

ABSTRAKSI

Pasangan calon walikota Tegal Hj. SITI MASITHA SOEPARNO dan Drs. HM. NURSHOLEH, MPd berhasil memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Walikota Tegal secara langsung pada Pemilukada Kota Tegal Tahun 2013. Pemilihan Walikota Tegal ini menunjukkan fenomena baru dalam babak kehidupan politik di sebagian besar wilayah Indonesia, dimana pasangan calon walikota ini mengalahkan sosok incumbent yakni H. IKMAL JAYA, SE, Ak dan EDY SURIPNO, SH. Penelitian ini menekankan pada bagaimana strategi yang dipergunakan dalam komunikasi politik terutama dalam pelaksanaan kampanye oleh tim sukses Pasangan calon walikota Tegal Hj. SITI MASITHA SOEPARNO dan Drs. HM. NURSHOLEH, MPd dalam Pemilukada tersebut. Beberapa aspek yang tercakup di dalamnya, antara lain melihat susunan tim sukses, strategi kampanye dan pelaksanaannya, hingga mampu meraih kemenangan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye Tim Sukses lebih difokuskan pada strategi *emotional branding* yang didukung teori empati hemopili dan teori Komunikasi Harold D. Lasswell. Tim Sukses ini cukup efektif dan optimal yang akhirnya menang dalam Pemilukada tersebut. Dari penelitian yang dilakukan, strategi kampanye yang dilakukan dengan *emotional branding* mampu menyentuh hati warga masyarakat dan menjadi harapan masyarakat untuk kemajuan kota Tegal di masa mendatang, strategi ini berhasil dalam mempopulerkan dan menghasilkan nilai positif untuk memenangkan pemilihan walikota Tegal tersebut. Strategi *emotional branding* mampu membangun popularitas dan opini positif masyarakat terhadap Pasangan calon walikota Tegal Hj. SITI MASITHA SOEPARNO dan Drs. HM. NURSHOLEH, MPd sehingga mampu mengalahkan pasangan incumbent. Tanpa perlu melakukan kontra opini terhadap kampanye negatif.

Hal yang perlu dibenahi dalam strategi *emotional branding* Tim Sukses ini adalah terus melakukan evaluasi terhadap pendekatan emosi dan harapan yang diinginkan masyarakat, pemeliharaan popularitas melalui *emotional branding* lebih memerlukan langkah nyata yang berhubungan langsung dengan masyarakat sehingga perlu dikembangkan kreativitas berupa variasi kegiatan untuk menghilangkan kebosanan pada masyarakat. Implikasi aspek akademis, penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan perbaikan konsep strategi manajemen Tim Sukses Pasangan calon walikota Tegal Hj. SITI MASITHA SOEPARNO dan Drs. HM. NURSHOLEH, MPd di masa depan. Penelitian juga ini dapat dimanfaatkan secara praktis untuk bahan pertimbangan memformulasikan strategi seorang kandidat calon walikota.

ABSTRACT

Tegal's Mayor Candidates Hj. SITI MASITHA SOEPARNO and Drs. HM. NURSHOLEH, MPD has won 2013 direct local mayor election. It shows a new phenomenon in political life in most parts of Indonesia, where the incumbent mayor, H. IKMAL JAYA, SE, Ak and EDY SURIPNO, SH defeated by the new candidate. This study emphasized on how the communication strategies used in politics, especially in the implementation of a successful campaign done by the thinktank of both candidates Hj. SITI MASITHA Soeparno and Drs. HM. NURSHOLEH, MPd in the General Election. Some of the aspects covered in the research are the composition of successful teams, strategic campaign, and its implementation.

This study shows that the campaign thinktank is focused on emotional branding strategy which is supported by the Communication strategy theory of empathy hemopili and Harold D. Lasswell. The strategy is proven to be very effective since the candidates able to win the election. The research shows that the emotional branding manage to touch citizens' heart and the expectations of a new and better life in Tegal has finally come. Even without countering the negative campaign, the strategy has succeeded in popularizing and creating positive value of the candidates

The research shows that it is important to evaluate the emotional approach and to learn what the society is expecting. The candidates should do real efforts which directly connected to the society in order to maintain their popularity. Creative ideas are needed to avoid society boredom.

The thinktank of the mayor candidate Hj. SITI MASITA SOEPARNO and Drs. HM. NURSHOLEH, MPd or any other mayor candidate can use this research as a useful resource and also reference for the improvement of strategic management in the future. The research can also be practically used to formulate the right strategic for mayor candidate.