

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengambil tema strategi kampanye dan berfokus pada alasan mengapa kedua pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Yogyakarta tidak menggunakan kampanye terbuka. Penelitian ini mengambil studi kasus pada saat Pemilihan Walikota Yogyakarta (Pilwalkot) tahun 2017. Pada Pilwalkot Yogyakarta tahun 2017, terdapat dua pasangan calon yaitu Imam Priono dengan Fadly dan Haryadi Suyuti dengan Heroe. Aturan yang dikeluarkan oleh KPU Pusat dan Kota Yogyakarta serta Peraturan Walikota memberikan pilihan bentuk-bentuk kampanye yang diperbolehkan untuk digunakan. Tetapi kedua pasangan calon tersebut sama-sama memilih untuk tidak menggunakan bentuk kampanye terbuka.

Penelitian ini menggunakan tiga kerangka teori yaitu jenis kampanye *candidate oriented*, model kampanye Nowak dan Warneryd, dan strategi kampanye. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara dan studi dokumen. Wawancara yang dimaksud adalah wawancara mendalam dengan narasumber yaitu anggota tim sukses kedua pasangan calon. Studi dokumen dilakukan untuk mengetahui kejadian-kejadian kampanye saat Pemilu dan Pileg sebelum tahun 2017.

Kedua pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota menggunakan jenis kampanye *candidate oriented*. Jenis kampanye ini bertujuan untuk menghasilkan dukungan agar kandidat dapat menduduki jabatan resmi yaitu Walikota dan Wakil Walikota Yogyakarta 2017-2022. Dalam model kampanye Nowak dan Warneryd, terdapat elemen-elemen dalam melaksanakan kampanye diantaranya target, pesan, dan saluran. Target kampanye kedua pasangan calon yaitu masyarakat miskin yang kesulitan akses kesehatan dan pendidikan dan masyarakat Kota Yogyakarta khususnya organisasi masyarakat. Pesan yang dibawa kedua pasangan calon yaitu kemudahan akses kesehatan dan pendidikan untuk masyarakat miskin dan Yogyakarta yang lebih baik dalam bidang ekonomi, pariwisata dan budaya, dan lingkungan. Saluran kampanye dilihat dari bentuk dan strategi yang digunakan kedua pasangan calon. Kedua pasangan calon memilih bentuk kampanye dialog langsung dengan masyarakat dan tidak menggunakan kampanye terbuka. Hal ini

dikarenakan beberapa pertimbangan. Imam Priono dan Fadly mempertimbangkan keamanan, kondusifitas, persamaan frekuensi, sarana edukasi, dan perbedaan strategi. Haryadi Suyuti dan Heroe mempertimbangkan kondusifitas, interaksi dengan masyarakat, dan mempermudah pelaporan dana kampanye.

Kata Kunci: kampanye, strategi kampanye, *candidate oriented*, model kampanye, kampanye terbuka, Pilkada, dan Pilwalkot

ABSTRACT

This research taken a theme strategic campaign and focus on the reason why both of candidate for mayor and vice mayor Yogyakarta didn't taken open campaign. This research taken a study case on Mayor Electoral Yogyakarta (Pilwalkot) in 2017. On Pilwalkot Yogyakarta 2017 followed by two of candidate are Imam Priono with Fadly and Haryadi Suyuti with Heroe. The regulation that issued by National KPU and Yogyakarta city also Mayor Regulations given choice of campaign form that accepted for used. But, both of candidate didn't taken open form campaign.

This research used three theoretical frameworks are type of candidate-oriented campaign, Nowak and Warneryd campaign model, and strategic campaign. Research method that used are qualitative with study case method. Data retrieval done with interview and study documents. The interview intended is in-depth interview with interviewees are both of successful team candidate. Study documents done for known the campaign events on President Electoral and Legislative Electoral before 2017.

Both of candidate for Mayor and Vice Mayor used type of candidate-oriented campaign. This type of campaign aims for generate support for occupy an official position are Mayor and Vice Mayor Yogyakarta 2017-2022. On Nowak and Warneryd model campaign, the elements in carrying out campaigns including the target, the message, and the channel. The campaign target both of candidate are poor people who are difficulty accessing health and education and Yogyakarta people especially community organizations. The message that carried by both of candidate are easy accessing health and education for poor people and Yogyakarta is better in economy, tourism and cultural, and environment. The channel can be seen from form and strategic that used by both of candidate. Both of candidate choose the form of a direct dialogue campaign with the community and didn't taken open campaign. This is due to several considerations. Imam Priono and Fadly to consider safety, conductivity, the same of frequency, educational facilities, and different strategies. Haryadi Suyuti and Heroe to consider conductivity, interaction with the community, and simplify reporting of campaign funds.

Keywords: campaign, strategic campaign, candidate oriented, campaign model,
open campaign, Regional Head Electoral, and Mayor Electoral