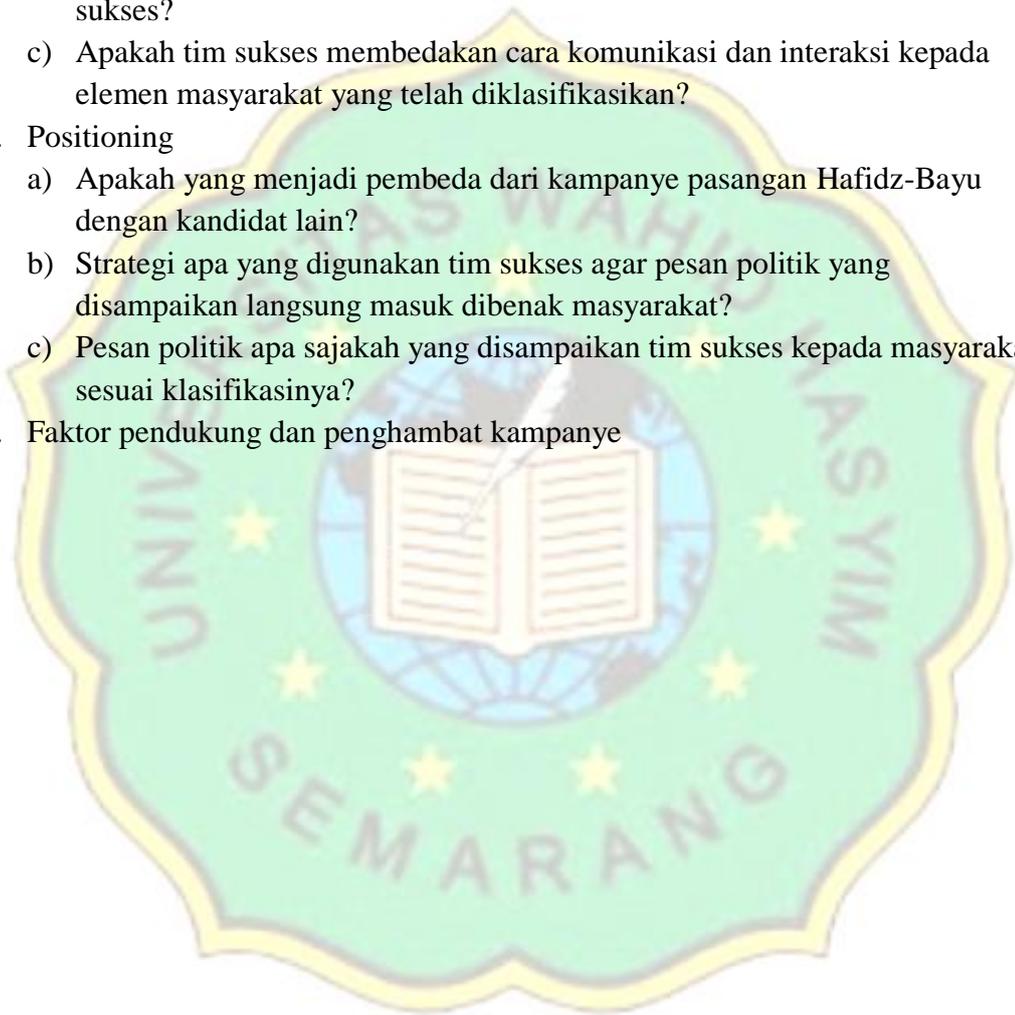


Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

1. Calon independen
 - a) Profil Pasangan Hafidz-Bayu
 - b) Apa yang memotivasi pasangan hafidz-bayu maju melalui jalur independent?
 - c) Bagaimana proses pembentukan tim pemenang?
 - d) Bagaimana strategi yang digunakan untuk menggalang dukungan melalui jalur independent?
2. Produk
 - a) Kompetensi apa yang diangkat dari figure pasangan Hafidz-Bayu?
 - b) Karakter dan sifat-sifat seperti apa yang ditonjolkan dalam mempromosikan pasangan hafidz-bayu?
 - c) Bagaimanakah penampilan lahiriah yang melekat pada pasangan hafidz-bayu?
 - d) Program kerja apa sajakah yang ditawarkan tim sukses ketika kandidat menang kelak?
 - e) Apakah program kerja unggulan?
 - f) Apakah program kerja yang ditawarkan memiliki perbedaan signifikan terhadap program kerja kandidat lain?
 - g) Bagaimanakah *track record* kandidat, prestasi-prestasi apakah yang dimiliki kandidat dimasa lampau?
3. Promosi
 - a) Apa sajakah alat peraga kampanye?
 - b) Bagaimanakah pengemasan dalam mempromosikan pasangan hafidz-bayu?
 - c) Media apa saja yang digunakan dalam kampanye?
 - d) Apa media andalan yang digunakan?
 - e) Adakah pihak-pihak luar yang membantu mempromosikan kandidat?
 - f) Adakah tokoh-tokoh yang secara tidak langsung menjadi rujukan pemilih dalam memilih pasangan hafidz-bayu?
4. Price
 - a) Darimana sajakah sumber dana kampanye kandidat?
 - b) Apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang kandidat?
 - c) Bagaimanakah image kandidat, apakah dapat memberikan citra positif di mata masyarakat, ?
5. Place

- a) Apakah pasangan Hafidz-Bayu juga melakukan kampanye secara langsung menemui masyarakat?
 - b) Dimana sajakah posko pemenangan pasangan hafidz-bayu?
 - c) Even apa sajakah yang diselenggarakan dalam kampanye?
6. Segmentasi
- a) Apakah dalam kampanye tim sukses melakukan kafisikasi terhadap masyarakat yang akan dituju?
 - b) Apa sajakah klasifikasi masyarat yang menjadi target kampanye tim sukses?
 - c) Apakah tim sukses membedakan cara komunikasi dan interaksi kepada elemen masyarakat yang telah diklasifikasikan?
7. Positioning
- a) Apakah yang menjadi pembeda dari kampanye pasangan Hafidz-Bayu dengan kandidat lain?
 - b) Strategi apa yang digunakan tim sukses agar pesan politik yang disampaikan langsung masuk dibenak masyarakat?
 - c) Pesan politik apa sajakah yang disampaikan tim sukses kepada masyarakat sesuai klasifikasinya?
8. Faktor pendukung dan penghambat kampanye



Lampiran II

Transkrip Wawancara

Narasumber I

Nama : Muhammad Affan
Lokasi : Kediannya, Sridadi, Pamotan, Rembang
Tanggal : Selasa, 22 Juli 2017
Jabatan : Ketua Tim Sukses

A : Boleh diceritakan profil singkat jenengan pak?

B : Profil Saya sebagai ketua tim pemenangan Hafidz-Bayu saya berpengalaman dibidang politik 10 tahun, 2003 sampai 2013 di KPU Rembang, dan bekal menanganani dibidang politik baik politik tingkat nasional, pilpres pemilu legislatife itulah yang dijadikan pertimbangan utama pak Hafidz untuk memilih saya sebagai ketua tim pemenangan, karena pak Hafidz melalui jalur perorangan. Dan pengalaman yang saya miliki itu sangat dibutuhkan bila bakal calon itu lewat jalur perorangan. Karena tidak mudah bila seorang atau pasangan calon itu lewat jalur perorangan. Jadi pengalaman saya selama di KPU 10 tahun di KPU itu yang menjadi pertimbangan pak Hafidz memilih saya dan memberi tugas berat itu kepada saya.

Saya dari sarjana Ekonomi, sejak 2006 saya ngajar di SMK al-Mubarak dimapel kewirausahaan, jadi ilmu ekonomi itu saya tularkan kepada siswa SMK. lalu secara pribadi saya memiliki usaha dirumah toko bangunan, SD di Pamotan, SMP di Pamotan, SMA 1 Rembang. Organisasi saya cukup beragam, sejak SD, SMP, SMA aktif dipramuka, itu yg menempa kedisiplinan saya. Di kuliah saya lebih banyak aktif diorganisasi dakwah, di KAMMI, kalau diluar kampus ikut Gerakan Pemuda Ansor, kemudian setelah kembali di Rembang saya juga aktif dibadan otonomnya NU yaitu di lembaga pendidikan maarif NU, kemudian mendirikan SMK NU Pamotan, itu pengalaman organisasi saya. Terakhir saya menjadi salah satu ketua NU MWC Pamotan sebelum reorganisasi 2017.

A : Bisa diceritakan pak apa saja yang dipersiapkan waktu debat kandidat?

B : Debat kandidat menjadi salah satu momen yang penting menurut kami, sehingga memang kami persiapkan sematang mungkin. Jadi setiap materi yang akan menjadi bahan debat itu kami pelajari sebelumnya, kemudian cari bahan, termasuk mencari titik lemah dari pasangan Hafidz-Bayu, jadi kami selalu mengantisipasi serangan dari pihak lawan terhadap pasangan ini, pak Hafidz sebagai incumbent tentu punya banyak kelemahan mas Bayu sebagai orang yang betul-betul baru pasti punya kelemahan, jadi strategi kami mencari titik-titik lemah pasangan, lalu kami tonjolan kelebihanannya, lalu kami bekali pasangan calon kami dengan materi-materi yang sudah kami persiapkan

termasuk juga latihan bagi beliau berdua. Sebelum berangkat ke tempat debatpun masih saya brifing.

- A : Isu-isu apa saja yang diangkat saat debat?
- B : Pada saat debat yang diunggulkan tentu program kerja yang berhasil dilakukan pada saat beliau menjadi wakil bupati atau bupati pada 3 bulan terakhir, kemudian pengalaman beliau sebagai anggota DPR kemudian pengalaman beliau sebagai guru madrasah, oleh karena itu diluar debat kami juga menerbitkan buku profil pasangan calon ini.
- A : Kira-kira apa yang membedakan pasangan Hafidz-Bayu dengan yang lain?
- B : Kami tidak berusaha untuk membandingkan dengan calon pasangan lain karena fokus kami adalah menjual calon Hafidz-Bayu, jadi kami memiliki strategi menjual pasangan Hafidz-Bayu, berarti kami harus menonjolkan sisi positifnya, kemudian memoles sisi negative tanpa harus menjatuhkan pasangan lain, strategi kami begitu, jadi selama kampanye kami ndak pernah menjatuhkan pasangan lain. Yang kami lakukan menonjolkan pasangan Hafidz-Bayu, memoles kelemahannya termasuk pada saat debat calon juga itu yang kami lakukan jadi setiap break itu saya selalu mendekati pasangan calon untuk memberikan materi-materi yang akan disampaikan.
- A : Perbedaan dari sisi program kerja bagaimana ?
- B : Jadi kami menonjolkan saja apa yang sudah diprogramkan, tidak dalam posisi saling membandingkan, itu tidak menguntungkan, Karena yang kami pahami debat itu bukan untuk menjatuhkan lawan tetapi kita meyakinkan audien bahwa pasangan kami ini lebih unggul daripada pasangan lain, jangan sampai fokusnya itu terpecah sehingga pesannya tidak sampai. Itu pengalaman saya di KPU selama 2 periode termasuk ketika KPU menyelenggarakan debat publik. Jadi pengalaman itu yang saya gunakan untuk mengelola persiapan debat pasangan calon ini.
- A : Even-even apa yang diselenggarakan waktu kampanye?
- B : Kampanye yang kami lakukan itu kami upayakan menysasar keseluruhan lapisan pemilih, jadi yang kami lakukan kegiatannya sebisa mungkin mengena terhadap lapisan pemilih yang berbeda usia dan berbeda karakter dimasing-masing daerah pemilihan. di daerah tertentu kita pakai wayang, disale, di daerah sana itu seneng wayang, di daerah yang religius kita lewat pengajian. Kemudian diorganisasi keagamaan tertentu juga lewat pengajian, kemudian yang lebih sering itu adalah langsung turun ke masyarakat, bertatap muka dengan masyarakat yang kami bentuk sendiri forumnya. Jadi kami melalui tim pemenangan di tingkat bawah ngundang masyarakat lalu pasangan calon diskusi dengan masyarakat. Itu jadwalnya penuh dari awal sampai akhir masa kampanye, jadi pak Hafidz mas Bayu itu tiap malam turun didua sampai tiga titik. Jadi tadi sesuai dengan karakter masing-masing ya kita masuk disana, kalau anak-anak muda seneng olahraga ya kita

masuk disana, termasuk ketika ada even klub vespa, ini pak Hafidz juga naik vespa, kemudian berbaur dengan anak-anak vespa.

- A : Bisa diceritakan model kampanye melalui dropping air bersih?
- B : Kebetulan pada saat musim kampanye itu juga bersamaan dengan musim kemarau, sehingga kebutuhan air bersih itu dimasyarakat yang wilayah kering sangat tinggi dan itu memang diperbolehkan sebagai objek kampanye. Jadi kami berkampanye dengan cara bakti sosial, bakti sosialnya itu dropping air bersih melalui mobil tangki, tiap hari kami ngirim puluhan mobil tangki.
- A : Tim kecamatan dan desa gambaran tugasnya seperti apa pak?
- B : Secara agris besar tugas tim kecamatan itu mengkoordinir tim ditingkat desa, kemudian yang kedua mengontrol tim desa, mengontrol apakah tim desa menjalankan program apa tidak, ketiga mengevaluasi, jadi tugas tim kecamatan itu lebih banyak pada tugas manajerial kampanye di wilayah kecamatan, eksekutornya adalah tim desa. Nah yang menjadi tugas pertama adalah membentuk tim desa. Tim kecamatan kita beri tugas melakukan rekrutmen tim desa. Nah rekrutmen ini juga sudah kita berikan rambu-rambu, itu harus melibatkan seluruh lapisan masyarakat ditingkat desa agar kiat bisa menjangkau keseluruhan segmen pemilih, makanya tim desa itu terdiri dari beberapa orang yang memiliki background berbeda-beda. kedua melakukan diklat tim kampanye tingkat desa, jadi kami bekali tim desa itu, menjadi tim kampanye tidak hanya dicantumkan namanya saja, tetapi kami berikan pembekalan apa tugas tim kampanye dan seterusnya dan seterusnya. Lalu yang ketiga barulah dilakukan pelaksanaan program setelah mereka tahu kemudian melakukan kegiatan, kegiatan itu yang pertama adalah mengumpulkan foto copy KTP, dan tanda tangan pernyataan dukungan, kemudian memverifikasi ditingkat desa lalu menyusun dalam bentuk daftar, kemudian disetorkan ke tim tingkat kecamatan, lalu tim kecamatan itu akan mengkoscek ulang kemudian menyeter ke tim kabupaten, jadi tim kecamatan itu jadi manajer kampanye di tim ditingkat kecamatan.
- A : Untuk penempatan-penempatan posko di mana saja pak?
- B : Di setiap kecamatan ada di setiap desa ada, kami juga mempunyai posko mobil jadi posko bergerak, kami punya, itu salah satu strategi untuk mensiasati dilarangnya branding mobil. Mobilkan dilarang di branding pasangan calon. Tapi kami siasati mobil itu kami branding kami tulis posko bergerak, posko bergerak ini tiap hari bergerak membawa pembekalan kampanye, tidak melanggar karena itu posko. Posko itu kan isinya personil sama media kampanye. Itu yang tidak dilakukan tim kampanye lain karena mereka tidak memahami secara utuh apa pengertian dari posko kampanye.
- A : Untuk biaya kampanye sendiri bagaimana pak?
- B : Biaya kampanye secara keseluruhan menurut saya untuk melihat apakah biaya kampanye murah apa tidak, harus dilihat dari hasilnya

dan prosesnya, biaya kampanye tim Hafidz-Bayu ini menurut saya termasuk kategori wajar, karena yang di keluarkan itu berdasarkan RAB yang sudah disusun, jadi tim kampanye Hafidz-Bayu itu melakukan kegiatan dan menyerap biaya itu berdasarkan anggaran yang sudah disusun sebelumnya, sehingga akuntabilitasnya terjaga, jadi pertanggungjawabannya jelas. Ini yang mungkin juga tidak dilakukan oleh tim kampanye yang lain berdasarkan informasi yang saya peroleh pasangan calon lain itu belakangan itu baru complain, kaget kok habis sekian-sekian, tapi kalau pasangan Hafidz-Bayu sejak awal sudah tau anggaran kampanye sekian untuk kegiatan A sampai Z dimana, berapa lama. Sudah tau, jadi sejak awal itu pasangan Hafidz-Bayu sudah tau berapa biaya yang dibutuhkan. Pasangan lain saya lihat tidak tahu, jadi raba-raba, tau-tau, lho habisnya kok sekian. Jadi kami menyusun anggaran, dan rencana kegiatan jauh-jauh hari disusun bersama pasangan calon.

- A : Kesan apa yang di citrakan pasangan calon kepada masyarakat?
- B : Itu yang kami tampilkan dalam bentuk tagline semanak-nyedulur, jadi citra pak Hafidz yang grapyak, bersahabat dengan semua orang, yang tidak membedakan pergaulan dengan siapapun itu yang kami tonjolan dalam bentuk tagline semanak-nyedulur, kepada siapapun grapyak, semanak, dan kepada siapapun dianggap saudara. Itu pencitraan yang kami bangun, ini berpengaruh karena ada kritik kepada pasangan calon ini terutama calon wakilnya yang belum dikenal dimasyarakat, karena belum dikenal kan mudah distigmakan, orang tidak kenal lalu ada orang lain memberikan stigma orang ini sombong, ya orang yang tidak kenal ini percaya saja, jadi harus dicitrakan bahwa orang ini semanak nyedulur.
- Kami juga punya jingle judulnya semanak-nyedulur. Karena kita ingin fokus, kita selalu bekerja fokus, ndak mau glambyar, kita fokus, jadi karena calon wakilnya ini orang baru dipolitik, orang baru di Rembang, orang Rembang ndak ada yang kenal siapa Bayu Adriyanto, maka kami harus membuat tagline, membuat jingle semanak nyedulur ingin membangun citra, itu yang kami lakukan, dan itu berpengaruh besar.
- A : Kendala apa saja yang dialami tim sukses?
- B : Adalah ketatnya persaingan antara calon nomor satu dan nomor tiga, karena calon nomer satu ini kan jabatan sebelumnya sekretaris daerah. Memiliki pengaruh di birokrasi, memiliki pengalaman di birokrasi, memiliki jaringan di PNS, ini menjadi kendala bagi kami kemarin, karena ada dugaan pasangan ini akan menggunakan jaringan di birokrasi dan PNS, kemudian pasangan nomor kedua itu juga memiliki kekuatan karena didukung oleh partai penguasa saat itu, partai demokrat masih memiliki pengaruh besar di Rembang, kendala dilapangan ya orang-orang yang tadi masih punya pengaruh itu dilapangan nempel terus. Kita misalnya datang disuatu desa, besoknya, kadang-kadang malah dihari yang sama dia juga ikut datang sehingga apa yang kami sampaikan dibilasi, itu yang akhirnya membuat kami

harus mengulang kembali pada waktu berbeda kampanye ditempat yang sama. Kemudian bakti sosial yang kami lakukan membagi air bersih juga dilakukan pasangan nomer satu, persaingannya sangat ketat antara nomor satu dan nomer dua.

A : Pembeda kampanye tim hafidz-Bayu dan pasangan lain?

B : Pertama, tim nomer tiga ini terencana, fokus, managerialnya bisa dipertanggungjawabkan. Kedua, Punya struktur organisasi yang kuat sampai ditingkat desa. 4 hal ini tidak dimiliki oleh tim kampanye nomer 1 maupun nomer 2 . mereka gak punya rencana kerja, makanya tadi kami dibayang-bayangi.

A : Apakah ada penampilan fisik yang ingin dicitrakan pak?

B : Baju itu, itu kalo kemana2 kalau kampanye ya pakai baju itu, tim struktural tim kampanye tingkat kabupaten, kecamatan, sampai desa yang struktural itu pakai baju itu, jadi pasangan calon dan timnya kemana-mana pakai itu. Memang tidak begitu terlihat karna memang jumlah tidak sebanyak misalnya baju kotak-kotak.

A : Isu apa saja yang dibangun untuk mendekati masyarakat dengan segmen yang berbeda-beda?

B : Kalau yang menengah keatas itu kita angkat isu tata kelola pemerintahan yang bersih, kemudian kita kelola isu pro investasi, dua ini. kalo ditingkat bawah kita tidak terlalu tonjolkan isu ini. Karena mereka tidak begitu peduli dengan tata kelola pemerintah yang bersih maupun pro investasi. Tapi dibawah itu kita kelola isu pembangunan ekonomi kerakyatan, kemudian perbaikan pelayanan kesehatan, perbaikan infrastruktur. Karena masyarakat bawah itu taunya jalan harus mulus, gedung sekolah harus bagus, taunya kan itu, itu kan pembangunan infrastruktur. Jadi ya yang kami tonjolkan ditingkat bawah ya itu. Pembangunan infrastruktur, kemudian kesejahteraan, perbaikan pendidikan dan kesehatan.

A : Segmen apa saja yang menjadi prioritas?

B : Sebagaimana diprogram kerja seluruh lapisan masyarakat dan segmen pemilih kita masuki nelayan kami masuki, petani kami masuki, ada diprogram kegiatan itu, kemudian anak muda juga kami masuki, kalangan santri pasti, ada juga khusus kampanye kelompok perempuan. Diradio juga kita kampanye, jadi seluruh segmen pemilih itu jadi sasaran kampanye kita, itu pengalaman saya sebagai anggota KPU yang sudah bisa membedakan segmen pemilih, mana segmen pemilih produktif, mana yang tidak.

A : Media-media apa saja yang digunakan?

B : Media cetak ada, buku kita buat, leaflet kita buat, banner kita buat, kemudian baliho, kaos kita buat, kalender ada, media sosial kita punya, ada website, mungkin masih, radio. Itu kalau pertanyaannya tadi apa yang membedakan tim Hafidz-Bayu dan yang lain, yaitu, dimenej, tim Hafidz-Bayu itu dimenej, gak ada kegiatan yang tanpa perencanaan itu gak ada, semua sudah ada perencanaan, padahal pada saat perencanaan

itu kan kita sudah tau ini mau dibawa kemana, mau dibawa kemana ini kan yang tau hanya orang2 tertentu, yang lain sebagai eksekutor, kenapa begitu?, agar tidak bocor, jadi biasanya yang tau strategi-strategi tertentu itu hanya saya, mas Sugi Haryadi dan mas Irwan.

A : Fungsi posko pemenangan itu seperti apa pak?

B : Dulu itu namanya kita gak pakai posko, pertama kali itu kan kita gunakan nama pusat data tim Hafidz-Bayu. Jadi sebagai pusat data, posko itu sebagai pusat data dan pusat aktivitas, jadi seluruh data ada diposko, kemudian diolah diposko, lalu komando tim dari tingkat kabupaten sampai desa itu diposko, jadi betul-betul berfungsi sebagai kantor pengendali. Jadi posko tim pemenangan tim Hafidz-Bayu itu bentuknya kantor. Kita masuk ke posko itu ya ada penerima tamunya, ada operatornya, ada pengolah datanya, ada operator internet, ada yang nangani IT. Kita mengerjakan banyak orang, pada saat pengumpulan KTP itu kita pekerjaan ditingkat kabupaten ada 20 orang setiap shif. Kita kerja untuk input data KTP itu dua shif, shif pagi dan shif malam, masing-masing shif 20 orang. Yang di posko Pamotan ini ada sekitar 15-san, 2 shif juga, jadi pada saat pengumpulan dukungan calon perseorangan itu kita pekerjaan anak-anak muda sekitar 100 orang sebagai operator komputer untuk input data.

A : Relawan cara-cara kerjanya seperti apa pak?

B : Relawan itu dipimpin oleh pak kasturi, relawan itu bekerja sebagai lapis kedua, jadi tim kampanye ini bekerja tiga lapis. Lapis pertama itu lapis tim kampanye struktural dari tingkat kabupaten sampai desa tadi. Kemudian ada lapis kedua itu tim relawan namanya, dan ada tim lapis ketiga. Jadi ada tiga lapis tim kampanye.

A : Sebelumnya mas Bayu gak pakai peci, kemudian pakai peci, itu kenapa pak?

B : Sebelumnya gak pakai peci, tapi kemudian setelah itu kami poles. Karena orang itu masih melihat simbol. Tidak melihat santri atau tidak lho mas. Simbolnya yang dilihat, kalau gak pakai peci ketoke kok piye, pemilih masih begitu, akhirnya kami poles, kemana-mana kalau turun kebawah saya minta pakai peci mas Bayu. Karena memang harus dipoles, tugas tim kampanye itu untuk memoles, jadi karena kita tau ada kelemahan ya harus kita poles. Jadi misalnya saat itu kita diterpa isu, calon wakil bupati itu orangnya bodoh maka kita ndak perlu bantah, kita ndak perlu bantah, kita adakan saja kegiatan sama anak-anak muda, terus kita adakan dialog, lha si calon wakil bupatinya ini kita bekali berbagai macam informasi, nanti kalau ada pertanyaan ini jawab ini, kalo ndak ada pertanyaan sampaikan ini, nah, kemudian pada saat acara itu kita bawa wartawan, dari situ kan masyarakat bisa melihat sendiri, itu semua polesan. Ada isu juga soal rentenir, kita nggak mau bantah soal itu, biarkan saja.

Narasumber II

Nama : Irwan Fakhruddin Hakim
Lokasi : Cokro Caffee, Jl. Hos Cokroaminoto Rembang
Tanggal : Selasa, 18 Juli 2017
Jabatan : Sekretaris Tim Sukses

- A : Apa yang memotivasi kandidat maju lewat jalur independent?
- B : Ya, karena PPP gak bisa dipake. Kalo saya gini, q sejak beberapa bulan sebelumnya sudah mendorong pak Hafidz untuk lewat jalur independen, tapi strategi yang tak bidik dari jalur independen jadi gak tercapai karena waktu yang mepet.
- A : Adakah jalur independen menguntungkan dari sisi marketing?
- B : Menurutku jalur independen itu, dan itu kemudian terbukti, bahwa jalur independen itu lebih murah, jadi kami dari menghimpun KTP sampai mendaftarkan sampai resmi menjadi pasangan, itu cuma habis 300 juta, coba kalau lewat jalur partai, partai kecil saja gak mau hanya 300 juta apalagi partai besar. Fakta. Boleh semua partai menolak dianggap begitu “ndak kami gratis”, *ah seng ngandel sopo*, semua pakai mahar, bahkan kalau pakai PPP pun pasti ada dana yang dikeluarkan. Jadi menurutku lewat jalur independen: 1) lebih hemat, faktanya kita Cuma 300 juta sudah bisa jadi calon, 2) Jalur independen boleh berkampanye, sah berkampanye lebih awal ketika kita cari KTP. Calon yang lainnya belum boleh berkampanye kita sudah boleh berkampanye. Calon dari partai kalau meakukan itu dimasa sebelum masa kampanye akan dituding mencuri *start* pelanggaran, kalau kami legal. Itu keunggulan menurut saya.
- A : Kondisi tersebut menurut bapak akan terjadi disemua tempat atau tidak?
- B : Asumsi saya, asumsi karena tidak pernah ada pembuktian ditempat lain, dan ini kasuistik. Ketika calonnya profilnya seperti pak Hafidz yang popularitasnya sudah tinggi itu sangat menguntungkan. Kalau calonnya sama sekali belum popular, *costnya* akan tinggi, tapi kalau sudah tinggi akseptabilitasnya bagus, ndak mahal.
- A : Adakah strategi-strategi khusus dalam mengumpulkan KTP?
- B : Emm...yang kita lakukan kemarin kok tidak, tapi seandainya saya *menukangi* profil yang kurang bagus ya mungkin ada strategi khusus. Pemenangan pilkada kan ibarat marketing ada 2 sisi, yang pertama produknya bagus apa ndak?, kandidatnya bagus apa ndak?. Kedua. Cara berjualannya bagus apa ndak?. Kalau produknya bagus tentu kita dengan cara yang biasa hasilnya sudah bagus, tapi kalau calonya profilnya kurang bagus itu harus ada hal luar biasa yang dilakukan oleh timnya. Kebetulan kan kita profilnya sudah bagus, jadi ndak melakukan sesuatu yang luar biasa. Ya, didatangi kita tanya, ”ini pak Hafidz mau nyalon Bupati, mohon dukungan panjenengan berupa fotocopy KTP dan surat pernyataan”, ya itu kita lakukan sudah cukup. Pak hafidz itu memutuskan lewat jalur independent hanya sekitar ndak sampai 20 hari

sebelum pendaftaran. Yang khusus itu proses administratifnya itu kita *menej* agak teliti. Karena dalam waktu ndak sampai 3 minggu itu kita harus: 1. Galang KTP, kebetulan itu di rembang syarat untuk menjadi calon diangka sedikit dibawah 50 ribu KTP. Kita bekerja untuk mencapai angka itu sampai pemberkasannya, Alhamdulillah dalam waktu tidak sampai 20 hari itu kita dapat 159 ribuan KTP dan yang berhasil kita berkas sekitar hampir 57-an ribu yang kita setor ke KPU. Jadi proses memberkas dan menyetor itu yang manajemennya agak sungguh-sunggu. Jenengan bayangkan ketika saya datang ke publik saya butuh KTP, kemudian KTP diambil, kemudian diinput data, kemudian dicetak kembali, kemudian saya ke publik lagi untuk minta tandatangan surat pernyataannya, 2 kali kerja, kemudian itu baru diberkas lembaran-lembarannya sesuai format yang diinginkan KPU, baru kita setorkan ke KPU. Itu yang kejar-kejaran. Alhamdulillah kemarin banyak dibantu temen-temen yang baru lulus SLTA/SMK yang kita rekrut untuk jadi tukang input data. Diam-diam kayaknya kita bekerja lebih efisien daripada teman ahok sekalipun kayaknya, hahaha...teman ahok butuh waktu yang panjang, kami 3 minggu.

A : Selain pemberkasan ada kendala lain?

B : Alhamdulillah tidak, walaupun waktu itu struktur tim pemenangan belum terbentuk. Pak Hafidz ini walaupun calon independen tapi saya sendiri menyebutnya calon independen rasa partai..hahah. Karena beliau aktivis partai. Jadi struktur partai, struktur pendukung partai itu yang kita mintai bantuan.

A : Keunggulan apa yang diangkat dari figur pak Hafidz ini?

B : Tercermin di tagline kami ya “Semanak Nyedulur”. Pak Hafidz itu kan orang yang: 1. tidak pernah menolak ditemui siapa saja, dan selalu bersikap hangat kepada siapa saja, kepada lawan politikpun sama. Jadi semanak nyedulur itu karena memang potensi beliau yang kita angkat disitu. Tapi karena pertimbangan lain kita tidak ngangkat citra bersih, citra perduli, citra dll, karena kayaknya masyarakat eneg melihat itu semua, semua calon ngaku bersih tapi akhirnya korupsi juga. Jadi kita gak angkat citra itu, jadi lebih sifat natural beliau yang kita angkat. Terus di tagline semanak nyedulur itu agak berbeda dari daerah lain mungkin karena ketika daerah lain selalu dua pasangan digabungkan menjadi satu atau dua kata yang menjadi akronim gitu, kita sengaja tidak, semanak-nyedulur ya sudah itu, penjelasannya itu, dan itu bukan akronim apapun, setelah rembang sebelumnya kita bikin “Sang Hebat” untuk pasangan Pak Hen sama Gus Ubab, kemudian di 2010 kita bikin “SAHALA” (Salim Hafidz Lanjutkan), ada kata sahala dalam terminologi arab yang artinya dimudahkan, sekarang kita nggak makai itu, cara marketingnya di refresh.

A : Kompetensi yang diunggulkan?

B : Kompetensi ketika itu menjadi materi kampanye tentu, sebagai tagline tidak. Pengalaman-pengalaman beliau dalam birokrasi sejak 1999 sampai pilkada kemarin itu kan memberikan pengalaman-pengalaman

yang kaya, itu tentu kita sampaikan. Tetapi dengan pertimbangan budaya politik di Rembang, maka sisi kering yang tidak pernah disentuh oleh semua orang yaitu persahabatan antara pejabat dengan rakyat itu kemudian kita jadikan senjata marketing. Selama ini kan pejabat Rembang, tidak banyak orang lah yang siap ketemu rutin setiap hari, kapanpun pintunya dibuka, itu kan ndak banyak. Itu keistimewaan yang kita tonjolan.

A : Bagaimana pengemasan penampilan kandidat?

B : Sebetulnya kita buat, jadi warna baju yang kita kembangkan itu warna putih, seperti pak Jokowi, cuman kita kasih strip batik lasem. Tetapi tidak kita kembangkan sebagai identitas seperti halnya kotak-kotaknya pak Jokowi. Kita pengen itu, cuman kayaknya *style public* kita belum seperti Jakarta. Jadi kotak-kotaknya pak Jokowi itu kan ada warna partisipasi, ada warna identitas, ada warna kebanggaan. Nah, itu kalo kita pakai disini belum kayaknya.

A : Apa saja yang dikapitalisasi dari figur pak Bayu?

B : Beliau itu *New Comer*. Desain kita menonjolkan keduanya. Khusus mas Bayu adalah semangat entrepreneurnya yang kita tonjolan. Orang Rembang itu selain haus persahabatan juga haus untuk kondisi ekonomi yang lebih baik, jadi semangat entrepreneurnya yang kita tonjolan. Santrinya juga yang kita kapitalisasi, tanpa gerakan 212 ya... hahaha. Kemudian *background* Pak Hafidz yang “orang kecil”, keluarga Pamotan kan orang biasa semua to, baik dari Pak Hafidz maupun Bu Hafidz semuanya biasa. Itu kita kapitalisasi.

A : Bagaimana program kerja pasangan, adakah strategi khusus dalam penyusunan program kerja?

B : Kita ada visi misi dan program kerja nanti tak kirim via email list lengkapnya, tetapi garis besarnya begini: intinya adalah primanya pelayanan. Pelayanan itu dalam arti pelayanan infrastruktur atau pelayanan dalam pengertian dari manusia ke manusia, itu akan kita primakan dan sampai hari ini infrastruktur kita sudah berjalan hampir selesai, insyaAllah tahun ini sudah sampai 80 % setelah lebih dari 7 tahun tidak tersentuh. Program itu kita rumuskan ya karena 7 tahun tidak tersentuh itu. Kemudian sifat *semanak-nyedulur* itu dalam visi kita coba internalisasikan ke birokrasi. Contoh kecil birokrasi yang tidak *semanak-nyedulur*, birokrasi yang teralienasi itu kan rumah sakit, ketika ada perawat yang kurang ramah dengan pasien yang dibiayai Negara, yang gratis itu katanya, padahal gak gratis lha wong dibiayai Negara, itu coba kita push disana. Itu satu sisi dari tagline *semanak nyedulur* itu. Kemudian yang kedua tentang ekonomi. Rembang ini kan kalau dipuisinya Gus Mus, kalau ada laut, ada ikan kita cuma kebagian amisnya, kalau ada gunung ditambang kita cuma kebagian debunya, maka kemudian muncul program yang tidak terlepas dari *semanak nyedulur* itu karena *tagline* nya memang itu, maka program ekonomi yang coba ditawarkan adalah perluasan kesempatan lapangan kerja, itu kebutuhan semua orang. Kedua secara khusus kita pengen

mengembangkan ekonomi kreatif basisnya rumah tangga. Kemasan besarnya pariwisata. Itu saya kira adalah program yang belum pernah muncul dari dulu sampai sekarang di Rembang. Itu coba kita tawarkan, cuman sampai hari ini kalau kita evaluasi gerakan kearah sananya masih tersendat.

A : Program kerja unggulan?

B : Itu unggulan semua, tidak ada satu yang dikedepankan kemudian yang lainnya dinomer duakan, tidak ada.

A : Apa yang membedakan program kerja pak Hafidz dengan kandidat-kandidat yang lain?

B : Kalau mau dirumuskan mungkin menurut saya nuansa partisipatifnya, temen-temen kandidat yang lain itu kayaknya lebih berbicara bagaimana program kerja itu dirancang, dan dilaksanakan. Nah tetapi sentuhan bahwa ini pelibatan masyarakatnya dimana?, secara konsep itu yang paling berbeda. Makanya kalimat membangun ekonomi kreatif berbasis rumah tangga itu menjadi kunci dari sisi ekonomi, bahwa pengembangan ekonomi ini direncanakan bergulir dari satuan masyarakat yang cukup kecil, yaitu keluarga, kemudian baru bergulir menjadi gerakan yang lebih besar.

A : Adakah keunggulan masa lalu apa yang ditonjolkan dari kandidat?

B : Kita beranggapan bahwa masyarakat Indonesia secara keseluruhan itu sudah muak dengan janji janji. Kalau kita punya karung buat nampung janji-janji, 2 karung pasti kurang karungnya, maka yang kita tawarkan justru *track record* itu. Rekam jejak itu yang kita sodorkan. Pak Hafidz, ketika yang lain menjadi anggota dewan, yang lain rame-rame masuk penjara, beliau juga enggak, yang lainnya mengalami lompatan ekonomi yang luar biasa, beliau begitu-begitu saja. Faktanya juga begitu. Kalau mas Bayu lebih pada itu tadi entreprenernya rekam jejaknya. Beliau ketika melakukan bisnis diusia muda, termasuk ketika masih sekolah, itu kita sampaikan ke publik.

A : Apa saja alat-alat peraga kampanye?

B : Alat peraga kampanye kan disediakan KPU. Kalaupun ada, sedikit kreasi, sedikit nakal tetapi tidak melanggar aturan. Misalnya larangan berkampanye, larangan pemasangan alat peraga, itukan hanya mengikat dimasa kampanye, dan diwilayah hukum rembang. Tapi misalnya kita pasang di wilayah 3 meter setelah perbatasan Rembang Pati, kita pasangi 1 besar. 3 meter diwilayah Rembang-Tuban kita pasangi 1 besar. 3 meter diwilayah Rembang-Blora kita pasangi besar, kemudian di hari setelah masa kampanye. Kebetulan kan Pak Hafidz dapatnya nomer 3 kemarin, kita pasang angka 3 besar dimana-mana tanpa menyebut apapun, ada tulisan kecil dibawah "Persatuan Indonesia", kecil banget, hahaha...itu kan pancasila, sila ketiga, ngapain diributin. Itu peraga-peraga tambahan yang kita bermain disela-sela ruangan yang disediakan oleh undang-undang, menurut saya itu ndak melanggar, dan nyatanya panwas diam, KPU juga ndak papa, Cuma kopetitor kita aja yang rebut.

- A : Media-media apa saja yang digunakan dalam berkampanye?
- B : Media maya kita punya akun official yang kita kelola untuk kepentingan-kepentingan kampanye dan kemudian muncul buzzer-buzzer politik yang kadang kita sendiri gak kenal, gak mampu mengidentifikasi. Prinsip kalau media kan Alhamdulillah kita selalu menciptakan ombak, jadi kita selalu membuat alur. Kalau ada orang bicara, saya gak mau menanggapi. Karena rugi bagi saya menanggapi mereka. Kita 60 %, 2 pasangan yang lain sisanya kan unguin 30% dan 10%, mungkin juga 20% dan 20%, kalau tak tanggapi enak dimereka, gak enak disaya. Ya kita biarin saja. Pokoknya kita bicara alur dan skenario yang kita buat sendiri. Seringkali mereka yang menanggapi kita. Ya Alhamdulillah isunya mengembang. Pokoknya prinsipnya secara media kita menciptakan alurnya sendiri, termasuk didunia maya, pokoknya kita berjalan sesuai alur yang sudah kita rencanakan. Kita gak mau merespon orang lain. Sebagai unggulan waktu itu kita putus begitu. Rugi kalo harus menanggapi orang lain.
- A : Pendekatan dengan pihak-pihak yang lain, relawan, ormas, dll, seperti apa?
- B : Rembang ini kan kalau kita bicara persoalan Ormas, NU nya ada dua, Lasem sama Rembang. Kalau NU Rembang, ga ada operasi khusus, kalau ormas-ormas lain seperti NU Lasem, kita ajak komunikasi, ormas yang lain lagi Muhammadiyah. Kalau Muhammadiyah malah Alhamdulillah dukung, LDII juga.
- A : Relawan ada pak?
- B : Banyak, misalnya secara keorganisasian, nyuwun sewu, emm.... Ini agak dibawah tangan kesepakatannya. PGRI misalnya, pengurus-pengurusnya kan mengarahkan kesalah satu calon. Tapi ternyata malah guru yang simpati ke pak Hafidz cukup banyak. Mereka bergerak sendiri dikalangan guru. Baik guru SD, guru paud, mereka bergerak sendiri. Karena kami dilarang mengorganisir PNS sebenarnya. Para kepala desa, kita juga dilarang mengorganisir mereka. Tentu dengan cara yang seharusnya gak melanggar hukum. Tapi mereka melanggar hukum apa enggak saya gak tau. Karena mereka kan diluar kendali kami. Ada juga relawan yang menyebutnya relawan Rembang Bangkit. Ada relawan Rembang Bangkit yang strukturnya cukup massif waktu itu. Mereka mengorganisir diri. Relawan Rembang bangkit itu. ada di semua kecamatan, hampir disemua desa mereka punya kader. Kalau itu ada.
- A : Adakah tokoh-tokoh yang didekati?
- B : Nah itu yang asyik disitu. Ketika survey menunjukkan ketokohan yang dipercaya publik itu justru menunjukkan ketua RT... hahaha... emm,,, pamor pemuka agama, pamor tokoh kultural masyarakat itu agak turun. Mungkin karena (pending nagangkat televon). Jadi tingkat ketokohan yang dipercaya itu justru malah ketua RT ketua RW gitu. Mungkin karena mereka tiap hari bagi raskin, mungkin karena ngurusi KTP dibantu mereka, mungkin ya, saya gak tau gejala yang itu. Akhirnya ya

Alhamdulillah, karena memang modal awal pak Hafidz cukup bagus, dan rata-rata ketua RW itu juga menyukai pak Hafidz. Mereka bergerak sendiri aja kalo itu, kita gak mengorganisir.

A : Apakah biaya politik lebih murah lewat jalur independen?

B : Ya lebih murah dibandingkan, atau misalnya saya bandingkan dengan tetangga sebelah Pati. Pak Haryanto itu habis berapa, habisnya banyak itu. Pak Haryanto beli partai tok, dibandingkan pak Hafidz sampai kemenangan, mungkin lebih mahal pak Haryanto beli partai tok. Belum pemenengan.

A : Sumber-sumber dana kampanye dari mana saja?

B : Dari sumbangan, ada dilaporkan semua ke KPU. Nah itu, yang istiewa itu. Misalnya ada orang. Ini fakta. Pak Hafidz semula berniat pasangan kepada si A ini, tapi kemudian setelah dianalisis lebih jauh, gak jadi sama si A. pak Hafidz baik-baik pamit sama si A gak jadi pasangan. Dan beliau (si A) itu nyumbang, tetep nyumbang dan merasa ndak sakit hati, sumbangannya besar, lebih besar dari saya. Kalau saya ndak banyak, wong saya sumbangannya tenaga sama pikiran saja kok.

A : Basis beliau ada dimana saja?

B : Di 14 kecamatan, jadi yang istimewa, pak Hafidz itu memang politisi tradisional tapi kemudian feelingnya itu dibangun dari pengalaman lapangan itu. Ketika pak Salim harus berhenti jadi bupati, pak Hafidz itu kalau orang melukiskan basisnya di Rembang sebelah timur, toh dalam waktu yang singkat itu basis dibarat terbangun sendiri, loyalis di barat sudah banyak. Itu sebenarnya bisa dideteksi dari pileg 2014. Paling mudah melihat kekuatan pak Hafidz itu mengukur PPP nya. Periode sebelunya PPP gak punya kursi dari dapil Sumber Kaliori, jadi punya. Gak punya wakil di Rembang kota, malah rembang kota jadi peringkat ke 2 perolehan suara PPP. Beliau dapat diukur basisnya utumbuh di Rembang sebelah barat. Jadi kalau disetiap kecamatan kita punya basis itu.

A : Bantuan partai apa saja?

B : Kadernya lah, aset terpenting partai itu kan kader. Kader partai banyak terlibat. Tulang punggungnya tetep ada partai, walaupun kita merumuskan tim desa itu ya, yang dirumuskan kami ber lima dulu, tetapi itu tidak terlepas dari tenaga-tenaga kader partai, mereka masih terlibat. Makanya calon independen rasa partai ya itu. Orang-orang partai ikut bekerja. Terlibat sekali mereka dalam kampanye, ujung tombak tim kan berada disana, kami kan hanya mengkonsep gerakan, tapi kami tidak melakukan aktifitas kampanye. Yang beraktifitas mereka, yang datang ke rumah-rumah orang mereka, yang mengontrol pergerakan pengaruh mereka.

A : Ada berapa partai yang menyatakan dukungan?

B : Ada PAN, secara resmi mereka menyatakan dukungan, ada suratnya dilevel provinsi. Nasdem karena keluarga Mas Bayu itu punggawa-punggawa Nasdem ya tetep. Kemudian PPP. Ada lagi gerakan pengajian ibu-ibu golkar, tapi gol Karnya tidak.

- A : Posko-posko kemenangan?
- B : Banyak. Ditiap-tiap kecamatan ada, ditiap desa ada. Itu kami pinjam, kalau di tingkat kecamatan kita suruh cari tempat yang representative, kalau di Desa kita minta rumah ketua tim desanya yang kita jadikan Posko.
- A : Adakah even khusus masa kapanye?
- B : Tidak ada, walaupun ada sebetulnya seperti pemantapan tim, yang datang tim kabupaten + kandidat, tim kabupaten akan memberi materi teknis, kandidat datang untuk memberi semangat. Pengajian kalau warga mengadakan pengajian mengundang kandidat banyak, tapi kalau kita menyelenggarakan tidak ada. Menurut kita kampanye yang demikian kog gak efektif. Alasan kita itu *door to dor, direc selling*. Itu tak adopsi dari partai keadilan turki. Ada konsep yang waktu itu ingin kami kembangkan tapi ndak jadi, 1 orang lima rumah, tapi kemudian gak jadi kita eksekusi karena memang beban kita timnya akan menjadi raksasa. Dan itu kita menjadi khawatir 1. Biaya, 2. Kalau besar biasanya susah bergerak. Itu yang kemudian diganti satu TPS 6 orang, maka jumlah anggota tim kita ada hampir 7000 orang.
- A : Apakah tim sukses juga melakukan segmentasi dimasyarakat?
- B : Identifikasi ya ada, jadi kita sampaikan ke tim, untuk model masyarakat begini nanti prosesnya begini. Sehingga nanti perlakuan yang kita berikan nanti cenderung berbeda-beda dan macam-macam, jadi tidak ada resep yang sama disetiap rumah. Dan yang lebih banyak itu masyarakat menengah ke bawah, baik secara ekonomi maupun pendidikan.
- A : Cara komunikasi yang dibangun untuk mendekati masyarakat seperti apa pak?
- B : Beda, isunya juga beda. Kalau tani itu ada progam seribu sumur dangkal untuk mengcover pertanian kita yang kesulitan air. Kalau perdagangan kita akan membangun pasar tradisional yang rapi, semi modern istilahnya. Sudah mulai dieksesusi dipasar sarang.
- A : Apa saja kendala kendala masa kampanye?
- B : Kalo kendala kalo pengalaanku selama mengelola tim kampanye dilapangan namanya organisasi selalu ada kendala, tapi sekali lagi tim kampanye sekarang ini tinggal tidur saja sudah mulus. Kendalanya sifatnya hanya kecil-kecil, dan itu wajar dalam sebuah organisasi, tidak ada kendala yang luar biasa. Kalaupun ada kendala yang luar biasa ya itu, pengambilan keputusan pak hafidz melalui jalur independen. Coba sampaikan bayangke syarat minimalnya itu 47.00 sekian KTP, belum lagi memberkas, itu diputuskan siang, malamnya kita langsung rapat membuat planning untuk eksekusi itu. Itu kendala yang paling berat yang kita jalani, pengambilan keputusan yang terlambat.