

ABSTRACT

This study aims to identify the strategy Aliansi Kawal Demokrasi Pilkada Pati (AKDPP) in the empty box (kotak kosong) of the campaign on elections Pati year 2017. The elections with a single candidate is indeed no longer a novelty, but the emergence of a single candidate at the election in 2017 to become more interesting with the arrival of groups of people who enliven the campaign box is empty. Pati is one of the areas that have only one pair of candidates i.e. Haryanto and Arifin and carried 8 political parties. The emergence of the single candidate in Pati not without resistance, AKDPP emerged as one of the most massive campaign group empty box. AKDPP also claims to have nearly a thousand volunteers that spread to the grassroots.

In the theoretical realm, there are two main theories are used: first is a theory of political campaigns that are useful for describing the type and model of the campaign that was applied by AKDPP. Second, the theory of the strategy of the campaign with a political approach to marketing. This strategy was conducted by the AKDPP to seek and develop supporters during the campaign. This study uses qualitative methods with case studies. The main data sources obtained from in-depth interviews with members of the AKDPP, volunteers of the party supporting the blank box, empty boxes, party place of death of candidate poles Haryanto-Arifin and Election Commission (KPU) Pati.

Results of the study showed AKDPP and empty box of campaign volunteers through three channels: with voters directly touches such as door to door, discussions, performances, arts, social and devotional longmarch.. Later peyampaian campaign messages through online media (facebook, youtube media & news online), print and electronic media. Last through influencers, influencers are defined as people who have influence as religious figures, political figures, activists to artists.

Although ultimately empty boxes defeat however sound empty boxes significantly at elections 2017: with the acquisition of 177,762 votes from the total number of valid votes 697,437. It makes Pati as the region with the largest number of voters of empty boxes, compared with 8 other areas that are also against a single candidate.

Keyword : Political Campaign, Campaign Strategies, Political Marketing, A Single Candidate, Empty Box, AKDPP, Volunteer of Empty Box.

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi Aliansi Kawal Demokrasi Pilkada Pati (AKDPP) dalam mengkampanyekan kotak kosong pada pilkada Kabupaten Pati tahun 2017. Pilkada dengan calon tunggal memang bukan lagi hal yang baru, namun munculnya calon tunggal pada pilkada 2017 menjadi lebih menarik dengan kehadiran kelompok masyarakat yang turut meramaikan kampanye kotak kosong. Kabupaten Pati adalah salah satu daerah yang hanya memiliki satu pasangan calon yakni Haryanto dan Arifin dan diusung 8 partai politik. Kemunculan calon tunggal di Kabupaten Pati bukan tanpa perlawanan, AKDPP muncul sebagai salah satu kelompok yang paling masif mengkampanyekan kotak kosong. AKDPP juga mengklaim memiliki hampir seribu relawan yang tersebar hingga akar rumput.

Dalam ranah teoritis, terdapat dua teori utama yang digunakan yaitu *pertama* adalah teori kampanye politik yang berguna untuk menjelaskan jenis dan model kampanye yang diaplikasikan oleh AKDPP. *Kedua*, teori strategi kampanye dengan pendekatan *political marketing*. Strategi ini dilakukan oleh AKDPP untuk mencari dan mengembangkan pendukung selama proses kampanye. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Sumber data utama didapatkan dari wawancara mendalam dengan anggota AKDPP, relawan kotak kosong, partai pendukung kotak kosong, partai pengusung pasangan calon petahana Haryanto-Arifin dan KPU Kabupaten Pati.

Hasil kajian menunjukan AKDPP dan relawan kotak kosong melakukan kampanye melalui tiga saluran yakni dengan menyentuh pemilih secara langsung seperti *door to door*, diskusi, pentas kesenian, bakti sosial dan *longmarch*.. Kemudian peyampaian pesan kampanye melalui media online (*facebook, youtube & media berita online*), media cetak dan media elektronik. Terakhir melalui *influencer*, *influencer* didefinisikan sebagai orang-orang yang memiliki pengaruh seperti tokoh agama, tokoh politik, aktivis hingga seniman.

Meskipun pada akhirnya kotak kosong kalah dari petahana namun suara kotak kosong signifikan pada pilkada 2017 yakni dengan perolehan suara sebesar 177.762 dari total jumlah 697.437 suara sah. Hal ini menjadikan Kabupaten Pati sebagai daerah dengan jumlah pemilih kotak kosong terbesar, dibandingkan dengan 8 daerah lain yang juga melawan calon tunggal.

Kata Kunci : Kampanye Politik, Strategi Kampanye, *Political Marketing*, Calon Tunggal, Kotak Kosong, AKDPP, Relawan Kotak Kosong.

