

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

A. Tim Pemenangan dan Relawan Syahri-Maryoto

1. Apa tahap awal yang dilakukan tim pemenangan untuk menyusun strategi kampanye ?
2. Apa hal mendasar yang harus diketahui tim pemenang sebelum ke tahap Segmenting, Targeting dan Positioning?
3. Bagaimana cara menentukan segmentasi masyarakat di Kabupaten Tulungagung ?
4. Seperti apa contoh program kampanye yang sesuai dengan teori segmentasi?
5. Kalau melihat kondisi masyarakat Tulungagung tim pemenangan lebih menysasar masyarakat golongan yang seperti apa?
6. Selain menggandeng tokoh masyarakat tim pemenangan bekerja sama dengan organisasi atau komunitas apa saja?
7. Apa ada yang lebih dominan dalam pengimplementasian strategi push, pull, pass political marketing?
8. Apa saja kegiatan-kegiatan push political marketing yang dilakukan tim pemenangan dan relawan ?
9. Apakah ada perbedaan strategi kampanye dari pemilu tahun 2013?
10. Apakah dalam setiap event tim pemenangan dan relawan pernah mengalami kendala ?
11. Tim pemenangan bekerjasama dengan media apa saja dalam pengimplementasian pull political marketing?

12. Dalam pengimplementasian pass political marketing tim pemenangan menggandeng tokoh siapa saja?
13. Bagaimana strategi tahap awal yang dilakukan tim pemenangan ketika Syahri terkena kasus korupsi ?
14. Apakah ada peran pass political marketing dalam menanggapi kasus tersebut ?
15. Berapa persen kah menurunnya jumlah survey yang dilakukan tim pemenangan ketika Syahri terjerat kasus tersebut ?-Wawancara dengan Bondan Djumani 12 April 2019
16. Dalam penerapan 4P (Produk, Promotion, Price, Place dalam political marketing apa jenis produk yang di sampaikan Syahri-Maryoto ?
17. Apakah ada slogan kampanye yang di buat tim pemenangan untuk mewakili penyampaian produk kepada masyarakat Tulungagung ?
18. Media apa saja yang digunakan untuk kampanye dalam pengimplemetasian promosi dalam 4P ?
19. Apakah pemasangan Baliho, flyer media luar ruang berpengaruh untuk proses promosi paslon ?
20. Bagaimana cara mengatasi penyampaian pesan politik kepada masyarakat yang tidak memiliki sosial media?
21. Apakah tim pemenangan menggunakan kampanye kreatif?
22. Berapa dana dikeluarkan pada saat proses kampanye?
23. Apakah ada hambatan pada saat proses kampanye?

24. Apa yang dilakukan tim pemenangan untuk penerapan place dalam political marketing?

B. MASYARAKAT TULUNGAGUNG

1. Apakah ada perubahan yang signifikan ketika Syahri-Maryoto menjabat sebagai Bupati selama 1 Periode?

2. Apakah bapak menerima flyer atau brosur pada saat kampanye terbuka? Dan apakah menurut bapak cara tersebut efektif ?

3. Apakah penyampaian pesan melalui media yang dilakukan Syahri-Maryoto dapat diterima oleh anda?

4. Apakah ada perubahan kampanye dari tahun 2013 untuk menarik suara masyarakat?

TRANSKIP WAWANCARA

A. Tim pemenangan dan relawan Syahri-Maryoto.

1. Wawancara dengan Bondan Djumani selaku penanggung jawab partai tim pemenangan. Pada tanggal 12 April 2019 di sekretariat partai PDIP

Daftar pertanyaan :

1) Apa tahap awal yang dilakukan tim pemenangan untuk menyusun strategi kampanye ?

“Tahap paling awal yang dilakukan tim pemenangan adalah mengumpulkan masa untuk membentuk tim sukses dari eksternal partai dengan menggandeng tokoh masyarakat seperti kepala desa, carik, pengusaha dll. Setelah itu baru membentuk pembagian divisi di setiap wilayah mulai dari desa hingga ke kota. Dari mulai tahap itu Syahri-maryoto kemudian menyampaikan visi-misi nya serta mulai membangun kepercayaan kepada tokoh masyarakat yang di anggap mampu membawa masa untuk mendukung kandidat.”

2) Apa hal mendasar yang harus diketahui tim pemenang sebelum ke tahap Segmenting, Targeting dan Positioning?

Oo, ya kita mencari tahu dulu apakah ada masalah apa sih di wilayah kecamatan A kecamatan B misal, kalo kita sudah tahu, kan nanti tinggal pas waktu proses kampanye kita paham harus menyampaikan program apa.

3) Bagaimana cara menentukan segmentasi masyarakat di Kabupaten Tulungagung ?

yaaaa kami mencari tau dulu karakteristik pendukung kandidat dulu, seperti usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, lifestyle dll. Soalnya nanti akan berpengaruh ketika ternyata anggota tim sukses eksternal atau kepala-kepala relawan tersebut adalah pemabuk, mantan

nara pidana atau di pandang buruk oleh masyarakat lain. Disamping itu, profil yang detail tentang pendukung dapat membantu dalam mengembangkan program kerja dan isu politik yang sesuai dengan karakteristik pendukung.

4) Seperti apa contoh program kampanye yang sesuai dengan teori segmentasi?

Pastinya kita ini ya mbak, tahu bagaimana cara menempatkan diri di setiap wilayahnya, tentunya kita membedakan kampanye di setiap wilayah misal di desa, atau di kota.

5) Kalau melihat kondisi masyarakat Tulungagung tim pemenangan lebih menysasar masyarakat golongan yang seperti apa?

Ohhh jadi karena paslon ingin membangun reputasi yang merakyat maka kami menysasar golongan bawah agar tidak ada kesenjangan masyarakat yang kurang mampu dengan golongan menengah keatas.

6) Selain menggandeng tokoh masyarakat tim pemenangan bekerja sama dengan organisasi atau komunitas apa saja?

Pasangan Syahri-Maryoto menysasar anak muda komunitas motor trail, nom-noman (pemuda) music, seni budaya semuanya kami fasilitasi mulai dari jaranan, ludruk, tayub, itu semua komunitas-komunitas di pegang, pada saat menentukan target pasar tim pemenangan juga melihat bahwa Tulungagung merupakan masyarakat yang mayoritas muslim sehingga banyak menysasar pengajian sebagai sarana kampanye, hal itu juga penting karena dengan ikutnya segmen masyarakat tersebut dapat memperbesar angka dalam perolehan suara. Dengan melalukan pola targeting di atas, kandidat dapat merasa akan memperoleh reputasi yang kuat dan menjadi channel untuk semua produk baru yang

dibutuhkan dan dipergunakan oleh kelompok tersebut. Sehingga berdampak pada perolehan suara pada saat pemilu berlangsung.

7) Apa ada yang lebih dominan dalam pengimplementasian strategi push, pull, pass political marketing?

Saya rasa kalau yang dilakukan tim pemenangan itu ya tetap dominan kepada terjun langsung dan menyapa masyarakat mbak.

8) Apa saja kegiatan-kegiatan push political marketing yang dilakukan tim pemenangan dan relawan ?

Ohh banyak mbak misalnya seperti pengajian, mancing bersama dan ngopi bersama juga rutin dilaksanakan. Namun event banyak dibuat tim eksternal partai seperti kunjungan ke pasar, berdialog dengan petani, nelayan. Kami dari struktur internal partai dan Pak Syahri-Maryoto diundang untuk hadir dalam kegiatan tersebut.

9) Apakah ada perbedaan strategi kampanye dari pemilu tahun 2013?

Hampir mirip sih, kami lebih mempertahankan citra paslon yang dianggap merakyat. Menurut kami yang jelas mengerti luar dalamnya Pak Syahri-Maryoto darimanapun partai pengusungnya Pak Syahri-Maryoto tetap menang karena memiliki figure yang menjual dan merakyat. Jadi kami lebih fokus kepada pendekatan push political marketing. Sedangkan menggandeng media itu kami tetap bekerjasama tapi biasaa ajaaa, gak terlalu diupayakan gitu. Bahkan media itu sendiri kadang-kadang dateng sendiri buat ngeliput. Sama seperti mendatangkan tokoh yang masuk pada pass political marketing itu para tokoh juga mendatangkan namun tetap saja tokoh-tokoh tersebut datang karena kepentingan sendiri untuk kampanye karena adanya pileg ditahun 2019

10) Apakah dalam setiap event tim pemenangan dan relawan pernah mengalami kendala ?

Ya kalau kendala yang berat gitu engga ya mbak, paling ya cuman event nya yang molor karena kandidatnya terlambat, gitu.

11) Tim pemenangan bekerjasama dengan media apa saja dalam pengimplementasian pull political marketing?

Kami melakukan kerjasama dengan berbagai media cetak, TV namun kalo radio tidak digunakan karena kurang maksimal yang sangat sering kami gunakan untuk kampanye justru media online atau media sosial

12) Dalam pengimplementasian pass political marketing tim pemenangan menggandeng tokoh siapa saja?

kalau tokoh politik kami menggandeng Arteria Dahlan yang menjabat sebagai anggota DPR RI dan Puti Guntur Soekarno yang pada saat itu mencalonkan juga menjadi gubernur dan wakil gubernur JATIM. Namun tokoh tersebut memang ada yang datang karena beberapa kali diundang, dan ada juga mereka yang datang karena kepentingannya sendiri untuk mengambil suara rakyat Tulungagung dalam mengkampanyekan dirinya sendiri.

13) Bagaimana strategi tahap awal yang dilakukan tim pemenangan ketika Syahri terkena kasus korupsi ?

Untuk tahap awal tim pemenangan mengumpulkan semua anggota partai di KCP PDIP Tulungagung. Dan mengajak tim untuk menyampaikan kepada masyarakat bahwa Syahri hanyalah sebagai korban politik. Meskipun sebenarnya tim pemenangan mengetahui bahwa apa yang disampaikan oleh tokoh-tokoh politik hanya sebuah strategi baru untuk

mempertahankan citra. KPK tidak akan mungkin salah tangkap karena hal itu sudah pasti dipantau KPK dari lama.

14) Apakah ada peran pass political marketing dalam menanggapi kasus tersebut ?

Ya jelas ada mbak, kalau momen ini memang kami menggandeng pak teri untuk menjadi speakernya.

15) Berapa persen kah menurunnya jumlah survey yang dilakukan tim pemenangan ketika Syahri terjerat kasus tersebut ?-

Survey yang dilakukan tim pemenangan pada saat itu menunjukkan bahwa pasangan Syahri-Maryoto awalnya unggul 65% jadi turun hingga 45.

16) Dalam penerapan 4P (Produk, Promotion, Price, Place dalam political marketing apa jenis produk yang di sampaikan Syahri-Maryoto ?

Ya, yang di butuhkan oleh masyarakat Tulungagung sih mbak, kayak pendidikan murah, seragam gratis, saya sedikit lupa intinya seperti meneruskan program-program yang sudah ada, ya di perbaiki lagi di tahun ini.

17) Apakah ada slogan kampanye yang di buat tim pemenangan untuk mewakili penyampaian produk kepada masyarakat Tulungagung ? Panggah sahto, dan ayem tentrem mulyo lan tinoto.

18) Media apa saja yang digunakan untuk kampanye dalam pengimplemetasian promosi dalam 4P ?

Ada madu tv, jawa pos, ya media lokal sih mbak, coba nanti tanyakan mbak susi saja.

19) Apakah pemasangan Baliho, flyer media luar ruang berpengaruh untuk proses promosi paslon ?

yaaa, menurut kami sih berpengaruh, karena ya agar terlihat euphoria pilkada dari paslon, bukan paslon yang mimpem-mlempem saja gitu.

20) Bagaimana cara mengatasi penyampaian pesan politik kepada masyarakat yang tidak memiliki sosial media?

Dengan brosur, flyer, baliho itu cukup membantu kok

21) Apakah tim pemenangan menggunakan kampanye kreatif?

Penggunaan kampanye kreatif belum maksimal kemarin mengerjakannya mbak, jadi kami menggunakan lagu saja sih untuk kampanye, jaran goyang itu nanti ada saya kasih tahu.

22) Berapa dana dikeluarkan pada saat proses kampanye?

Untuk total keseluruhan termasuk kegiatan-kegiatan eksternal yang dibuat oleh relawan juga total sekitar 4.6 Milyar Rupiah. Biaya tersebut digunakan dengan meminimalisir pengeluaran agar cukup hingga pasca kampanye berakhir.

23) Apakah ada hambatan pada keseluruhan proses kampanye?

Pada waktu kampanye kami menemui sebuah kendala yaitu pada saat sebelum waktu pelaksanaan uang pak Maryoto itu di gabung dengan Pak Syahri Mulyo di jadikan satu, dimana disimpannya kami tidak tahu, bahkan istrinya saja tidak tahu, jadi pada waktu tertangkap KPK uang itu tidak bisa cair keluar. Sehingga tim sukses bingung bagaimana cara mengatasi untuk menutupi uang kampanye. Akhirnya kami rapat dengan kepala desa-desa di Tulungagung yang sudah masuk dalam struktur, untuk menyumbang atau istilahnya

kami meminjam dulu sekitar 20juta per kepala desa dan waktu itu ada sebanyak 157 dengan jumlah total 271 kepala desa yang kami gandeng.

24) Apa yang dilakukan tim pemenangan untuk penerapan place dalam political marketing?

Kami lebih menggunakan pendekatan berdasarkan survey segmentasi, dan menysar semua kalangan. Seperti ibu-ibu, bapak-bapak, anak muda, komunitas dan organisasi yang ada di Tulungagung. Karena hal itu merupakan upaya yang berkaitan erat dengan cara hadir tokoh kandidat dalam berkomunikasi menyampaikan gagasannya untuk menyentuh hati masyarakat Tulungagung.

2. Wawancara dengan Susilowati sebagai sekertaris partai. Pada tanggal 29 April 2019 di posko pemenangan pileg dan pilpres PDIP

1) Apa tahap awal yang dilakukan tim pemenangan untuk menyusun strategi kampanye ?

Kalau paling awal ya survey dulu sih mbak, survey ke masyarakat dan lokasinya

2) Apa hal mendasar yang harus diketahui tim pemenang sebelum ke tahap Segmenting, Targeting dan Positioning?

Ohhh...yaaa mencari akar permasalahan nya dulu mbak, jadi kami lebih menjadikan masyarakat itu sebagai subyek bukan obyek karena peran masyarakat di sini adalah sebagai pemilih dan tokoh utama dalam kesuksesan pemilu, selanjutnya menentukan segmenting, targeting dan positioning. Nah akar akar permasalahannya itu masyarakat ingin pendidikan gratis, perbaikan infrastruktur, pertolongan kesehatan bagi masyarakat menengah kebawah. Pada dasarnya political marketing yang dilakukan oleh tim pemenangan

bertujuan untuk menjaga hubungan dengan pemilih sehingga dari situ akan terbangun kepercayaan yang selanjutnya akan diperoleh dukungan suara dari mereka.

3) Bagaimana cara menentukan segmentasi masyarakat di Kabupaten Tulungagung ?

Pertama mencari tahu dulu karakteristik relawan mbak karena ya relawan itu di usahakan yang mempunyai moral baik, artinya dapat di jadikan contoh para calon pendukung gitu.

4) Seperti apa contoh program kampanye yang sesuai dengan teori segmentasi?

Yaaa Contohnya itu misal nih mbak ketika relawan di pelosok desa seperti Kecamatan Besuki menyampaikan situasi disana kita jadi tau kalo Kecamatan Besuki itu lebih dominan anak muda, jadi nanti waktu kampanye tiba tim pemenangan mengajak kandidat untuk terjun langsung dengan hiburan dangdut bukan wayang. Nah nanti ketika kampanye dikota konsep nya juga akan dibedakan lagi.

5) Kalau melihat kondisi masyarakat Tulungagung tim pemenangan lebih menyoar masyarakat golongan yang seperti apa?

Lebih menyoar ke golongan menengah dan menengah ke bawah.

6) Selain menggandeng tokoh masyarakat tim pemenangan bekerja sama dengan organisasi atau komunitas apa saja?

Komunitas seni music, motor trail, anak muda pecinta kopi, merata sih mbak ,mulai dari anak muda hingga organisasi dewasa kami sasar.

7) Apa ada yang lebih dominan dalam pengimplementasian strategi push, pull, pass political marketing?

Tim pemenangan lebih dominan menggunakan strategi push political marketing dengan alasan bahwa menurut tim pemenangan berkomunikasi dengan calon pemilih yang terjun ke masyarakat secara langsung akan lebih efektif daripada menggunakan kekuatan media.

8) Apa saja kegiatan-kegiatan push political marketing yang dilakukan tim pemenangan dan relawan ?

Posisi Syahri-Maryoto yang incumbent juga sangat menguntungkan karena masyarakat sudah mengetahui figure calon, jadi masyarakat merasa bangga kalau kandidat mengunjungi dan terjun langsung kepada masyarakat.

9) Apakah ada perbedaan strategi kampanye dari pemilu tahun 2013?

Ya mirip sih mbak, kami lebih mempertahankan citra paslon yang di anggap merakyat dan dekat dengan wong cilik.

10) Apakah dalam setiap event tim pemenangan dan relawan pernah mengalami kendala ?

Hmmm tidak sih mbak mungkin Cuma adanya ketidakcocokan waktu karena event yang bertabrakan jadwalnya, jadi kami menyiasati dengan membagi tugas antara Pak Syahri dan Pak Maryoto. Nanti Pak Syahri datang ke event dikecamatan Bandung, sedangkan Pak Maryoto nya di Nganut.

11) Tim pemenangan bekerjasama dengan media apa saja dalam pengimplementasian pull political marketing?

ohhh iya kami juga mengajak tim relawan dan pendukung untuk kampanye di media sosial masing-masing. Memasang insta story, upload di Instagram, Status Whatsapp dan juga Facebook, ya sejenis itu deh. Kalo media cetak yang dari dulu bekerjasama dengan kami

adalah Radar Tulungagung, Madu TV, JTV online dan Tulungagung times, beberapa media itu sudah sangat membantu kami dalam menjalankan strategi pull political marketing karena media-media diatas yang sering diakses oleh masyarakat tulungagung. Tapi tetep aja banyak media lain yang meliput kegiatan kami dengan tujuan kepentingan si media itu sendiri bukan karena sudah bekerjasama.

12) Dalam pengimplementasian pass political marketing tim pemenangan menggandeng tokoh siapa saja?

Kalo tokoh local ya menggandeng tokoh masyarakat disetiap wilayah di seluruh Kabupaten Tulungagung, bisa tokoh politik, tokoh masyarakat, pengusaha, kades, karena masing-masing punya masa atau konsituen yang bisa di arahkan. Kalau organisasinya kami menggandeng komunitas anak muda seni budaya atau kelompok organisasi yang telah ditetapkan pada saat targetting diawal

13) Bagaimana strategi tahap awal yang dilakukan tim pemenangan ketika Syahri terkena kasus korupsi ?

Meyakinkan masyarakat untuk percaya bahwa Syahri mulyo hanyalah korban politik dan tidak tercoret dari daftar pilkada sehingga masih bisa untuk tetap dipilih, itu sih yang paling awal.

14) Apakah ada peran pass political marketing dalam menanggapi kasus tersebut ?

Ada, karena kami butuh seseorang yang mampu menjadi speaker untuk meyakinkan masyarakat, tokoh politik yang di percaya gitu.

15) Berapa persen kah menurunnya jumlah survey yang dilakukan tim pemenangan ketika Syahri terjat kasus tersebut ?

Waduh, kemarin saya lupa mbak coba nanti saya tanyakan ke rekan lain.

16) Dalam penerapan 4P (Produk, Promotion, Price, Place dalam political marketing apa jenis produk yang di sampaikan Syahri-Maryoto ?

Ya yang jelas produk yang kami sampaikan tidak jauh berbeda pada saat pilkada tahun 2013, seperti pendidikan murah, di wujudkan sragram gratis, kesehatan keringanan biaya berobat di rumah sakit bahkan berobat gratis bagi yang tidak mampu, termasuk juga membangun infrastruktur yang akan kami maksimalkan. Selain itu, kami juga menyampaikan prestasi-prestasi yang di peroleh Syahri-Maryoto ketika menjabat sebagai Bupati dan Wakil Bupati tahun 2013-2018 untuk pengimplementasian produk dalam 4P bahwa kandidat adalah pasangan yang kerja nyata.

17) Apakah ada slogan kampanye yang di buat tim pemenangan untuk mewakili penyampaian produk kepada masyarakat Tulungagung ?

Yaaa, untuk slogan atau jargon ya pasti ada yaaa, kami menggunakan slogan “Ayem tentrem mulyon lan tinoto” itu yang sudah kami pakai sejak tahun 2013. Adalagi ketika saat kampanye kami menyebutkan “Panggah Sahto” yang artinya tetap sahto, Syahri-Maryoto. Istilah-istilah itu selalu ada di setiap kampanye dan baliho tujuannya agar tertanam di dalam pikiran masyarakat.

18) Media apa saja yang digunakan untuk kampanye dalam pengimplemetasian promosi dalam 4P ?

Tim pemenangan bekerjasama dengan Madu tv, Radar Tulungagung, Jtv online dan Tulungagung times. Tim pemenangan aktif berkampanye dengan menggunakan facebook, instagram, dan media sosial lainnya. Untuk kampanye luar ruang, kami menggunakan baliho, banner, flyer yang menurut kami juga sangat berpengaruh dan tidak lupa diselipkan pesan-pesan berupa jargon agar mudah di hafal sehingga tertanam di benak masyarakat ketika membaca

19) Apakah pemasangan Baliho, flyer media luar ruang berpengaruh untuk proses promosi paslon ?

Berpengaruh mbak.

20) Bagaimana cara mengatasi penyampaian pesan politik kepada masyarakat yang tidak memiliki sosial media?

Kami menggunakan media luar ruang seperti menyebarkan flyer, brosur dengan mendesain brosur tersebut dengan kalimat bahwa Syahri hanyalah korban politik dengan tujuan masyarakat menengah kebawah yang tidak menggunakan media sosial dapat mengetahui informasi tersebut.

21) Apakah tim pemenangan menggunakan kampanye kreatif?

Iya pasti pake donggg, kami menggunakan lagu untuk kampanye kreatif yaitu lagu jaran goyang yang pada masa itu di populerkan penyanyi-penyanyi dangdut di Indonesia. Team pemenangan mengubah lirik jaran goyang menjadi menarik dengan tujuan mengajak masyarakat untuk datang ke TPS dan memilih Syahri-Maryoto pada tanggal 27 Juni 2018.

22) Berapa dana dikeluarkan pada saat proses kampanye?

Saya kurang paham mengenai dana mbak, coba nanti saya tanyakan ke penanggung jawab ya.

23) Apakah ada hambatan pada keseluruhan proses kampanye?

Kendala keseluruhan mungkin yang berat di dana ya mbak, selebihnya ya ketika pak Syahri terjat kasus tersebut.

24) Apa yang dilakukan tim pemenangan untuk penerapan place dalam political marketing?

Menyasar semua kalangan sih mbak namun lebi berfokus pada masyarakat yang menengah ke bawah tadi.

3. Wawancara dengan Drs. H. Lustoro MM sebagai relawan eksternal partai pada tanggal 30 April 2019 di kediamannya Desa Kedungwilut.

1) Mengapa bapak tertarik untuk bergabung dalam PROSAHTO?

Ya karena saya dulu yang pas pilkada tahun 2013 juga bergabung, sedangkan pak Maryoto sendiri adalah kerabat saya sejak kecil, ya artinya saya pasti membantu mbak untuk pilkada di tahun 2018 kemarin.

2) Bagaimana bentuk-bentuk kontribusi yang anda lakukan dalam melaksanakan program kampanye pasangan SAHTO ?

Saya menyiapkan kegiatan-kegiatan dan menghimbau kepada relawan yang lain, terutama kegiatan di kecamatan Bandung, Besuki, Campu, itu yang mengkoordinasi termasuk saya, sehingga nanti ketika ada kegiatan kami tinggal mengajak pak Syahri-Maryoto untuk menghadiri.

3) Sebagai relawan, apakah bapak juga ikut dalam kegiatan mengumpulkan data yang berupa persepsi pemilih, mengukur pengaruh pesan dan mencatat perubahan dalam sikap dan perilaku pemilih di wilayah anda ?

Iya mbak, jadi gunanya tim pemenangan eksternal atau relawan itu ya itu salah satunya mbak, nanti setelah kami melakukan survey di setiap wilayah masing-masing kami baru mengumpulkannya ke tim eksternal, ya istilahnya laporan ya , tiap progress yang dilakukan relawan.

4) Bagaimana cara menentukan segmentasi masyarakat di Kabupaten Tulungagung ?

Dalam proses pemahaman tentang segmentasi, tim pemenangan dan relawan juga harus bergerak untuk mengetahui massa mana yang terlihat belum menentukan pilihannya seperti pelajar SMA, lansia, atau masyarakat yang kurang paham dan peduli mengenai politik. Tujuannya yaaaa agar suara mereka tidak di ambil oleh lawan atau nanti takutnya mereka malah golput. Maka dari itu kita melakukan survey segmentasi dulu yang nantinya akan memudahkan dan menyusun program kerja mbak.

5) Kalau melihat kondisi masyarakat Tulungagung tim pemenangan dan relawan lebih menasar masyarakat golongan yang seperti apa?

Lebih menasar masyarakat menengah kebawah, untungnya lagi tuh paslon 02 merupakan masyarakat asli Tulungagung yang sejak kecil hingga kerja juga di Tulungagung. Berbeda dengan paslon 01 yang menurut survey kami lebih menasar ke golongan ASN dan orang-orang berpendidikan tinggi. Selain itu Cagub nomor urut 01 juga lama tinggal di ibu kota daripada di Tulungagung dan itu merupakan kesempatan besar bagi kami sih.

6) Apakah bapak dulu juga melakukan survey jumlah calon suara ketika ada kasus tersebut? Apakah menurun ?

Iya mbak, wah itu tim relawan semua yang bergerak , pastinya menurun, cuman saya lupa berapa persennya.

7) Bagaimana tanggapan relawan ketika mendengar kasus tersebut ?

Ya kami langsung membuat berita bahwa Syahri adalah korban politik, pada saat itu tim kreatif langsung diperintah untuk membuat desain pembuatan flyer dan langsung memanfaatkan sosial media untuk bergerak meyakinkan para calon pemilih.

B. Masyarakat Tulungagung

1. Desi Lusiana 40 tahun

1) Apakah ada perubahan yang signifikan ketika Syahri-Maryoto menjabat sebagai Bupati selama 1 Periode?

Ya jelas pasti ada dong perubahannya, terutama di bidang Infrastruktur dan kami melihat program kampanye pada tahun 2013 memang benar direalisasikan.

2) Apakah ibu menerima flyer atau brosur pada saat kampanye terbuka? Dan apakah menurut ibu cara tersebut efektif ?

Wah saya tidak menerima mbak, kalau menurut saya ya kurang efektif, karena zaman sudah modern jadi menurut saya sendiri kalau saya mendapatkan brosur itu jarang saya baca, paling cuman saya terima dan habis itu buang gatau kemana.

3) Apakah penyampaian pesan melalui media yang dilakukan Syahri-Maryoto dapat diterima oleh ibu?

Yaaaa bisa diterima karena sekarang semua menggunakan media sosial untuk mengakses informasi dan saya lihat tim pemenangan ini aktif dalam promosi nya di media sosial ini.

4) Apakah ada perubahan kampanye dari tahun 2013 untuk menarik suara masyarakat?

Menurut saya lebih keren yang sekarang sih dan lebih seru juga yang sekarang soalnya lawannya itu adalah Rival dan untuk program-programnya seperti melanjutkan dari periode sebelumnya. Mungkin hanya tinggal di perbaiki saja ya mbak he he he he he.

5) Ketika Syahri terjerat kasus korupsi, bagaimana tanggapan ibu ?

Ya saya kaget mbak, kaget betul, soalnya kayak tidak menyangka saja bahwa pak Syahri melakukan itu, tapi memang apapun yang terjadi saya tetap mendukung beliau karena sudah ada kedekatan ikatan batin gitu, dan memang tidak ada yang lain yang lebih baik yang harus di pilih.

6) Apakah pada saat di datangkan tokoh politik waktu kampanye bapak percaya dengan yang sedang di pidatokan ?

Saya waktu itu melihat di youtube ya, ya bagus sih orasi nya pak Teri, saya percaya saja bahwa pak Syahri adalah korban politik.

7) Mengapa anda memutuskan untuk memilih pasangan SAHTO ?

Karena saya suka dengan pasangannya, merakyat, sering menghargai acara, jadi walaupun ada acara kecil gitu ya mereka tetap datang, memprioritaskanlah, beliau berwibawa juga.

2. Wawancara dengan sigit 50 tahun

1) Apakah ada perubahan yang signifikan ketika Syahri-Maryoto menjabat sebagai Bupati selama 1 Periode?

Jelas ada mbak, saya sebagai wong cilik sangat terbantu, anak saya dapat seragam gratis, ya menurut saya memang benar di laksanakan gitu programnya, terutama jalan-jalan di desa-desa mbak JLS sana jadi bagus, dan pariwisatanya jadi terawatt di perbaiki semua, seneng pokoknya.

2) Apakah bapak menerima flyer atau brosur pada saat kampanye terbuka? Dan apakah menurut ibu cara tersebut efektif ?

Iya saya menerima mbak, ya menurut saya efektif mbak soalnya saya termasuk warga yang tidak menggunakan sosial media, jadi saya bisa tahu kalau ada berita.

3) . Apakah penyampaian pesan melalui media yang dilakukan Syahri-Maryoto dapat diterima oleh bapak?

Saya tidak terlalu mengikuti media sosial gitu mbak, hanya saja kalau koran saya masih sering baca, ya saya dapat kabar dari orang-orang di pasar kalau misal ada kegiatan-kegiatan kampanye gitu.

4) . Apakah ada perubahan kampanye dari tahun 2013 untuk menarik suara masyarakat?

Saya kurang ingat kalau kampanye yang tahun 2013, tapi sepertinya lebih seru yang tahun 2018 soalnya lawannya cuman dua kalau dulu kan banyak.

5) Ketika Syahri terjerat kasus korupsi, bagaimana tanggapan bapak ?

Ya saya kaget mbak, tapi saya tidak akan pindah pilihan sih tetep ndukung mbahto.

6) Apakah pada saat di datangkan tokoh polik waktu kampanye bapak percaya dengan yang sedang di pidatokan ?

Ya percaya mbak, saya percaya juga bahwa pak Syahri hanyalah korban politik kok.

7) Mengapa bapak memutuskan untuk memilih SAHTO ?

Ya kenapa saya harus memilih yang lain mbak hehehe, pak Syahri dan mbah To itu merakyat mbak, dekat dengan wong cilik, ya saya dan teman-teman saya lebih melihat bukti dari apa yang dikerjakan selama 5 tahun terakhir sih mbak.

Dokumentasi Penelitian:



Wawancara dengan Susilowati Sekertari partai PDIP di posko pemenangan pileg dan pilpres pada tanggal 29 April 2019.



Wawancara dengan Bondan Djumani penanggung jawab tim pemenang Syahri-Maryoto di sekretariat partai PDIP Kabupaten Tulungagung Pada tanggal 12 April 2019



Pengambilan data di Sekretariat PDIP Kab. Tulungagung pada tanggal 12 April 2019.

