

**PERAN KONSULTAN POLITIK DALAM KONTESTASI  
PEMILU**

**(Studi Kasus Lembaga Pusdek Pada Pilkada Kota Pasuruan tahun 2015)**

**SKRIPSI:**

Disusun untuk Memenuhi Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu (S-1) dalam Prodi Filsafat Politik Islam



Oleh:

**Nabilatul 'Afiah**

**NIM: E04213076**

**JURUSAN FILSAFAT POLITIK ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

**SURABAYA**

**2018**

















pemilih, menganalisa isu-isu sosial yang ada di sekitar masyarakat, sehingga dapat menyesuaikan dengan target atau harapan masyarakat.

Dari beberapa keterangan yang pernah tersiar bahwa keberadaan konsultan politik sangat membantu atau memudahkan kandidat ataupun tim suksesnya, karena dengan keberadaan tersebut mereka dapat bertindak dengan cepat apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan dukungan. Tidak jarang keberadaan konsultan politik diakui sebagai kekuatan tersembunyi yang dimiliki oleh seorang kandidat. Melihat ketajaman penglihatan seorang konsultan politik terhadap segmentasi pasar atau lingkungan sekitar sasaran kandidat, maka membuat saya terdorong untuk melihat kekuatan kandidat yang menggunakan konsultan politik.

Konsultan politik hadir sebagai manajemen politik, dalam proses kampanye inti dari semua ide yang kemudian menggerakkan tim dan seluruh elemen pendukung secara sistematis memahami langkah baru untuk mempengaruhi pasar. Yang kedua konsultan politik juga hadir untuk berkomunikasi dengan masyarakat terkait kekurangan dan harapan masyarakat yang sudah ada di masa yang sebelumnya. Konsultan politik sedikit banyak sama dengan peneliti politik, hanya saja penglihatannya lebih tajam terhadap masyarakat dan media yang kemudian mendukung risetnya untuk kandidat tersebut.

Konsultan politik atau yang lebih dikenal sebagai konsultan kampanye politik, dalam penjelasan di atas dapat dikatakan maksud dari konsultan politik itu sendiri sama dengan keberadaan seorang arsitek atau kontraktor, karena berasal dari keduanya, muncul ide atau gagasan, karena kesamaan fokus kepentingannya,

dalam menyusun strategi, serta mengawasi kinerja karyawannya agar sesuai dengan planning yang dibuatnya.

Dalam kenyataannya, kondisi pasar atau masyarakat bagi seorang kandidat pemilu merupakan sesuatu yang samar untuk di pastikan jumlahnya, sedangkan bagi seorang kandidat mengetahui dan memahami kondisi wilayah pemilihannya merupakan kunci utama dalam memperoleh dukungan masyarakat. Maka dari itu lembaga konsultan politik kini disadari sebagai jembatan untuk membangun hubungan dengan masyarakat sekitar wilayah pemilihan, konsultan politik bertugas mengenalkan dan membentuk gambaran seorang kandidat yang kemudian sesuai dengan harapan publik. Dari sini maka seorang kandidat dapat mulai diterima dalam wilayah tersebut, menyusun strategi marketing yang berkaitan dengan opini publik terhadap kandidat yang berasal dari iklan politik atau harapan yang disesuaikan dengan aspirasi masyarakat, isu-isu politik di wilayah tertentu yang dijadikan sebagai salah satu usaha mengunggulkan kandidat di mata masyarakat.

Lambat laun keberadaan konsultan politik tersebut berbanding lurus dengan banyaknya jumlah kandidat yang ikut serta dalam pemilihan umum. Para ahli politik banyak yang membaca peluang ini dan pada akhirnya tertarik untuk berkecimpung di dalamnya. Jika dilihat berdasarkan potensi pasarnya, menjadi konsultan politik itu cukup menjanjikan. Setiap 5 tahun sekali terdapat 536 Pilkada akan dilaksanakan di Indonesia, terdiri dari 34 Pilkada provinsi serta kurang lebih 410 Pilkada kabupaten dan 98 Pilkada kota. Belum lagi ratusan ribu calon anggota legislatif yang berebut kursi DPR/DPRD.

Pilwali Kota Pasuruan yang diikuti oleh 3 pasangan calon walikota dan wakil walikota yakni pasangan, Setiyono-Raharto Teno Prasetyo, Hasani-Moch. Yasin, dan pasangan independen Yus Samsul Hadi Subakir-Agus Wibowo. Dimenangkan oleh pasangan SeHat (Setiyono-Raharto Teno Prasetyo) mengalahkan kandidat walikota incumbent yaitu Hasani, pasangan SeHat menggunakan Pusdek sebagai lembaga untuk menyusun strategi pemenangannya. Diketahui kedua kandidat yang menjadi lawan dari pasangan SeHat tidak menggunakan konsultan politik dalam timnya, namun hasil yang diperoleh oleh Walikota incumbent tersebut sangat tinggi, hal ini diyakini karena popularitasnya di kalangan masyarakat.

Keberhasilan kemenangan pasangan SeHat diisukan sebagai bentuk respon masyarakat Kota Pasuruan yang sudah bosan dengan keberadaan politik dinasti dari walikota incumbent yaitu Hasani, dimana Hasani sudah menjabat 5 tahun sebagai walikota Pasuruan serta anaknya terpilih sebagai Ketua DPRD Kota Pasuruan menggantikan kedudukannya. Perolehan setelah real count menyebutkan pasangan SeHat berhasil meraih suara 55,79%, tidak terput jauh dengan hasil yang diperoleh pasangan Hasani yaitu 42,74%, sedangkan pasangan independen hanya memperoleh 1,53% suara saja.

Begitu juga di kota Pasuruan, kesadaran kandidat terhadap adanya konsultan politik mulai dirasakan, hal ini ditunjukkan pada PILWALI 2015 kemenangan yang berhasil diperoleh Walikota yang saat ini menjabat, jauh dari kriteria yang melekat dengan kota Pasuruan yang termasuk kategori kota santri dengan nilai agama yang kental, sehingga dari pemimpin-pemimpin sebelumnya

































kampanye politik, dalam tugasnya konsultan politik harus benar-benar memahami kemampuan kandidat dan menggunakannya sebagai peluang yang baik untuk membentuk image kandidat.

Hampir sama dengan Amerika, di Indonesia juga mengalami perubahan yang terjadi dalam konteks kampanye pemilu dari permainan politik. seiring dengan berjalannya waktu maka kampanye pemilu yang dulunya hanya dilakukan secara monoton yakni dengan melakukan kampanye di dalam ruangan (dilakukan oleh segelintir orang yang memiliki jabatan), kini mulai berubah ke arah kampanye yang lebih dinamis. Hal ini ditandai pasca reformasi tahun 1998, yang menyerukan bahwa segala bentuk informasi harus melibatkan rakyat. Masyarakat sangat memiliki peran besar dalam menentukan siapa yang berhak mewakili hak mereka di pemerintahan.

Manajemen kampanye merupakan bagian dari manajemen politik yang meliputi sejumlah kegiatan dalam politik profesional, di dalamnya mencakup lobbying, mengatur iklan kampanye, riset di wilayah, komunikasi dengan pemilih, menyusun planning kerja tim, dan penggalangan dana. Rangkaian aktivitas dalam manajemen kampanye ditentukan oleh sistem perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kampanye, dengan adanya unsur manajerial dalam proses kampanye, diharapkan peluang keberhasilan mencapai tujuan kampanye menjadi lebih besar.

Manajemen kampanye politik merupakan salah satu bentuk proses komunikasi politik, karakteristik hubungan yang dibangun dalam penyampaian kampanye oleh kandidat merupakan rangkaian proses komunikasi politik, berupa:









konsep *brand*. Standard karakteristik sebuah produk merupakan nilai plus bagi konsumen, begitu juga dalam marketing politik, *packaging* profil kandidat dan *image* kandidat menjadi pertimbangan di mata masyarakat. Ciri marketing ada dua macam:

- Internal oriented: orientasi internal perusahaan, pergeseran perspektif yang semula kebanyakan hanya pada produk dan aktivitas marketing, mengalami perubahan.
- Market oriented: orientasi pasar yang kemudian memperluas jangkauan perusahaan dalam mengemas produk, bukan hanya dari sisi produk yang bagaimana dan marketing yang sistematis oleh perusahaan, akan tetapi pemahaman terhadap konsumen dan pesaing. Maka dari itu dari kebanyakan produk oleh perusahaan banyak bersaing dalam memahami kondisi dan kemauan masyarakat.

Jika dalam politik, 2 hal diatas adalah menjelaskan, nomor satu yang terjadi pada politik di Indonesia, mengingat sebelum banyaknya konflik partai yang terjadi di beberapa partai Indonesia, hampir seluruh masyarakat di Indonesia antusias dengan melihat partai sebagai background pilihan politiknya. Kedua, gambaran pemilu saat ini yang seringkali terjadi pada pemilihan-pemilihan apapun itu, masyarakat mulai menilai pribadi dari masing-masing kandidat juga mempertimbangkan program kerja yang menjadi tujuannya.











pemilih dengan cara memahami karakter serta kebutuhan sesuai dengan pengelompokan yang sesuai. Terdapat lima pola *targeting* yang dikemukakan oleh Kotler:

- 1) *Single Segment Concentration*, disini kandidat harus menentukan satu saja kelompok atau wilayah yang menjadi titik tumpu sebagai pemilih. Hal ini akan memaksimalkan kandidat ataupun tim sukses dalam menyusun program yang sesuai dengan target.
- 2) *Selective Specialization*: disini kandidat perlu untuk menyeleksi dan menentukan beberapa kelompok yang dianggapnya memiliki kemampuan dalam mencetak dukungan. Dalam kelompok ini cenderung memiliki jumlah anggota yang tidak lebih banyak dari kelompok yang pertama yang menjadi pusat perolehan suara kandidat.
- 3) *Product Specialization*: yakni partai atau kandidat berkonsentrasi membuat produk yang spesifik, yang di dalamnya dapat menjelaskan bagaimana kandidat tersebut,
- 4) *Market Specialization*: partai atau kandidat harus mampu memberikan pelayanan dan kebutuhan kelompok tertentu, kelompok tersebut adalah kelompok yang memiliki reputasi serta kelompok serta banyak memberikan dukungan terhadap suatu partai atau seorang kandidat.











diterapkan dalam proses mobilisasi pemilih. Kini konsultan politik bertambah kuat pengaruh yang diberikan pada saat pemilu, disebabkan melemahnya pengaruh partai di masyarakat. Maka dari itu menurut Pusdek bahwa dalam pemilu akhir-akhir ini masyarakat Indonesia pada umumnya tidak mengetahui apa dan bagaimana pengaruh yang ditimbulkan, karena konsultan politik menilai masyarakat dengan bagaimana, apa, dan seperti apa harapan yang diharapkan di setiap pemilu dengan cara berbaur dengan masyarakat itu sendiri.

Langkah yang dilakukan Pusdek dalam melakukan program kerja dikatakan bahwa dilihat dari segi wilayah yang menjadi sasaran, bahwa ketertarikan setiap masyarakat itu berbeda-beda. Jika di kota-kota besar atau kota dengan presentasi pengguna gadget seberapa besar mengingat saat ini merupakan era digital orang kebanyakan mengandalkan gadget untuk mencari informasi, sedangkan jika wilayah yang jarang mengandalkan gadget sebagai sarana informasi, maka hal itu menjadikan Pusdek untuk terjun langsung pada masyarakat.

Beralamat di Jl. Karah 1 no.42, Pusdek bertujuan untuk membantu memberikan pemahaman kepada pembuat kebijakan dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kebijakan seputar isu-isu nasional. Untuk mencapai tujuan ini, Pusdek bekerjasama dengan lembaga-lembaga, pembuat kebijakan, dan peneliti-peneliti untuk mendesain, merencanakan, serta melaksanakan pengumpulan data yang berkualitas tinggi. Dengan hal itu Pusdek berharap bisa membantu memperbaiki desain kebijakan















Mengingat dominasi masyarakat yang beragama Islam serta banyak dikenalnya beberapa pondok pesantren dan beberapa Kyai di Kota Pasuruan membuat kota ini memiliki julukan sebagai kota santri. Sebutan tersebut tak hanya menjadi pengakuan untuk Kota Pasuruan, akan tetapi dibuktikan dari pengaruh terhadap sosial, seni dan budayanya yang banyak diwarnai dengan nuansa Islami, seperti halnya dalam kehidupan sehari-hari banyak dijumpai bahwa masyarakat Kota Pasuruan, ketika jam kerja selesai, bagi orang laki-laki identik dengan busana yang khas yakni sarung. Sarung menjadi ciri khas bagi masyarakat Kota Pasuruan, apalagi pada waktu senja.

Ciri khas lainnya terlihat saat malam jum'at, hampir seluruh masjid dan musholla yang ada menjalankan kegiatan rutin yakni tahlil. Hal lain yang berkaitan dengan Pasuruan sebagai Kota santri pada pagi hari mayoritas musholla melantunkan bacaan burdah sebagai pembuka untuk menjalani hari. Dalam sejarahnya, Kota Pasuruan memiliki penduduk asli yang berasal dari suku Jawa dan Madura, sedangkan dua lainnya merupakan pendatang yaitu Arab dan Cina. Keduanya masuk di wilayah Kota Pasuruan melalui jalan perdagangan meskipun antara suku Arab dan Cina memiliki tujuan yang berbeda, suku Arab disamping berdagang suku Arab juga bertujuan atau menyebarkan ajaran Islam dan suku Cina hanya berfokus pada perdagangan yang kemudian mampu mendominasi penguasaan pasar di Kota Pasuruan.

Suku Arab meski tidak berhasil dalam perdagangan, suku Arab berkembang menjadi kelompok Agamis dan berhasil menempati lapisan sosial tertinggi di masyarakat, respon dan antusias yang diberikan masyarakat sangat

tinggi terhadap doktrin Islam, karena dominasi masyarakat yang beragama Islam maka dari itu doktrin tersebut sesuai dengan falsafah hidup masyarakat Kota Pasuruan.

Para pendatang dari suku Arab inipun semakin sering dan mendapat respon kian besar yang diberikan, sebagian dari suku Arab juga melakukan interaksi sosial-budaya antara Arab-Jawa melalui perkawinan. Melanjutkan dari ajaran yang diberikan oleh pendahulunya sebagai Ulama' yang mengemban ilmu agama, hingga masyarakat menyematkan gelar Kyai untuk anggota keluarga Ulama' yang lebih tua dan panggilan Gus untuk yang lebih muda.

Pengaruh yang muncul dari internal masyarakat sendiri terlihat dari kondisi hubungan paternalistik antara masyarakat dengan Ulama', hubungan ini bermakna seperti bapak dan anak. Dalam kamus politik, paternalistik umumnya terdapat pada masyarakat tradisional hal ini berasal dari karakter yang melekat pada diri masyarakat tradisional, dimana rasa hormat terhadap orang yang lebih tua atau orang yang menjadi panutan masyarakat, seperti Ulama', Guru dan tokoh adat. Selain itu tipe kepemimpinan paternalistic ini merupakan tipe yang pemimpinnya memiliki legitimasi dan permintaan masyarakat sendiri karena banyak terlibat dalam memimpin sebuah wilayah.

Masyarakat Kota Pasuruan masih dikategorikan menjadi masyarakat tradisional, hanya saja bentuk paternalistik yang ada di wilayah Kota Pasuruan berupa panutan bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Banyaknya pondok pesantren di wilayah ini membuat masyarakatnya melihat kepribadian

yang dimiliki setiap ulama' berbeda, sisi kharismatik seorang kyai dapat terlihat dari keberhasilannya melahirkan santri-santri yang baik bukan hanya dalam pelajaran saja, juga berhasil melatih mental dan mendidik untuk membentuk pekerti yang baik.

Seorang kyai memiliki sisi kharismatik, yang kemudian membuat banyak orang menghormatinya. Dari sisi tersebut, masyarakat mengakui keberadaan kyai atau ulama' disekitar lingkungannya, oleh karena itu efek yang muncul tentang keberadaan kyai bagi masyarakat dalam hubungan paternalistik adalah sifat kepemimpinan yang ke-bapak-an. Tidak heran jika dalam hubungan paternalistik banyak bergantung pada keputusan pemimpin.

Keadaan sosial dan budaya yang telah disebutkan sebelumnya, merupakan metode segmentasi untuk pemilih, pada wilayah tertentu, pengaruh yang ditimbulkan bukan hanya dari satu aspek, maka dari beberapa aspek tersebut adalah, Geografi letak wilayah, Demografi, Psikografi, Sosial dan Budaya, perilaku masyarakat serta sebab-akibat. Keseluruhan aspek ini akan bersambung sesuai dengann langkah marketing yang diambil untuk memetakan masyarakat.



teknologi sebagai salah satu aspek kehidupan yang penting bagi kebanyakan orang.

Selanjutnya, yaitu *mapping* atau pemetaan, menjadi dasar bagi konsultan politik untuk memulai menjalankan tugasnya. *Branding*, merupakan tugas sebagai konsultan yang memusatkan perhatian pada kandidat sebagai produk politik. Untuk yang terakhir, media, kemampuan menguasai media muncul sebagai langkah yang harus diperhatikan sampai akhir, karena mencakup interaksi dengan calon pemilih sehingga hasilnya dapat mengubah dan mempengaruhi opini masyarakat.

Hampir seluruh aspek menjadi sumber penting dalam memperoleh perhatian masyarakat. Di Indonesia sendiri, konsultan politik masih menjadi hal baru, meski begitu banyak juga di kalangan politisi atau kandidat yang merasakan akan pentingnya keberadaan konsultan politik sebagai *image branding* hingga julukan *spin doctor*. Istilah *spin doctor* berasal dari komunikasi, yang memberikan maksud bahwa konsultan mengemas berita atau pesan politik dari kandidat terhadap masyarakat, pada batas kewajaran oleh masyarakat, didalamnya sering terdapat manipulasi dengan kondisi yang sebenarnya, *spin doctor* dilakukan untuk menghilangkan persepsi masyarakat pada hal-hal yang menurut konsultan tidak layak dan dapat merusak *image* kandidat apabila diketahui.

Sesuai dengan peran atau tugasnya dalam masyarakat, konsultan politik menjadi hasil dari beberapa teori, diantaranya: Marketing politik dan manajemen politik (kampanye). Dalam menjalankan perannya, konsultan politik selalu



Peran konsultan politik, dalam riset kali ini banyak yang menyebutkan bahwa kehadiran konsultan politik di Indonesia, sejauh ini berdampak baik untuk perkembangan pemilu. Konsultan politik atau lebih dikenal dengan konsultan kampanye. Muncul pada sebelum dan sedang berlangsung pemilu dan berfokus pada kemenangan kandidat. Kerja konsultan politik berpengaruh pada kandidat, pemilih, hasil pemilu dan yang pasti terhadap pemerintahan dan keputusan kebijakan publik. Sebelumnya peran konsultan dalam pemilu pada banyak studi tidak menyebutkan kehadiran konsultan sebagai salah satu aspek yang ada dalam prosesnya.

Peran sendiri merupakan tanggung jawab yang secara tidak langsung dimiliki oleh seluruh masyarakat, peran menunjukkan keharusan untuk seseorang menjalankan peranannya dalam kehidupan sosial. Konsultan politik yang notabene nya adalah sebuah lembaga memiliki peran dalam bidangnya sebagai yang mengatur, menyusun, dan merencanakan strategi dalam proses pemilu untuk kandidatnya, dalam proses yang berjalan keberadaan konsultan tersebut merupakan bagian dari perannya dalam masyarakat. Peran yang dimiliki baik individu maupun sebuah lembaga bukan semena-mena pemberian dari masyarakat atau yang lainnya, namun peran tersebut muncul sebagai keputusan yang diberikan oleh kelompok atau diri sendiri. Dalam penelitian kali ini, menjadikan teori peran sebagai salah satu dasar untuk melihat peranan yang dimiliki Pusdek sebagai konsultan politik pada umumnya, tanggung jawab, kepribadian serta pola berpikir sehari-hari yang banyak dipengaruhi oleh peran yang melekat dalam setiap individu. Sehingga keberadaan teori peran yang dikaitkan dengan eksistensi

Pusdek, ketika kontrak kerja yang dilakukan oleh Pusdek telah disetujui, dan memulai tugasnya dalam pemilu atau tim kandidat, hal ini menjadi peran sebagai konsultan politik. Karena sesuai yang disebutkan Soerjono Soekanto terkait tugas dan fungsi yang dilaksanakan oleh sebuah lembaga merupakan bentuk perannya di kalangan masyarakat secara luas.

Studi tentang pemilu banyak membahas tentang perilaku pemilih dan penentuan mendapat suara pemilih, alasan memilih bagi pemilih (harapan masyarakat), peran media, peran partai, dampak iklan negatif pada saat pemilu dan keuntungan incumbent. Setelah dimulainya era kandidat pemilu sebagai pokok utama, partai politik menjadi kurang penting bagi masyarakat luas.

Posisi konsultan dalam pemilu dapat dikatakan banyak mengambil alih posisi partai politik pada masa kampanye, meskipun memiliki biaya tinggi hal tersebut sesuai dengan kredibilitas yang dilakukan oleh sebuah lembaga konsultan, tantangan bagi konsultan adalah kemampuan pemahaman melalui aspek menyeluruh tentang karakteristik setiap masyarakat, harapan dan aspek yang dipercaya oleh masyarakat sebagai calon pemilih.

Keahlian konsultan dalam segala bidang memang menjadi pilar bagi perannya pada saat kampanye, seperti halnya menentukan media yang harus digunakan untuk langkah awal mendekati masyarakat, mengubah cara berkomunikasi dari profil pejabat menjadi teman bagi masyarakat kecil. Dalam teori peran, ketika seseorang atau kelompok menjalankan tugasnya atau kewajibannya maka ia telah menjalankan peranannya dalam kehidupan





fenomena pencalonan Gubernur DKI Jakarta oleh Basuki Tjahja Purnama (Ahok) yang percaya diri menyatakan kesiapannya untuk mengikuti pemilu dengan jalur independen (tanpa partai pengusung), perlu diketahui persyaratan yang harus dikantongi Ahok adalah mengumpulkan foto kopi KTP masyarakat asli Jakarta sebanyak 532.000, melebihi prediksi Ahok bahkan berhasil mengumpulkan sebanyak 703.640.

Lantas hal itu, menjadi fenomena baru di Indonesia, banyak partai-partai yang membuka jalan bagi Ahok jika ingin bergabung menjadikan sebagai partai pengusung. Kredibilitas dan elektabilitas Ahok selama menggantikan posisi Gubernur, banyak terlihat dan menuai banyak pujian karena tegas dalam memimpin. Meskipun pada akhirnya Ahok memutuskan untuk diusung oleh sebuah partai, disitu banyak komentar bentuk kekecewaan masyarakat.

Faktor lain yang mendasari perubahan pandangan masyarakat terhadap partai politik, banyaknya sorotan media terkait penyalahgunaan wewenang yang dilakukan di DPR kemudian terkuak persekongkolan kawan sejawat yang berasal dari partai politik yang sama. Konflik internal partai, pecah kongsi yang menyebabkan dalam satu partai terpecah menjadi dua kubu. Perseteruan dan permasalahan yang tidak berhenti terjadi di internal partai, dampaknya menjadikan penurunan kepercayaan terhadap partai.

Partai-partai yang semestinya berperan menjadi jembatan antara pemerintah dengan masyarakat, bertugas mendengarkan opini atau aspirasi masyarakat. Masyarakat dewasa ini semakin menghendaki adanya transparansi



peran partai pada saat pemilu tidak sebesar pengaruh yang ditimbulkan oleh dukungan yang diberikan oleh Kyai, hubungan yang sudah ada antara masyarakat dengan Ulama' menjadikan Ulama' sebagai panutan tetap dalam aspek kehidupan tidak hanya dalam politik. meski menjadi Kota, identitas masyarakat Pasuruan sebagai masyarakat tradisional.

Momen pemilu di Kota Pasuruan selalu menjadi waktu perlombaan untuk mendapatkan pengakuan dukungan dari beberapa Kyai, mengingat sebagian besar suara masyarakatnya di tentukan oleh keputusan dari seorang Kyai di masing-masing wilayah. Terdapat beberapa pondok pesantren yang Kyai kerap bahkan sering menjadi tolak ukur pemikiran untuk menentukan pilihan. Menurut masyarakat Pasuruan, akan sulit menembus pasar Pasuruan jika hanya mengandalkan spanduk tanpa ada interaksi dengan pergerakan massa terutama massa di sektor pondok pesantren

Pada Pilkada 2015 yang diikuti oleh 3 kandidat, menorehkan cerita lain bagi pilkada Kota Pasuruan, pasalnya pada pilkada kali ini menunjukkan pembuktian lain bahwa masyarakat Kota Pasuruan menentukan pilihannya sendiri, menuntaskan dinasti politik oleh walikota sebelumnya, dimana anaknya juga menjadi ketua DPRD Kota Pasuruan, sebelum terpilih menjadi Walikota Pasuruan pada tahun 2010, H. Hasani menduduki jabatan sebagai Ketua DPRD Kota Pasuruan, sehingga hal itu disebut sebagai dinasti politik yang membuat jera Kota Pasuruan dengan sedikitnya perubahan yang dibawa.









mahasiswa yang terdiri dari 25 mahasiswa UNTAG dan 25 lagi mahasiswa UIN Surabaya.

Riset ini dilakukan selama 2 minggu dengan pengelompokan 2 orang untuk setiap kelurahan dan setiap orangnya memiliki target 10 orang responden. Dengan taktik ini mempercepat proses survey yang dilakukan, kemudian setelah proses survey dilakukan, Pusdek memetakan wilayah dan mengumpulkan hasil survey sebagai pedoman untuk memahami masyarakat di setiap wilayah dengan harapan berbeda. Penarikan sampel dilakukan atau diambil dari setiap RT 2 orang.

Pemetaan dilakukan dengan teliti, dipahami selama satu bulan dengan rinci dan menghasilkan data yang diproses untuk diberikan kepada Setiyono. Keputusan yang diberikan oleh Setiyono terkait akan digunakannya atau tidak hasil tersebut. Setelah keputusan keluar maka pada awal 2015 Setiyono dan internal partainya yakni Golkar mulai mempersiapkan beberapa kadernya untuk ikut andil dalam tim suksesnya.

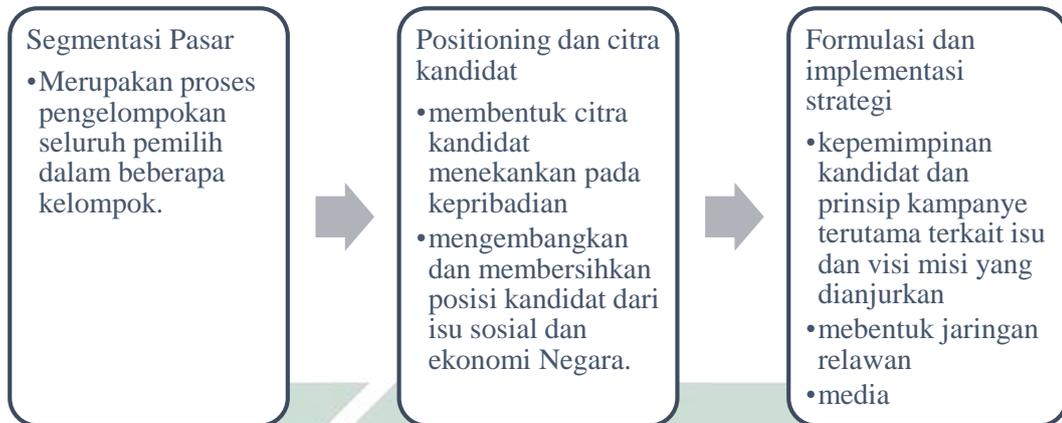
Dari hasil kinerjanya, ciri khas yang dimiliki oleh Pusdek, bahwa dari setiap lembaga konsultan politik yang ada, persamaan hanya terlihat dari sisi metodologi saja, namun pada dasarnya penilaian keakuratan dan keefektifan data yang menjadi tolak ukur dari lembaga konsultan. Keunikan tersebut berasal dari nilai yang digunakan oleh Pusdek tidak akan mempengaruhi kinerja dan hasil yang diperoleh, pada intinya kinerja Pusdek tidak terpacu pada nilai kerja namun pada konsistensi awal pelayanan Pusdek.











peta marketing ini adalah peta atau panduan kunci yang digunakan Pusdek memulai penilaiannya terhadap karakter masyarakat, kondisi wilayah dan image kandidat.









