2011)

Jakarta, 30 September 2013

Pembimbing I

Dr. Emrus Sihombing, M.Si

Pembimbing II

Dr. Heri Budianto, M.Si

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan
Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno dalam
Kampanye Pemilihan Gubernur (Studi Kasus
Kampanye Atut- Rano dalam Pemilihan Gubernur
Banten 2011)
2. Nama : Siswandi
3. NIM : 55209110034
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal : 22 Oktober 2013

Jakarta, 22 Oktober 2013

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Drs. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli

DR. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

3. Pembimbing I

Dr. Emrus Sihombing, M.Si

(.....)

4. Pembimbing II

Dr. Heri Budianto, M.Si

(.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan
Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno dalam
Kampanye Pemilihan Gubernur (Studi Kasus
Kampanye Atut- Rano dalam Pemilihan Gubernur
Banten 2011)
2. Nama : Siswandi
3. NIM : 55209110034
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal : 22 Oktober 2013

UNIVERSITAS
Jakarta, ... November ... 2013

MENGETAHUI,
MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Drs. Juwono Tri Atmodjo, M.Si
2. Penguji Ahli
DR. Ahmad Mulyana, M.Si
3. Pembimbing I
Dr. Emrus Sihombing, M.Si
4. Pembimbing II
Dr. Heri Budianto, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno dalam Kampanye Pemilihan Gubernur (Studi Kasus Kampanye Atut- Rano dalam Pemilihan Gubernur Banten 2011)
2. Nama : Siswandi
3. NIM : 55209110034
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal : 22 Oktober 2013

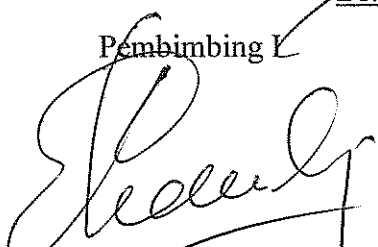
Jakarta,2013

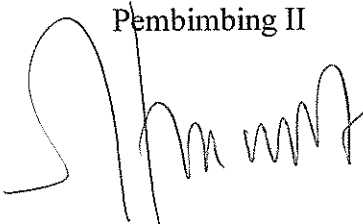
Disetujui dan diterima oleh,
Direktur Pasca Sarjana


MERCU BUANA
Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi


Dr. Farid Hamid, M.Si
Pembimbing I

Dr. Emrus Sihombing, M.Si

Pembimbing II

Dr. Heri Budianto, M.Si

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PERNYATAAN ORISINILITAS

Judul : Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno dalam Kampanye Pemilihan Gubernur (Studi Kasus Kampanye Atut- Rano dalam Pemilihan Gubernur Banten 2011)

Nama : Siswandi

NIM : 55209110034

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik

Tanggal : 30 September 2013

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 30 September 2013



Siswandi

Nama : Siswandi
Program Studi : Media dan komunikasi Politik

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno dalam Kampanye Pemilihan Gubernur Banten 2011

Pesta raya demokrasi pemilihan Gubernur Banten ke tiga di adakan tanggal 22 Oktober 2011. Persaingan dalam rangka perolehan kedudukan kepemimpinan di Banten setiap perodesasinya semakin kompetitif di tambah makin berkembangnya perekonomian dan SDM di Banten yang semakin baik. Pada pemilihan Gubernur Banten 2011 ini tentu berbeda dengan pemilihan Gubernur Banten 2001 dan 2006 dimana saat itu lebih banyak pemilih tradisional serta patronase kyai dan jawara (Perkumpulan Seni Beladiri). Pada pola pemilihan Gubernur Banten 2011, pasangan Kandidat Gubernur Banten Ratu atut chosiyah merupakan kandidat *Incumbent* yang sebelumnya telah memimpin Banten selama dua perodesasi. Pada perodesisasi Gubernur Banten 2001- 2006 dan 2006 - 2011 dimana kejayaan ketua jawaradi Banten Chasan sochib ayahanda Ratu atut chosiyah dapat mempengaruhi pemilih sehingga mampu memposisikan Putra-putrinya pada posisi kepemimpinan di Banten. Untuk itu pada penelitian ini penulis mendalami bagaimana Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Ratu atut chosiyah dan Rano karno dalam Kampanye, dengan kondisi kepemimpinan perempuan, perubahan pendidikan serta ekonomi yang lebih baik di Banten, serta meninggalnya Tokoh kharismatik Chasan sochib.

Pada penelitian ini Penulis mengambil objek penelitian Tim Pemenangan kandidat Ratu atut chosiyah dan Rano karno menggunakan teori Analisi SWOT melalui pendekatan Kualitatif dengan studi kasus, pada penelitian ini berparadigma penelitian konstruktivis agar dapat mengungkapkan perencanaan pola komunikasi politik yang dilakukan tim kemenangan pasangan *incumbent*.

Hasil penelitian ini menunjukan komunikasi yang dilakukan tim pemenangan melalui beberapa tahapan seperti pembentukan koalisi partai termasuk didalamnya perekutan calon wakil, menggerakkan para relawan dan simpatisan misalnya RBB serta SAHABAT, memanfaatkan survey konsultan politik sebagai dasar tindakan strategi, kemudian pada tahapan kampanye antara lain pemetaan pemilih, visi- misi, Isu-isu kampanye, media kampanye, pendanaan kampanye.

Pada penelitian ini, isu meninggalnya ketua jawara Chasan sochib ternyata kurang mempengaruhi masyarakat Banten untuk tidak memilih *Incumbent* sebaliknya dengan komunikasi yang dilakukan *Incumbent* berbalik menjadi empati bagi pemilih dan masyarakat lebih tertarik pada isu kesejahteraan.

Kata Kunci: *Strategi ,Komunikasi Politik, Tim Pemenangan, Kampanye, Pilkada*

Name : Siswandi
Subject : Media and Political Communication

**Political Communication Strategy of Chosiyah Ratu Atut and Rano Karno's
Campaign Team in Banten Governor Election 2011**

The third Banten gubernatorial election held on October 22, 2011 . Competition in order to gain leadership positions in Banten each added perodesasinya increasingly competitive in the growing economy and human resources in Banten are getting better. In the Banten gubernatorial election 2011 is certainly different from the Banten gubernatorial election in 2001 and 2006 during which more traditional voters and patronage clerics and warlords (Martial Arts Association) . On the pattern of Banten gubernatorial election 2011, candidate pair Banten Governor Ratu atut chosiyah an incumbent candidate who had previously led the Bantam for two periodization . At perodesisasi Banten Governor 2001-2006 and 2006-2011 where the chief glory champion in Banten Chasan sochib, Ratu atut chosiyah's father can influence voters so as to position the son and daughter in a position of leadership in Banten . Therefore in this study the authors explore how Campaign team Communication Strategy Ratu atut chosiyah and Rano karno in campaign the winning candidate, the conditions of women's leadership , educational change and a better economy in Banten, as well as the death of the charismatic leader Chasan Sochib.

In this study the object is Winning Team Ratu atut chosiyah candidates and Rano karno using SWOT Analysis theory through a qualitative approach with case studies as well as in this study has a constructivist research paradigm in order to reveal patterns of political communication planning made it incumbent team wins pair.

The Research shows that communication with the winning team conducted several stages of the formation of the coalition parties including representatives perekutan candidates, mobilize volunteers and supporters as well as Friends of RBB, utilizing survey of political consultants as the basis for strategic action, then the mapping stage of the campaign among other voters, vision, mission, campaign issues, media campaigns, campaign financing.

In this study, the issue of the death of chief Chasan sochib champion was less affected Banten people to not choose otherwise the incumbent communications made incumbent turned into empathy for the voters and the public is more interested in welfare issues.

Keywords: Strategy, Political Communication, campaign Team, Campaign, regional Election

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayahnya, penulis dapat merampungkan tesis ini, yang dibuat dalam rangka penyelesaian studi di Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta. Merupakan suatu kebanggaan sendiri bagi penulis, tesis ini merupakan sebuah hal yang baru. Apalagi, penulis dibesarkan dalam ranah ilmu-ilmu positivistik, sehingga menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bisa mengenal ilmu-ilmu post- positivistik, yang menurut penulis, penuh dengan tantangan dan hambatan.

Sehingga rampungnya penulisan tesis ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Karena itu, secara khusus penulis ingin menghaturkan penghargaan dan terima kasih kepada mereka-mereka yang telah dengan suka rela membantu penulis menyelesaikan tesis ini.

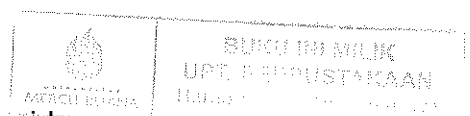
1. Ucapan terima kasih pertama kali tentu saja kepada kedua pembimbing, Dr. Emrus Sihombing, M.Si dan Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si, yang dengan tekun membimbing penulis, rela untuk diganggu, dan memberikan penulis waktu berkonsultasi di tengah kesibukannya.
2. Terima kasih juga kepada Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, Ketua Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis selama menempuh studi. Sebagai guru, Pak Farid telah memberi nuansa baru mengenai pentingnya penelitian

komunikasi kualitatif untuk menyikap berbagai fenomena komunikasi secara lebih mendalam.

3. Kepada kedua orang tua penulis, Ibu Julecha yang telah sangat sabar menunggu dan terutama Almarhum Bapak Chaerudin yang menjadi panutan penulis
4. Kepada Para pengurus PB HMI Periode 2008- 2010 dan terutama periode 2010- 2013 yang telah banyak memberikan inspirasi Hidup dalam melewati dinamika Organisasi.
5. Kepada Keluarga Besar HMI dan KAHMI Kota Cilegon yang selalu menjadi motivasi dalam peranannya pada penyelesaian Tesis ini.
6. Keluarga Besar PT. Semesta Inspirasi Media yang banyak membantu penulis
7. Kepada para senior dan rekan-rekan Magister Komunikasi angkatan 7, terima kasih untuk pertemanannya selama ini.

Penulis mengakui, bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan tesis ini.

Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xvi
Daftar Lampiran	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1. Tinjauan Teoritis.....	19
2.1.1.1. Komunikasi Politik.....	19
2.1.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	21
2.1.1.3. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik.....	23
2.1.2. Peran Strategi Komunikasi Politik.....	29
2.1.2.1. Definisi Strategi	30
2.1.2.2. Hakekat Strategi Komunikasi Politik.....	33



2.1.3. Kampanye Politik.....	43
2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Paradigma Penelitian.....	51
3.3 Metode Penelitian.....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Analisa Data.....	54
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
BAB IV PEMBAHASAN MASALAH.....	57
4.1 Tentang Provinsi Banten.....	57
4.1.1. Kondisi Geografis Provinsi.....	59
4.1.2. Topografi.....	60
4.1.3. Hidrologi dan Klimatologi.....	61
4.2. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Banten.....	62
4.2.1. Visi dan Misi KPUD Banten.....	63
4.2.2. Struktur KPUD Banten	67
4.2.3. Putusan- putusan KPUD Banten	69
4.3. Tim Sukses Ratu Atut Chosiya dan Rano Karno	71
4.3.1. Koalisi Partai Pengusung dan Pendukung.....	74
4.3.1.1. Struktur Tim Kampanye.....	77

4.3.1.2. Mekanisme Penetapan Calon.....	80
4.3.2. Tim Kemenangan Banten Bersatu.....	85
4.3.2.1. Relawan Banten Bersatu (RBB).....	85
4.3.2.2. Satu Hati untuk Atut (SAHABAT).....	89
4.3.3. Konsultan Politik/ Spin Doctor.....	91
4.3.3.1. Konsultan Citra Indonesia (KCI)	92
4.4. Perencanaan dan Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses.....	94
4.4.1. Melakukan Pemetaan Politik	95
4.4.2. Mengetahui Kekuatan Pasangan Kandidat.....	97
4.4.2.1. Kekuatan Kandidat <i>Incumbent</i>	97
4.4.2.2. Modal Financial	99
4.4.2.3. Dinasti Politik dan Kekuatan Patronase	101
4.4.2.4. Patronase Kultural Kyai dan Jawara.....	105
4.4.3. Mengetahui Khalayak.....	108
4.4.3.1. Karakteristik Sosial	108
4.4.3.2. Preferensi pemilih	109
4.4.3.3. Objek Politik	109
4.4.4. Perencanaan dan Pembuatan Program	110
4.4.4.1. Visi dan Misi Kandidat <i>Incumbent</i>	110
4.4.4.2. Rencana Strategis Pemenangan.....	116
4.5. Tindakan Berkomunikasi	117
4.5.1. Strategi Komunikasi Politik Rakyat Banten Bersatu (RBB).....	117
4.5.2. Strategi Komunikasi Politik SAHABAT.....	121

4.5.3. Strategi Komunikasi Politik Tim Konsultan Citra Indonesia	122
4.6. Strategi Kampanye Politik	126
4.6.1. Pemetaan Pemilih	127
4.6.2. Isu/ Pesan Kampanye.....	129
4.6.3. Media Kampanye.....	132
4.6.4. Pendanaan Kampanye.....	140
4.6.5. Kampanye Terbuka.....	141
4.7. Evaluasi Program Kerja	146
4.8. Diskusi	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	151
5.1. Kesimpulan	151
5.2. Saran	153
Daftar Pustaka	155
Lampiran	158
Daftar Riwayat Penulis	178

DAFTAR GAMBAR

2.1. Skema Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses.....	49
4.1. Peta Provinsi Banten	57
4.2. Bagan Keanggotaan KPU Provinsin Banten.....	67
4.3. Bagan Struktur Organisasi Sekretariat KPU Provinsi Banten	68
4.4. Pemetaan Media melalui Media Control	139



DAFTAR TABEL

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	17
4.1. Rekapitulasi Jumlah Pemilih Terdaftar pada Pilgub Banten	69
4.2. Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Banten 2011.....	70
4.3. Partai Parlemen Pasangan Koalisi Pasangan Ratu Atur dan Rano Karno.....	75
4.4. Hasil Survei Berdasarkan Elektabilitas dan Popularitas.....	83
4.5. Analisi SWOT Pasangan <i>Incumbent</i>	95
4.6. Harta Kekayaan Kandidat Gubernur	100
4.7. Harta Kekayaan Kandidat Wakil Gubernur	101
4.8. Capaian Visi dan Misi.....	114
4.9. Fokus, Prioritas dan Skenario Pembangunan.....	115
4.10. Hasil Survei Kinerja Kandidat Ratu Atut Chosiyah.	124
4.11. Hasil Survei Politik, Ekonomi, Keamanan dan Hukum di Banten.....	125
4.12. Hasil Survei Peta Kekuatan Pemilih.....	127
4.13. Hasil Survei Kebutuhan Dasar Masyarakat Banten.....	130
4.14. Hasil Survei Alat Publikasi Kampanye	134
4.15. Hasil Survei Partisipasi Masyarakat pada Media.....	134
4.16. Hasil Survei Berdasarkan Responden Media TV.....	135
4.17. Hasil Survei Berdasarkan Responden Siaran Radio.	136
4.18. Hasil Survei Berdasarkan Media Cetak	136
4.19. Laporan Penerimaan dan Penggunaan Dana Kampanye Para Kandidat ...	140
4.20. <i>Schedule</i> Kampanye Pasangan <i>Incumbent</i>	145

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Wawancara dengan Iwan Kusuma Hamdan.....	158
Lampiran 2 : Wawancara dengan Akhmad Jazuli.....	162
Lampiran 3 : Wawancara dengan Agus A. Subarli	166
Lampiran 4 : Wawancara dengan Bahrul Ulum	169
Lampiran 5 : Foto-foto Atribut dan Kampanye terbuka	176

