

**KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NAJMUL AKHYAR dan H.
SUARDI) DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN
LOMBOK UTARA TAHUN 2020**

***THE FAILURE OF THE INCUMBENT PAIR (H. NAJMUL AKHYAR AND
H. SUARDI) IN THE 2020 NORTH LOMBOK REGENCY HEAD ELECTION***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



OLEH :

AN – NISA TIGNA QHORIN
NIM : 218130016

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2021 / 2022

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NAJMUL AKHYAR DAN H.
SUARDI) DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN
LOMBOK UTARA TAHUN 2020



Disusun dan diajukan oleh :

AN – NISA TIGNA QHORIN
218130016

PROGRAM STUDI
ILMU PEMERINTAHAN

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam sidang skripsi
Mataram, 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. H. Darmansyah, M.Si
NIDN. 0008075914


Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP
NIDN. 0816057902

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Pemerintahan

Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP
NIDN. 0816057902

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NAJMUL AKHYAR dan H. SUARDI) DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN LOMBOK UTARA TAHUN 2020



Disusun dan Diajukan Oleh :

AN – NISA TIGNA QHORIN
NIM.218130016

Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Pada Tanggal 3 Februari 2022 dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Kelulusan

Tim Penguji,

1. **Drs. H. Darmansyah, M.Si**
NIDN.0008075914

Penguji I

2. **Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP**
NIDN.0816057902

Penguji II

3. **Drs. Amil, MM**
NIDN.0031126204

Penguji III

Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan

Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP
NIDN.0816057902

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya mahasiswi Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, menyatakan bahwa :

Nama : An – Nisa Tigna Qhorin

Nim : 218130016

Alamat : Desa Tanjung, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Lombok Utara

Memang benar skripsi yang berjudul Kegagalan Pasangan Petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara Tahun 2020 adalah asli karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di tempat manapun.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dan bimbingan. Jika terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan, memang diacu sebagai sumber dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari pernyataan saya ini terbukti tidak benar, saya siap mempertanggung jawabkannya, termasuk meninggalkan gelar keserjanaan yang saya peroleh. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa tekanan dari pihak manapun.

Mataram, 3 Februari 2022
Yang membuat pernyataan,



An – Nisa Tigna Qhorin

NIM.218130028



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A.-Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AN-NISA TIGNA QHORIN
NIM : 218130016
Tempat/Tgl Lahir : Tanjung, 10 - Februari - 1998
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp : 087 736 067 929
Email : Tignaahorin@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NATMUL AKHYAR DAN H. SUARDI)
DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN LOMBOK UTARA TAHUN
2020

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 434

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 16 - February - 2022

Penulis



Anisa Tigna Qhorin
NIM. 218130016

Mengetahui,

Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.Ahmad Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat

Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AN-NISA TIGNA GHORIN
NIM : 218130016
Tempat/Tgl Lahir : Tanjung 10 - February - 1998
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu Politik
No. Hp/Email : Tignaghorn@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

.....
KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NAJWUL AKHYAR DAN H. SUARDI)
DALAM PEMULIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN LOMBOK UTARA TAHUN 2020 .
.....

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 15 February - 2022

Penulis



An-Nisa Tigna Q
NIM. 218130016

Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

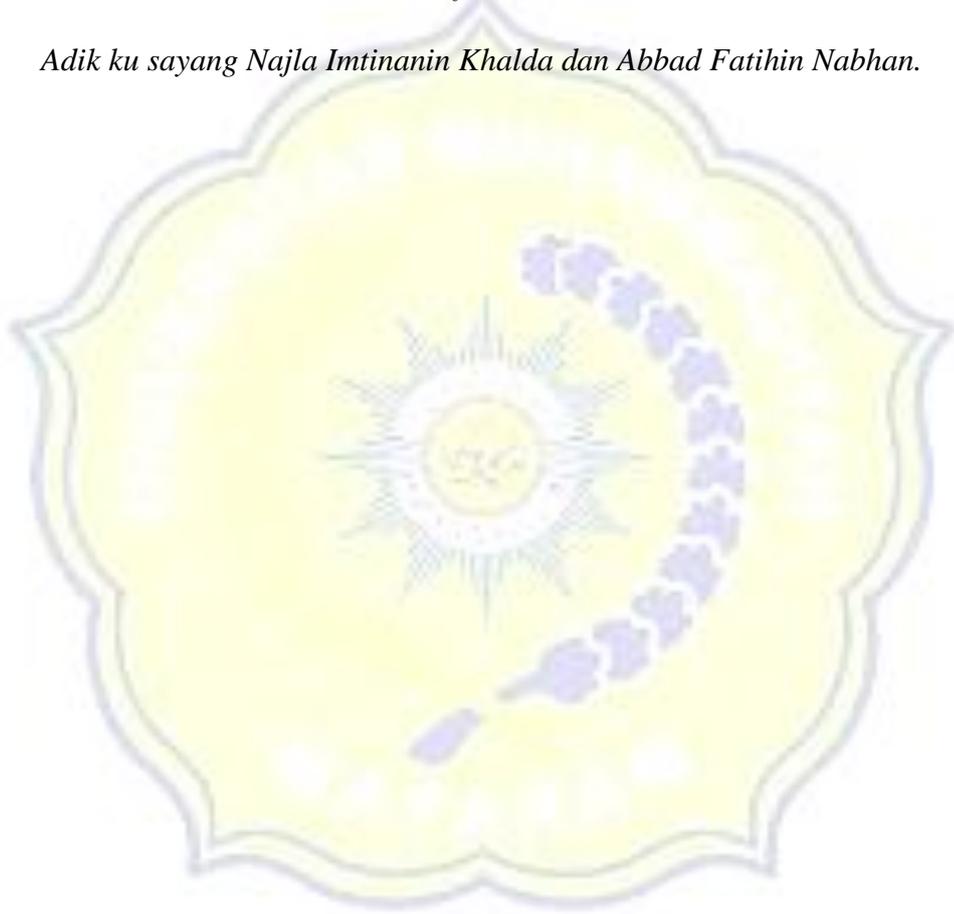
“Jika Orang Suci Punya Masa Lalu, Pendorapun Berhak Atas Masa Depan”

(Tigna Qhorin)

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk

Amak Jumadil Efendi, Inak Hasanah

Adik ku sayang Najla Imtinanin Khalda dan Abbad Fatihin Nabhan.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur atas kekuatan yang diberikan Allah SWT kepada penulis untuk bisa menyelesaikan amanah penulisan proposal ini dan segala kewajibanku sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal yang berjudul " **KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NAJMUL AKHYAR dan H. SUARDI) DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN LOMBOK UTARA TAHUN 2020** " tepat pada waktunya. Tidak lupa pula shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sebagai sumber inspirasi umat islam untuk terus berjuang dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Penelitian ini dilaksanakan untuk melengkapi syarat-syarat memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Ilmu Pemerintahan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Penulis menyadari bahwa proposal ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang membantu, terutama kepada :

1. Bapak Dr.H. Arsyad Abd Gani, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr.H. Muhammad Ali, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP Selaku Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Mataram.

4. Bapak Drs. H. Darmansyah, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Ayatullah Hadi S.IP,. M.IP selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan proposal ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Umumnya Dan Khususnya Dosen-Dosen Ilmu Pemerintahan yang telah banyak membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Kedua Orang Tuaku Tercinta Super Hero terbaik didunia Ayahanda Jumadil Effendi dan Ibunda Hasanah yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material.

Dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih banyak kekurangan maupun kelemahannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat yang membangun dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan demi penyempurnaan pada masa yang akan datang . akhir kata penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semuanya, khususnya bagi penulis pribadi dan pembaca pada umumnya.

Mataram, 27 Januari 2022

An – Nisa Tigna Qhorin
218130016

KEGAGALAN PASANGAN PETAHANA (H. NAJMUL AKHYAR dan H. SUARDI) DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN LOMBOK UTARA TAHUN 2020

An – Nisa Tigna Qhorin , Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP , Drs. H. Darmansyah, M.Si

Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pasangan petahana yang memiliki kekuatan pada kontetasi Pemilihan kepala daerah. Mengingat kekuatan politik dan kandidat mendominasi Petahana yang sangat besar dalam memenangkan persaingan Pemilihan kepala daerah . Untuk tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penyebab kegagalan pasangan petahana pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Lombok Utara Tahun 2020. Teori relevan tentang masalah ini adalah teori *Winning Strategy*. Dimana calon petahana yang gagal ini dianalisis dari upaya incumbent dan tim suksesnya dalam melakukan *Winning Strategy* (Political Marketing). Jenis observasi ini adalah observasi deskriptif kualitatif, dengan menggunakan data wawancara teknik pengumpulan yaitu komunikasi langsung dengan informan observasi dan melakukan tanya jawab. jawaban yang menyangkut masalah penelitian, kemudian observasi untuk mengatakan, memberi, dan mengidentifikasi fonomena yang terjadi, dan melakukan analisis tentang data yang berkaitan dengan kegagalan pasangan petahana pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020. Setelah dilakukan observasi, didapatkan hasil observasi, bahwa Faktor kegagalan calon petahana disebabkan oleh, Pertama, Melemahnya tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah khususnya pasca bencana alam gempa bumi 2018. Kedua, Sinergisitas dan soliditas team pemenangan yang terbelah mulai dari level kabupaten hingga desa, memunculkan begitu banyak kelompok – kelompok team dengan kepentingan dan motivasi politik yang berbeda dan sulit diduga, team – team yang muncul secara sporadis tersebut diberi keleluasaan mengakses diskusi – diskusi tertutup, hingga isu – isu strategis yang seharusnya dikemas apik sering menjadi konsumsi publik di media sosial sebelum tereksekusi menjadi sebuah instrument politik . fakta – fakta tersebut menyebabkan munculnya rasa saling tidak percaya diantara mereka. Ketiga, *Conflict of Intrrest* diinternal team karena petahana masa itu lebih mempercayakan eksekusi strategi pemenangan kepada orang – orang baru yang notabene adalah orang – orang yang dulunya menjadi musuh terhadap setiap kebijakan yang digelontorkan, hal tersebut sedikit membuat kebingungan di masyarakat. Keempat, Tidak adanya team yang didaulat khusus menjawab fitnah – fitnah politik, sehingga isu – isu miring tentang pribadi ataupun jabatan *incumbent* menjadi sesuatu yang benar .

Kata Kunci : Pasangan Petahana, Marketing Poliitk, Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara 2020

THE FAILURE OF THE INCUMBENT PAIR (H. NAJMUL AKHYAR AND H. SUARDI) IN THE 2020 NORTH LOMBOK REGENCY HEAD ELECTION

**An – Nisa Tigna Qhorin , Ayatullah Hadi, S.IP., M.IP , Drs. H. Darmansyah, M.Si
Government Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
Muhammadiyah University of Mataram**

ABSTRACK

This study was prompted by incumbent couples with authority in regional head elections. Political power and candidate have dominated the incumbent, who has a big lead in the regional head election competition. This study aims to determine what variables contributed to the incumbent pair's failure in the North Lombok Regency's regional head election in 2020. For this case, the Winning Strategy is a practical theory. The incumbent's and his success team's efforts in implementing the Winning Strategy evaluated this failed incumbent candidate (Political Marketing). A descriptive qualitative study was used, including interview data gathering approaches such as direct communication with observation informants and conducting questions and replies. The answers to research questions, followed by observations to state, show, and identify the phenomenon. To analyze data related to the failure of the incumbent pair in the 2020 Regional Head Election caused by, First, the weakening level of public confidence in government performance, especially after the 2018 earthquake. Second, the synergy and solidity of the winning team, which was divided from the district to village levels, gave rise to so many team groups with different interests and political motivations. The teams that appear sporadically are given the freedom to access closed discussions about strategic issues that should be packaged nicely often become public consumption on social media before being executed as a political instrument. As a result of these realities, they have developed a mutual distrust. Third, there was a conflict of interest in the internal team since the incumbents entrusted the execution of the winning plan to new people, who happened to be people who had previously been opponents of every policy implemented, causing some uncertainty in the community. Fourth, no team is requested to respond to political slander to remedy biased issues with personal or incumbent stances.

Keywords: Incumbency, Political Marketing, In The 2020 North Lombok Regency Head Election



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfa'at Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Marketing Poltik	12
2.2.1. Segmentasi	14
2.2.2. Targeting.....	15
2.2.3. Positioning	16
2.3. Proses Marketing Politik	18
2.3.1. Produk.....	18
2.3.2. Promosi.....	19
2.3.3. Harga	20

2.3.4. Tempat	21
2.4. Kampanye Politik	21
2.4.1. Strategi Kampanye Politik.....	23
2.5. Konsep Strategi.....	26
2.5.1. Strategi Pemenangan	26
2.5.2. Tujuan Strategi Tim Sukses.....	27
2.6. Kerangka Berfikir	29
2.7. Definisi Konseptual	30
2.8. Definisi Operasional	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	32
3.2. Lokasi Penelitian	32
3.3. Waktu Penelitian.....	32
3.4. Jenis Dan Sumber Data.....	33
3.4.1. Data Primer.....	33
3.4.2. Data Sekunder.....	33
3.5. Teknik Penentuan Narasumber.....	34
3.6. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6.1. Observasi	35
3.6.2. Wawancara	35
3.6.3. Dokumentasi.....	35
3.7. Teknik Analisis Data	37
3.7.1. Reduksi Data.....	37
3.7.2. Penyajian Data.....	37
3.7.3. Penarikan Kesimpulan.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1. Peta Kabupaten Lombok Utara.....	39
4.2. Gambaran Umum Pilkada Kabupaten Lombok Utara.....	42
4.3. Biografi Pasangan Petahana	44
4.3.1. Profil Calon Bupati.....	44
4.3.2. Profil Calon Wakil Bupati	46
4.4. Hasil dan Pembahasan	48
4.4.1. Kegagalan Pasangan Petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara Tahun 2020.....	48
4.4.2. Marketing Politik.....	50

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan 68
5.2. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.1 Unit Analisis Data Primer	34
Tabel 3.2 Unit Analisis Data Skunder.....	35
Tabel 3.3 Daftar Narasumber	36
Tabel 4.1 Hasil Rekapitulasi Perhitungan Suara Pilkada 2020	44
Tabel 4.2 Riwayat Pendidikan H. Najmul Akhyar	45
Tabel 4.3 Riwayat Organisasi H. Najmul Akhyar	45
Tabel 4.4 Riwayat Pekerjaan H. Najmul Akhyar	46
Tabel 4.5 Riwayat Pendidikan H. Suardi	46
Tabel 4.6 Riwayat Organisasi H. Suardi	47
Tabel 4.7 Riwayat Pekerjaan H. Suardi.....	47
Tabel 4.8 Data Penerimaan RTG dan JADUP Tahun 2020	57
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Suara di Setiap Kecamatan	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4.1 Peta Administrasi Lombok Utara	39
Gambar 4.2 Piramida Penduduk Kabupaten Lombok Utara Tahun 2020.....	42
Gambar 4.3 Foto Penghargaan <i>The Best Inovation On Disaster Rehabilitaion</i> ...	58
Gambar 4.4 Media Cetak Koran Sebagai Penyampaian Ide Gagasan.....	61
Gambar 4.5 Poster yang Disebarluaskan di Media Facebook.....	62
Gambar 4.6 Baju Sebagai Salah Satu Bentuk Promosi Tim NADI	63
Gambar 4.7 Foto Milineal NADI dan Komunitas Polonk Amunk.....	67
Gambar 4.8 Penyampain Distribusi Pesan di Tengah Masyarakat Bayan	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demokrasi adalah sistem pemerintahan yang diselenggarakan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Demokrasi merupakan sistem sosial dan politik pemerintahan dengan kekuasaan – kekuasaan pemerintah yang dibatasi hukum dan kebiasaan untuk melindungi hak – hak perorangan warga negara, Pasca kemerdekaan (1945 – 1966) para pendiri bangsa telah menetapkan Indonesia sebagai Negara Demokrasi. Demokrasi disebut sebagai pemerintahan rakyat, yaitu pemerintahan yang dimana rakyat memegang peran sangat penting untuk menentukan alur pemerintahan. Demokrasi adalah sebuah kinerja kultural, sosial dan sekaligus politik tetapi Demokrasi tidak hanya berkaitan dengan hal hal pembangunan pranta politik semisal Dewan Perwakilan atau pemilu. Demokrasi adalah perkara bagaimana membangun mental spirit dan sikap yang merupakan nilai – nilai inti dari demokrasi itu sendiri, misalkannya kesamaan, kebebasan, dan toleransi, karena hal demikian Demokrasi hadir sebagai kebutuhan sosial, politik dan budaya.

Di Negara Indonesia konteks kehidupan politik demokrasi yaitu pemilu (Pemilhan umum) dan Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah) merupakan sarana untuk mewujudkan kehidupan politik yang demokratis. Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan sarana demokrasi yang sangat penting untuk melibatkan rakyat dalam kehidupan bernegara. Pemilu (pemilihan umum) dipercaya sebagai lembaga dan

proses demokrasi yang berfungsi untuk mewujudkan kedaulatan rakyat. Dengan diadakannya pemilu warga negara Indonesia diberikan kekuasaan untuk menentukan orang – orang yang akan menduduki jabatan didalam roda pemerintahan. Memilih dan menentukan kepala pemerintahan di wilayah Kabupaten atau kota disebut dengan Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah).

Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah) merupakan bentuk rekrutmen kepemimpinan ditingkat lokal dan Pilkada merupakan implementasi dari kehidupan berdemokrasi ditingkat daerah. Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara demokratis adalah karena prinsip demokrasi. Setiap pejabat publik yang menduduki jabatan politisi harus dipilih secara langsung, sebagai mekanisme akuntabilitas jabatan politis dan kontrak politik antara rakyat dan pemimpinnya, sehingga strategi untuk menciptakan pemerintah dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat dapat direalisasikan dengan baik.

Pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan amanat Undang – Undang (UU) No. 7 Tahun 2017 yang menyatakan bahwa untuk menjamin tercapainya cita – cita dan ajuan nasional sebagaimana termaksud dalam pembukaan Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 perlu diselenggarakan pemilihan umum untuk memilih Anggota DPR, DPD, Presiden dan Wakil Presiden.

Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah) Merupakan amanat Undang – Undang Dasar Neagara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam ketentuan pasal 18 ayat 4 dinyatakan bahwa “ Gubernur, Bupati, dan Walikota masing – masing sebagai

kepala pemerintahan daerah provinsi, kabupaten dan kota dipilih secara demokratis”. Pilkada diawal reformasi dilakukan atau dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan diselenggarakan setiap lima tahun sekali. Hal ini sesuai dengan UU No.22 Tahun 1999 yang kemudian diganti oleh UU No. 32 Tahun 2004 yang mengatakan bahwa “ Kepala Daerah dipilih secara langsung oleh rakyat”.

Beberapa waktu yang lalu tepatnya pada tanggal 09 Desember 2020, Kabupaten Lombok Utara menyelenggarakan pilkada secara langsung untuk memilih bupati dan wakil bupati yang diharapkan mampu membawa Kabupaten Lombok Utara menjadi kabupaten yang lebih baik. Kabupaten Lombok Utara melaksanakan pemilihan langsung bupati dan wakil bupati yang akan memimpin Kabupaten tersebut sampai lima tahun mendatang.

Pelaksanaan pilkada di Kabupaten Lombok Utara tahun 2020 dengan kandidat calon kepala daerah diantaranya adalah pasangan : H. Djohan Sjamsu dan Danny Carter Febrianto dengan paket JODA, yang dimana H. Djohan Sjamsu merupakan mantan bupati Kabupaten Lombok Utara, selanjutnya pasangan : H. Najmul Akhyar dan H. Suardi dengan paket NADI, yang dimana H. Najmul Akhyar merupakan Bupati Lombok Utara periode 2016 / 2020 dan dimana H. Najmul Akhyar dan H. Suardi adalah merupakan pasangan Incumbent.

Duel pasangan calon Bupati / Wakil Bupati Lombok Utara, H. Najmul Akhyar – H. Suardi (NADI) dengan Djohan Sjamsu – Danny Carter Febrianto Ridawan (JODA) merupakan pertarungan yang sangat seru, dilihat dari Political

Research dan Marketing (Polram) yang dirilis. Hasil survei Polram untuk Pilkada Kabupaten Lombok Utara (KLU) memperlihatkan persaingan antarpaslon cukup ketat. Perbedaan tingkat elektabilitas kedua kandidat sangat tipis. Hasil survei menempatkan pasangan NADI di posisi unggul, hasil survei tersebut mematahkan beberapa survei lembaga lainnya yang menempatkan JODA lebih unggul.

Elektabilitas H. Najmul sangat tinggi tak lain karena sejumlah prestasi yang di raih selama memimpin KLU empat tahun terakhir. Ditangan H. Najmul, Kabupaten Lombok Utara mendapat anugerah dana reksa atas performance pengelolaan keuangan terbaik, best leader supporting public relations and communications dan terpopuler di media daring 2019 dari Humas Indonesia dan prestasi lainnya.

Pasangan H. Najmul Akhyar dan H. Suardi diusung enam partai, yakni Golkar, Nasdem, PPP, PAN, Demokrat dan PBB yang menguasai 18 kursi di DPRD KLU, sedangkan paslon Djohan – Danny di usung PKB, Gerindra, PDIP dan PKS dengan perolehan 12 kursi. H. Najmul sebagai pertahanan yang memimpin KLU periode 2016 – 2021 akan lebih diuntungkan karena namanya selalu disebut, sementara itu, Djohan Sjamsu ialah Bupati Lombok Utara periode 2010 – 2015 yang jabatannya direbut oleh H. Najmul Akhyar pada perhelatan pilkada 2015.

Namun semua hasil survei dipatahkan oleh hasil Quick count pasca pemilihan, hasil hitung cepat (quick count) versi LSI Denny JA telah mencapai 100 %. Hasilnya pasangan Djohan Sjamsu – Danny Carter Febrianto menang telak dengan perolehan hasil, Djohan Sjamsu – Danny Carter : 55,79 & dan Najmul

Akhyar – Suardi : 44,21 %, sehingga Pasangan calon dengan suara terbanyak, H. Djohan Sjamsu, SH – Danny Carter Febrianto Ridawan, ST. M.Eng, ditetapkan sebagai bupati dan wakil bupati terpilih.

Sebagaimana disinyalir sejumlah kalangan bahwa, kekalahan pasangan petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) disebabkan karena kurangnya pemetaan tim pemenangan wilayah, Lemahnya identifikasi politik ditengah masyarakat serta melemahnya kepercayaan masyarakat yang diakibatkan oleh isu isu figuritas atau kinerja pasangan incumbent (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) selama menjabat sebagai Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “ apa faktor – faktor yang menyebabkan kegagalan pasangan petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Lombok Utara.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan Permasalahan yang dirumuskan diatas maka tujuan penelitian untuk “ mengetahui faktor – faktor yang menyebabkan kegagalan pasangan petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Lombok Utara “

1..4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan diperoleh manfaat sebagai berikut.
berikut :

14.1 Manfaat Teoritis

Manfaat bagi para peneliti yang mengangkat judul yang sama dan melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan lebih mendalam mengenai kepercayaan terhadap partai politik yang menyebabkan kegagalan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat terhadap perkembangan psikologi dalam bidang politik terutama bahasan mengenai strategi pemenangan pasangan incumbent dalam konteks pilkada.

1.4.3. Manfaat Akademis.

Syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Ilmu Pemerintahan pada Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahlu

Penelitian terdahulu ini dapat menjadi salah satu referensi dimana penulis melakukan penelitian. Hal ini memungkinkan penulis untuk memperluas teori yang digunakan untuk memperdalam bahan penelitian dan pembahasan dalam penelitian. Beberapa studi tersebut adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/ Tahun	Nama Peneliti	Hasil	Metode
1.	<i>Strategi Kemenangan Incumbent di Pilkada Kabupaten Breves 2017/2017</i>	Mei Rani Nuristha Betsiana	Pasangan koalisi diarahkan untuk memberikan dukungan dengan memasarkan keunggulan yang dimiliki oleh pasangan incumbent agar memudahkan tim pemenangan incumbent dalam meraup suara dari para pemilih.	Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif untuk menggali data lebih dalam
Persamaan / Perbedaan				
Penelitian ini memiliki Kesamaan dengan penilitian penulis mengenai pembahasan tentang Strategi pemenangan incumbent pada pilkada. Perbedaan penelitian ini penulis membahas tentang Strategi pemenangan incumbent pada pilkada menyebabkan kegagalan pasangan incumbent dalam pemilihan bupati KLU 2020.				

2	<i>Strategi kemenangan petahana dalam pemilihan kepala daerah kabupaten sidoarjo / 2015</i>	Saiful Illah – Nur Ahmad Syaifudin	Strategi politik yang digunakan oleh tim sukses kemenangan Calon Petahana menjelang pilkada diantaranya, Gerakan struktural, gerakan langsung yang meliputi partai kebangkitan bangsa (PKB) dan Banom-banomnya, NU beserta Banom-Banomnya, seperti IPNU, IPPNU, Anshor, dan Muslimat. Dan juga Gerakan non struktural, yang meliputi, ORMAS, UKP, LSM, pengusaha dan orang-orang birokrasi.	Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif.
Persamaan / Perbedaan				
Penelitian ini memiliki Kesamaan dengan penelitian penulis mengenai pembahasan tentang Strategi kemenangan petahana dalam pemilihan kepala daerah. Perbedaan penelitian ini penulis membahas tentang Strategi kemenangan petahana dalam pemilihan kepala daerah terhadap kegagalan pasangan calon bupati Kabupaten Lombok Utara 2020				
3	<i>Analisis kegagalan Komunikasi Politik Dalam Pilkada Serentak 2015 di Kabupaten Sleman / 2015</i>	Choirul Fajri dan Dani Fadillah.	Penyebab Kegagalan yaitu kurangnya komunikasi internal partai PDIP, tidak adanya permainan isu dari partai untuk menarik perhatian masyarakat dan kurang optimalnya publisitas di media koran.	Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif

Persamaan / Perbedaan				
<p>Penelitian ini memiliki Kesamaan dengan penelitian penulis mengenai pembahasan tentang Kegagalan Pasangan Calon Bupati. Perbedaan penelitian ini penulis membahas tentang pengaruh Kegagalan Pasangan Calon Bupati Kabupaten Lombok Utara karena menurunnya kepercayaan masyarakat.</p>				
4	<i>Kekalahan petahanan dalam pilkada 2015 di kabupaten luwu utara / 2015</i>	Reza Muhammad	<p>Kinerja kepemimpinan Arifin Junaidi terlihat dalam program kerjanya di sektor pertanian dan pelayanan publik dasar (kesehatan, infrastruktur, keamanan). Komunitas merasa pencapaian pemilik kantor dinilai sebagai gagal. Masyarakat kecewa ketika Arifin Junaidi merasa tidak banyak perubahan selama menjabat sebagai pimpinan . mempengaruhi . Kekalahan dalam pemilihan kepala daerah 2015 di Kabupaten Lou Utara.</p>	Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif
Persamaan / Perbedaan				
<p>Penelitian ini memiliki Kesamaan dengan penelitian penulis mengenai pembahasan tentang Kekalahan pasangan petahanan dalam pilkada</p>				
5	<i>Calon petahana gagal memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah di Kabupaten Indragiri Hulu/2010</i>	Hasanuddin, Amir Syamsuadi	<p>Penyebab Kegagalan Calon Incumbency dikarenakan lemahnya calon incumbency dalam mengoptimalkan kekuasaannya untuk mempertahankan status quo, dan juga lemahnya pola strategi kemenangan</p>	Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif

Persamaan / Perbedaan
Penelitian ini memiliki Kesamaan dengan penelitian penulis mengenai pembahasan tentang Kegagalan Pasangan Calon Bupati Incumbency. Perbedaan penelitian ini penulis membahas tentang pengaruh Kegagalan Pasangan Calon Bupati Kabupaten Lombok Utara karena menurunnya kepercayaan masyarakat.

Pada penelitian **pertama** yang dilakukan oleh Mei Rani Nuristha Betsiana (2017) Pasangan koalisi diarahkan untuk memberikan dukungan dengan memasarkan keunggulan yang dimiliki oleh pasangan incumbent agar memudahkan tim pemenangan incumbent dalam meraup suara dari para pemilih. Pada Penelitian.

Kedua yang dilakukan oleh Saiful Illah – Nur Ahmad Syaifudin (2015) Strategi politik yang digunakan oleh tim sukses pemenangan Calon Petahana menjelang pilkada diantaranya, Gerakan struktural, gerakan langsung yang meliputi partai kebangkitan bangsa (PKB) dan Banom-banomnya, NU beserta Banom-Banomnya, seperti IPNU, IPPNU, Anshor, dan Muslimat. Dan juga Gerakan non struktural, yang meliputi, ORMAS, UKP, LSM, pengusaha dan orang-orang birokrasi.

Pada penelitian **ketiga** yang dilakukan oleh Reza Muhammad (2015) Kinerja kepemimpinan Arifin Junaidi terlihat dalam program kerjanya di sektor pertanian dan pelayanan publik dasar (kesehatan, infrastruktur, keamanan). Komunitas merasa pencapaian pemilik kantor dinilai sebagai gagal. Masyarakat kecewa ketika Arifin Junaidi merasa tidak banyak perubahan selama menjabat

sebagai pimpinan . mempengaruhi . Kekalahan dalam pemilihan kepala daerah 2015.

Pada penelitian **keempat** yang dilakukan oleh Hasanuddin, Amir Syamsuadi (2010) Kegagalan Calon Incumbency pada pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah di Kabupaten Indragiri Hulu menjelaskan bahwa Penyebab Kegagalan Calon Incumbency dikarenakan lemahnya calon incumbency dalam mengoptimalisasikan kekuasaannya untuk mempertahankan status *quo*, dan juga lemahnya pola strategi kemenangan.

2.2. Tim Marketing Politik

Pemahaman umum tentang kebijakan pemasaran adalah bahwa ada , instruksi , dan formula, di mana dapat diuji secara empiris. Setelah dikurangi Marsh Cloak (2001). Pertama, Pemasaran Politik adalah lebih dari Komunikasi Politik. Kedua, Pemasaran Politik Terapkan Semua Proses Organisasi Partai Politik Politik. Ketiga, Pemasaran Politik umumnya menggunakan konsep pemasaran.

Firmanzah (2008:148) mengungkapkan bahwa “marketing politik” merupakan penerapan ilmu marketing dalam kehidupan politik. Politik dan marketing merupakan dua hal yang berbeda dan suatu hal yang baru untuk perpolitikan Indonesia. Menggabungkan dua latar belakang ilmu yang berbeda memberi inovasi baru untuk dunia politik dan marketing di Indonesia, ketika dunia politik mulai di hadapkan dengan praktek demokrasi prosedural yang bernama pemilu. Dalam Marketing politik terdapat program marketing yang didalamnya akan membahas mengenai 4P, yaitu produk, promosi, Harga dan Tempat.

Berbicara tentang meningkatkan kesadaran publik berbicara tentang komponen strategi berbicara tentang bagaimana pemasaran. strategi pemasaran termasuk segmentasi, penargetan dan positioning. segmentasi, penargetan, dan positioning adalah aspek dari dalam strategi . dikatakan meraih opini publik karena hasil dari strategi implementasi pemasaran adalah rumusan positioning dan adalah rumusan . Pesaing Lebih Pikiran pemilih, dan , kemudian dapat memenangkan pikiran. Selanjutnya, dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran mencoba menghubungkan dengan pikiran pelanggan karena mencoba menyuntikkan gambar dari produk atau perusahaan.

.Menurut kutipaan Betsiana (2017 : 26) Strategi kemenangan kandidat pertahanan meliputi 3 tahap yaitu : tahap segmentasi pasar politik, tahap targeting politik dan tahap positioning politik kandidat. Ketiga tahapan strategi ini, dimaksudkan agar kandidat dapat hadir kedalam karakteristik masyarakat pemilih kemudian memahami apa yang menjadi aspirasi masyarakat pada setiap segmen pemilih dan merealisasikan dalam bentuk program kerja partai, sehingga walaupun dengan sumber daya terbatas seorang kandidat dapat memaksimalkan perolehan suara pada daerah pemilihannya. Dibawah ini adalah pembagian tahapan marketing politik menurut Betsiana (2017 : 26) adalah sebagai berikut :

2.2.1Segmentasi

memahami bahwa segmen adalah grup . Segmentasi sendiri merupakan upaya untuk memetakan pasar yang luas dan heterogen ke beberapa kelompok dengan klasifikasi

tertentu, serta dapat mengembangkan dan menerapkan pendekatan yang sesuai tergantung pada karakteristik segmen tersebut. Hal ini terjadi karena perusahaan pada dasarnya berada di pasar luar negeri.

Menurut Setiadi (2003:11) mengadaptasi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam marketing secara umum, faktor tersebut adalah:

- a. Faktor Budaya Faktor ini terdiri dari aspek budaya, subkultur dan kelas sosial.
- b. Faktor sosial. Terdiri dari kelompok, anggota (kelompok keanggotaan) dan kelompok referensi (kelompok referensi), dan kelompok dibagi menjadi keluarga, peran, dan status.
- c. Faktor pribadi, Terdiri dari umur dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
- d. Faktor psikologis, Terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap.

Menurut Firmanzah (2008:212) setelah penyusunan segmentasi, kandidat (tim sukses) perlu juga menyusun profil hasil segmentasi. Profil ini idealnya meliputi tiga hal, yaitu :

- A. Profil mengenai pendukung kandidat.
- b. Profil mengenai massa mengambang (swing voter) Profil masa mengambang dibentuk buat mengetahui apa saja yang sebagai tuntutan dan aspirasi mereka, agar kemudian dapat memberikan tawaran politik pada mereka.
- c. Profil mengenai pendukung kandidat lain.

2.2.2. Targeting

Setelah melakukan segmentasi, selanjutnya adalah mengevaluasi majemuk segmen tadi buat menetapkan segmen mana yang menjadi sasaran market, inilah yang dinamakan targeting. Terkadang targeting dianggap pula menggunakan kata selecting atau menyeleksi. Kegiatan targeting membentuk apa yg dianggap sasaran market. Dalam politik, pasar politik meliputi media massa dan influencer groups sebagai pasar perantara, dan para pemilih sebagai pasar tujuan akhir. Terdapat tiga taktik penguasaan pasar, salah satu dari ketiga taktik itu lalu bisa diadopsi pada melakukan targeting, taktik-taktik tadi adalah :

- a. Pemasaran tak dibedakan (undifferentiated marketing) Dalam strategi ini perbedaan-perbedaan antar segmen diabaikan, danseluruh pasar diberikan satu penawaran yang sama.
- b. Pemasaran dibedakan (differentiated marketing) Dalam strategi ini beberapa segmen pasar atau ceruk yang telah diputuskan, disikapi dengan pendekatan dan penawaran yang berbeda-beda pula.
- c. Pemasaran terkonsentrasi Dalam strategi ini, segala kegiatan pemasaran terfokus pada ceruk yang lebih kecil.

2.3 Proses Marketing Politik

Menurut Hidayat (2020 : 13) Kandidat harus mampu memahami gejala dan problematika kehidupan masyarakat yang sedang terjadi. Dengan begitu, program yang ia tawarkan dapat menjawab akar dari pertanyaan. Pemilih percaya untuk memilih kandidat.

Firmanzah (2008: 200-209) menyatakan bahwa penerapan pemasaran dalam politik ditujukan untuk merumuskan agenda, menganalisis dinamika masyarakat, menerapkan strategi kelompok masyarakat dengan menerapkan P bauran pemasaran, yaitu;

2.3.1 Produk (product)

Setiap calon yang akan mencalonkan diri dalam setiap pemilihan pasti memiliki produk yang disampaikan dalam proses pencalonannya kepada pemilih pada saat kampanye, terkadang produk yang diberikan setiap calon merupakan produk kompleks atau produk yang muncul dari permasalahan yang timbul di masyarakat.

Menurut O'Shaughnessy (2011), ada beberapa karakteristik yang terkait dengan produk politik. Terkadang produk yang disampaikan kandidat palsu dan di bawah sistem nilai yang tidak jauh dari janji dan harapan untuk masa depan. Dalam sebuah produk politik, kita tidak melenceng dari dua kata visi dan misi

Seorang kandidat dan partai politik serta ideologi partai merupakan identitas politik yang akan ditawarkan kepada calon pemilih, maka dalam hal ini para pemilih bisa memilah, memilih serta menimbang untuk menentukan pilihan mana yang akan mewakili suara mereka. Tujuan lain adalah untuk mencapai loyalitas pemilih kepada partai politik atau kandidat dan menjaga hubungan kontak sosial antara pemilih dengan kandidat atau partai politik.

2.3.2 Promosi (*promotion*)

Dalam marketing politik sebuah partai politik atau kandidat harus mempromosikan ide suatu gagasan, platform dan juga ideologi dalam masa kampanye. Semakin berubahnya teknologi, banyak partai politik atau kandidat yang bekerja sama dengan agen iklan untuk membangun jargon, slogan bahkan citra yang pastinya digunakan pada saat masa kampanye.

Menurut Firmanzah (2008), promosi adalah suatu usaha untuk memajukan suatu partai atau calon, sehingga sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Firmanzah berpendapat bahwa promosi politik dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu publik (publisitas politik), acara publik dan debat..

2.4 Kampanye Politik

Kampanye politik ialah cara berkomunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Pengertian kampanye berdasarkan **UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum** Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program peserta Pemilu.

Menurut Nugroho dalam Hidayat kampanye adalah kegiatan komunikasi yang terorganisir dengan baik yang diberikan atau ditunjukkan secara langsung kepada orang-orang tertentu pada waktu kampanye yang telah ditentukan.

Peter Schoder dalam Tabroni (2014: 38) mengatakan "kita tidak bisa dicintai oleh semua". Kampanye politik bukanlah situasi perang, tetapi kampanye politik adalah kampanye di mana setiap ide politik yang diajukan oleh satu orang atau kelompok akan memecah belah masyarakat ketika ide itu dipublikasikan. Politik bukanlah perang, tetapi efek situasi yang diciptakan oleh kampanye politik dapat berubah menjadi perang ketika kampanye politik digunakan sebagai arena untuk membantai lawan politik tanpa efek politik atau sopan santun.

Dapat disimpulkan bahwa Kampanye politik adalah sebuah upaya yang terorganisir dimana bertujuan untuk mempengaruhi serentetan proses pengambilan keputusan para pemilih. Sehingga Kampanye menjadi sangat penting dalam memperkenalkan kandidat kepada masyarakat.

2.4.1 Strategi Kampanye Politik

Kutipan Sulthon dalam Peter Schoder (2013: 9) Strategi kampanye politik adalah suatu bentuk khusus dari strategi politik, yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh yang sebesar-besarnya dengan cara melakukan pemilihan dengan baik untuk mendorong kebijakan yang dapat membawa perubahan sosial.

Menurut Nursal dalam Hidayat (2020 : 20) terdapat tiga strategi untuk mengkampanyekan political marketing yaitu :

1. Pemasaran langsung kepada calon pemilih (Push Political Marketing)
2. Pemasaran melalui media massa (Pull Political Marketing)
3. Pemasaran melalui tokoh, kelompok atau organisasi (Pass Political Marketing)

Menurut Adman Nursal (2004) dalam Sutrisno dkk (2018: 109), strategi ini merupakan kegiatan menyampaikan produk politik melalui pihak ketiga yang dinilai mampu mempengaruhi pemilih, diantaranya tokoh masyarakat, tokoh pemuda atau tokoh- tokoh lain yang berpengaruh. Pihak-pihak yang memiliki pengaruh pada masyarakat memiliki nilai strategis bagi kandidat karena dengan adanya pengaruh tokoh tersebut dapat menyampaikan pesan politik kandidat kepada masyarakat atau pemilih.

2.5 Konsep Strategi

2.5.1 Strategi Pemenangan

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai “ the art of the general “ atau seni seseorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Menurut Karl Von Clausewitz sebagai strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam wilayah tertentu.

Strategi tim sukses adalah sebuah rencana yang di susun secara matang dan sudah di survey untuk diimplementasikan rencana yang dirancang oleh sekumpulan orang yang memiliki kemampuan atau pengetahuan politik secara teori maupun praktis baik dari aspek internal maupun eksternal. Prinsip strategi yakni “ mengetahui segala sesuatu yang dilakukan oleh musuh sebelum musuh melakukannya “

Menurut Peter Schrooder ada beberapa langkah strategi politik yaitu :

1. Merumuskan Misi
2. Perumusan Sasaran
3. Implementasi Strategi
4. Pengendalian Strategi

Strategi tim sukses yang dilakukan dalam pemilihan bupati adalah sebuah cara usaha dan metodologi untuk mengetahui segala aspek yang meliputi kelemahan, kekuatan, peluang dari lawan politik. Strategi yang sudah disusun menghasilkan gagasan dan konsepsi yang kemudian dikembangkan oleh tim sukses. Tim sukses tidak hanya mempunyai latar belakang dari politik, ada beberapa yang berasal dari relawan yang memiliki segala macam latar belakang profesi yang berbeda – beda. Strategi yang dilakukan untuk mendapatkan kekuasaan secara sah melalui proses demokrasi melalui pemilu, setiap partai koalisi, tim sukses dan elit politik memiliki strategi untuk memperoleh kepentingan kekuasaan. Berhasil atau gagalnya tim sukses dalam memperoleh kemenangan tergantung dari penyusunan dan pelaksanaan strategi yang sudah direncanakan dan di survey dengan kultur,

kecamatan atau daerah tertentu yang bertujuan untuk dapat menghasilkan tujuan yang dicapai dan kebutuhan suatu desa.

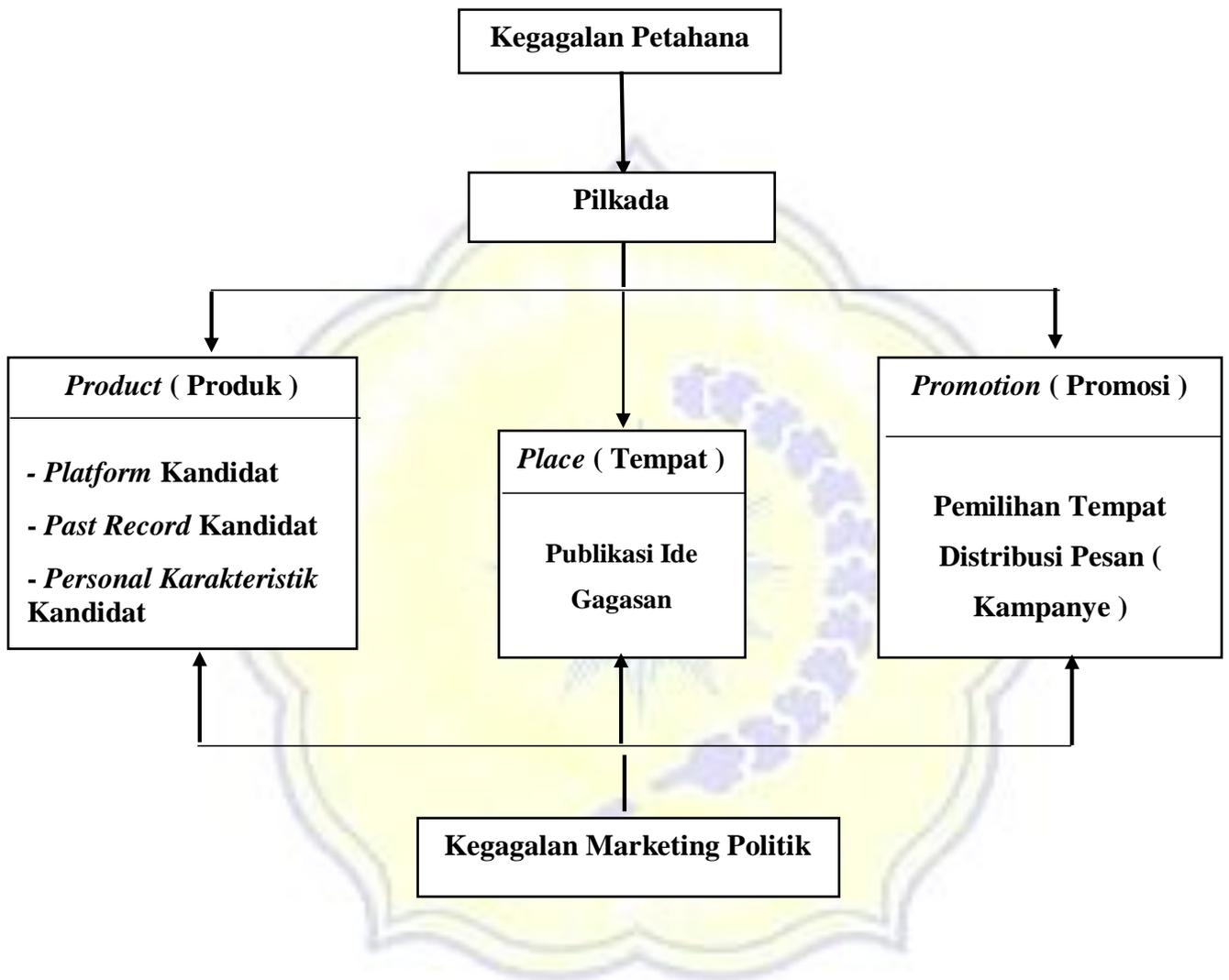
2.5.2 Tujuan Strategi Tim Sukses

Pemilihan dan penetapan strategi merupakan suatu hal yang sangat krusial, semua kalangan baik kandidat, partai politik, elit politik dan tim sukses dibutuhkan kerja sama yang solid untuk bisa menjalankan serta mengimplemtasikan strategi yang sudah disusun dan di survey. Penentuan strategi untuk mengetahui beberapa yaitu pertama, untuk mengetahui prentase kemenangan sebelum dilakukan pilkada, kedua, untuk mengetahui lawan politik yang tanguh dan memiliki basis jaringan yang kuat, ketiga, untuk mengetahui kebutuhan finansial yang diperlukan.

Ketiga tujuan tersebut merupakan langkah awal yang dilakukan untuk mencapai tujuan akhir yaitu kemenangan dalam kontestasi politik. Oleh karna itu ilmu pengetahuan akan poltik yang luas pragtis, proses serta tahapan dalam pemilihan umum merupakan hal yan sangat krusial dalam mengikuti kontatasi politik. Keberhasilan dalam melakukan dan mengimplemtasikan strategi politik yang berhasil sangat erat keterkaitannya dengan tim sukses. Tim sukses merupakan seseorang yang direkkrut, memiliki pengetahuan politik yang luas dan politik pragtis yang sudah diseleksi oleh kandidat dan partai pengusung kandidat untuk di tempatkan sesuai fungsinya.

2.6 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



2.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah suatu pemikiran umum yang berusaha untuk menjelaskan mengenai pembatasan pengertian antara konsep yang satu dengan yang lainnya agar tidak terjadi kesalahan dalam pemahaman. Definisi konseptual juga penggambaran hubungan konsep-konsep khusus yang menentukan variabel-variabel yang akan saling berhubungan. Maka definisi konseptual dari masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut.

1. Produk ini merupakan identitas politik yang diberikan kepada calon pemilih. Dalam hal ini, pemilih dapat mengurutkan, memilih, dan menimbang untuk menentukan opsi mana yang mewakili suara mereka. Tujuan lainnya adalah untuk mencapai loyalitas pemilih kepada suatu partai atau partai politik dan untuk memelihara kontak sosial antara pemilih dengan partai atau partai tersebut..

2. Promosi adalah teknik mempromosikan ide, latar belakang, dan ideologi selama kampanye. Seiring kemajuan teknologi, banyak partai politik atau kandidat bekerja sama dengan biro iklan untuk menciptakan jargon, slogan, dan bahkan gambar yang pasti akan digunakan selama kompetisi.

3. Lokasi adalah bagaimana seorang kandidat mendefinisikan suatu tempat, dan juga bagaimana seorang kandidat mendefinisikan suatu segmen pemilih dengan mendefinisikan suatu tempat untuk tujuan mendistribusikan produk politiknya.

2.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah standar ukur atau indikator penelitian untuk melekatkan arti pada suatu konstruk atau variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel itu. Dengan demikian definisi operasional dapat dirumuskan sebagai ukuran dan indikator dari suatu variabel untuk dijadikan pijakan dalam membahas hipotesis yang akan dicari kebenarannya. Sebagaimana yang tertera dalam konsep kerangka berfikir diatas

Tabel 2.2
Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator
1	Produk (product)	- <i>Platform</i> Kandidat - <i>Past record</i> Kandidat - <i>Personal Karakteristik</i> Kandidat
2	Promosi (promotion)	- Publikasi Ide Gagasan
3	Tempat (Place)	- Pemilihan Tempat Distribusi Pesan (Kampanye)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengertian metode penelitian kualitatif menurut Imam Gunawan. Sifat temuan tidak dapat diperoleh dengan metode statistik. Suatu usaha untuk memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa dan interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu dari sudut pandang peneliti sendiri. Metode kualitatif dilakukan dalam situasi rasional, mengutamakan evaluasi metode kualitatif, dan fenomenologi yang berusaha memahami dan menafsirkan makna peristiwa dan interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu dari sudut pandang peneliti didasarkan pada karakteristik kualitatif..

Penelitian dengan menggunakan penelitian kualitatif bertujuan untuk mengembangkan gagasan tentang kerentanan terhadap masalah yang dihadapi dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang apa yang sedang dipelajari untuk menjelaskan realitas dalam konteks pencarian teoritis di atas.

3.2 Tempat dan waktu penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di kabupaten Lombok Utara berdasarkan dengan judul yang di angkat oleh peneliti yang berkaitan tentang penyebab Kegagalan pasangan petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara 2020. Adapun waktu yang di gunakan oleh peneliti yaitu mulai dari Desember 2021 sampai Januari 2022.

3.3. Teknik penetapan narasumber

Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *peposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu (sugiono; 2019). Yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah para informan yang mengetahui dan dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini atau data yang di butuhkan oleh peneliti tentang penyebab Kegagalan pasangan petahana (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara 2020. Informen yang di maksud atau narasumber yang di maksud adalah Tim sukses disetiap wilayah, partai pengusung dan Tim Relawan.

3.4. Sumber Data

Menurut Puhantara. (2020:79) Sumber data di dalam penelitian merupakan factor yang sangat penting karna sumber data akan menyangkut kualitas hasil oleh karenanya sumber data menjadi pertimbangan dalam penentuan metode. Jenis data yang digunakan oleh Peneliti dalam penelitian ini dapat digolongkan menjadi 2 (dua) bagian yaitu data Primer dan data sekunder :

3.4.1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitin , dalam hal ini peneliti mmepoleh data atau informasi langsung menggunakan instrument-instrument yang telah didapatkan. Data primer menurut Soerjono Soekanto, adalah data yang diperoleh langsung dari masyarakat dan peroleh dengan cara langsung dari sumber Pertama dilapangan melalui penelitian di lapangan yaitu perilaku masyarakat.

Tabel 3.1
Unit Analisis Data Primer

No	Variabel	Indikator	Jenis Data	Sumber Data
1	- Produk	- Platfrom Kandidat - Past Record Kandidat - Personal Karakteristik Kandidat	- Apa Platfrom Kandidat ? - Bagaimana Past Record Kandidat ? - Apa Personal Karakteristik ?	- Partai Pengusung Kandidat
2	- Promosi	- Publikasi Ide Gagasan	- Bagaimana tehnik publikasi Ide Gagasan Kandidat melalui media ?	- Tim Pemenangan di Setiap Wilayah - Relawan
3	- Tempat	- Pemilihan Tempat Distribusi Pesan (Kampanye)	- Bagaimana cara menentukan tempat untuk menyampaikan pesan atau keunggulan kandidat ?	- Tim Pemenangan di Setiap Wilayah - Relawan

3.4.2 Data skunder

Data skunder merupakan data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini lebih banyak sbagai statistic atau data yang sudah diolah semakin rupa sehingga siapapun rupa sehingga siap digunakan dalam statistic biasanya tersedia di kantor-kantor birikrasi pemerintahan, biro jasa data perusahaan swasta atau badan lain yang berhubungan dengan penggunaan data.

Tabel 3.2
Unit Analisis Data Skunder

No	Variabel	Indikator	Jenis Data	Sumber Data
1	- Produk	- Platfrom Kandidat - Past Record Kandidat - Personal Karakteristik Kandidat	- Dokumen past recod kandidat - Dokumen karakteristik kandidat	- Partai Pengusung Kandidat
2	- Promosi	- Publikasi Ide Gagasan	- Dokumen publikasi Ide Gagasan Kandidat melalui media	- Tim Pemenangan di Setiap Wilayah - Relawan
3	- Tempat	- Pemilihan Tempat Distribusi Pesan (Kampanye	- Dokumen distribusi pesan kandidat	- Tim Pemenangan di Setiap Wilayah - Relawan

3.5.1 Observasi

Menurut kortono dalam taufikurahman (2017: 38), observasi adalah studi yang disengajakan dalam sistematis tentang fenomena social dalam gejala - gejala piskis dengan cara pengamatan dan pencitraan, selanjutnya di kemukakan tujuan observasi adalah mengerti ciri ciri dan luasnya signifikan dari interelasinya elmen elmen tingkah laku manusia pada fenomena social serba kompleks dalam pola pola kultur tertentu.

3.5.2 Wawancara

Menurut afifudin (2012: 131), teknik wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menayakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informen atau responden. Wawancara dapat di lakukan dengan pedoman wawancara dengan tanya jawab secara langsung. Teknik wawancara digunakan bertujuan untuk mendapatkan data dari informen dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang terstruktur.

Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara terstruktur yang telah dirumuskan peneliti dan yang akan dilakukan kepada informen atau narasumber yang mengetahui dan dapat memberikan informasi atas rumusan masalah dalam penelitian ini tentang penyebab Kegagalan pasangan incumbent (H. Najmul Akhyar dan H. Suardi) dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombok Utara 2020. Adapun arasumber atau informan yang akan diwawancarai sebagai berikut :

Tabel 3.3
Daftar Narasumber

No	Narasumber	Jumlah
1	Tim Pemenangan di Setiap Wilayah	5 Orang
2	Partai Pengusung Calon	6 Orang
3	Relawan	1 Orang
Jumlah		12 Orang

3.5.3 Dokumentasi

Dalam afifudin (2012: 131), metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data informasi melalui pencarian dan penemuan data yang berasal dari non-manusia. Sumber data berupa dokumentasi sangatlah dibutuhkan untuk mendapatkan atau melengkapi memperkuat sumber data yang ada.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut sugiyono dan taufikrohman (2017:42), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dalam priode tertentu,pada saat wawancara,peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai, bila jawaban yang di wawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka penelitian akan melanjutkan pernyataan lagi sampai tahap tertentu di peroleh data yang di anggap kredibel, aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara intraktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data yang sudah jenuh (miles dan huberman dalam taufikurahman, 2017:42).

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal hal yang pokok,fokus pada hal hal yang penting dan mencari tema pada polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mencari lagi, bila diperlukan. reduksi data dapat di bantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini dengan membrikan kode pada aspek-aspek tertentu.

3.6.2 Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykannya atau mengaplikasikan data jikalau dalam penelitian kualitatif penyajian data dapet dilakukan dalam bentuk tabel grafik. *Phie chat dan pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian tersebut maka data terorganisasikan,tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif penyajian

data biasa dilakukan dalam bentuk uraian singkat bagan, hubungan antara katagori, *flowchard* dan sejenisnya.

3.6.3 Penarikan kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah penerikan kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah ubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan, pada tahap awal didukung oleh bukti bukti yang valid dan konstisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupak kesimpulan yang kredibel

