

Strategi Politik Pasangan Tjhai Chui Mie dan H. Irwan dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017

Hairil Anwar
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tanjungpura Pontianak

hairil.anwar@fisip.untan.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi politik pasangan Tjhai Chui Mie dan H. Irwan dalam pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi politik yang berhasil mengantarkan pasangan calon Tjhai Chui Mie dan H. Irwan menjadi Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 adalah strategi *ofensif* (menyerang), melalui strategi perluasan pasar dilakukan dengan menjual figur atau sosok calon kepada masyarakat secara lebih mendalam, melakukan kampanye dialogis, melakukan sosialisasi secara *door to door* kepada pemilih setia maupun pemilih yang mengambang, menawarkan kartu pintar (Kartu Singkawang Pintar, Kartu Singkawang Sehat, Kartu Petani Sejahtera, dan Kartu Nelayan Sejahtera), menempatkan sebanyak 7 (tujuh) orang saksi di setiap TPS dengan atribut baju bercirikan khas tim supaya dikenal pemilih, melakukan strategi mendompleng nama masyarakat yang ditokohkan di daerah yang menjadi basis *massa*, mengkampanyekan calon melalui berbagai media, cetak, *audio visual* serta sosial media, menggunakan jargon “CHAIR”, Strategi menembus pasar, melakukan perubahan paradigma pada pemerintahan baru yang akan dipimpin, memprioritaskan pelayanan air bersih, membangun rumah rakyat, menata pasar, menjadikan Singkawang sebagai kota tujuan wisata dengan memperbanyak *event-event*, dan membenahi taman-taman kota. Strategi *defensif* (*bertahan*), terkait dengan strategi mempertahankan pasar, figur atau sosok calon yang sudah dikenal oleh masyarakat adalah modal utama dalam mempertahankan pasar atau pemilih. Calon juga didukung oleh 3 (tiga) partai besar, yaitu PDIP, Demokrat dan Hanura yang memiliki basis massa pendukung, strategi calon untuk menangkal isu-isu negatif seperti isu PKI, dan isu tentang FPI (Front Pembela Islam) adalah, calon beserta tim sukses melakukan kampanye dialogis, berkaitan dengan isu Surat Al-Maidah, (“jangan memilih pemimpin kafir”) yaitu melakukan dialog mengundang Kyai, para tokoh dan masyarakat. Strategi lainnya, mendiamkan atau tidak menggubris isu-isu yang muncul, terkait isu negatif bekerjasama dengan tim IT (*information and tecknology*) dengan menyebarkan berita-berita yang positif dan bersahabat tentang calon.

Kata Kunci:

Pemilukada, Strategi politik

PENDAHULUAN

Kota Singkawang adalah salah satu dari dua Kabupaten dan Kota di Provinsi Kalimantan Barat yang menyelenggarakan pemilukada secara langsung dan serentak pada tanggal 15 Pebruari tahun 2017 disamping daerah Kabupaten dan Kota lainnya di Provinsi Kalimantan Barat yang juga menyelenggarakan pemilukada seperti Kabupaten Landak. Peserta pemilihan umum kepala daerah Kota Singkawang berdasarkan rapat pleno Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Singkawang senin 24 Oktober 2016 ditetapkan 4 (empat) pasang calon, terdiri dari 3 (tiga) pasangan calon dari gabungan partai politik yaitu pasangan nomor urut 1 (satu) adalah Tjhai Nyit Khim,SH dan H. Suriyadi, MS,S.Sos, M.Si diusung oleh Partai Golkar, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) atau (total 6 kursi DPRD), pasangan nomor urut 2 (dua) yaitu Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan,M.Si, diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Nasdem, Partai Demokrat, dan Partai Hanura (total 14 kursi DPRD) dan pasangan nomor urut 3 (tiga) yaitu H. Abdul Mutalib, SE, ME dan Muhammadin, SE, diusung oleh Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Gerindra, Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Amanat Nasional (PAN) (total 10 kursi DPRD), serta 1 (satu) pasangan calon independen (perseorangan) yaitu Andi Syarif T.U.W.,ST, MT, M.Si (Han) dan Dr. H. Nurmansyah., M.Kes (<http://www.beritasatu.com/nasional/3947-10-empat-kandidat-akan-bertarung-di-Pilkada-singkawang.html>), diambil Sabtu 23 Maret 2017.

Jumlah pemilih terdaftar dalam DPT berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Singkawang Tahun 2017 berjumlah 158.753 orang terdiri dari pemilih laki-laki sebanyak 79.814 orang dan pemilih perempuan berjumlah 78.939 orang, sedangkan pemilih yang menggunakan hak pilih keseluruhan berjumlah 92.789 (58.45%) dari total pemilih terdaftar, yang terdiri dari jumlah suara sah berjumlah 90.287 suara dan jumlah suara tidak sah berjumlah 2.502 suara.

Berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kota Singkawang Nomor: 14/Kpts/KPU-Kota019.435770/2017 Tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Perhitungan Perolehan Suara Dan Hasil Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 menetapkan hasil Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 yaitu bahwa pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota nomor urut 2 (Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si) memperoleh suara tertinggi pertama dengan perolehan suara sebesar 38.486 (42.63%) dari total suara sah sebesar 90.287, serta menguasai suara di 3 (tiga) Kecamatan dari 5 (lima) Kecamatan yang ada di Kota Singkawang yaitu: Kecamatan Singkawang Barat sebesar 11.405 (57.73%) suara dari suara sah Kecamatan Singkawang Barat sebesar 19.754, Kecamatan Singkawang Selatan sebesar 10.137 (51.10%) dari suara sah Kecamatan Singkawang Selatan sebesar 19.838, dan di Kecamatan Singkawang Timur sebesar 4.683 (51.63%) dari suara sah Kecamatan Singkawang Timur sebesar 9.071. Suara terendah diperoleh pasangan nomor urut 1 (satu) (Tjhai Nyit Khim,SH dan H. Suriyadi, MS,S.Sos, M.Si) sebesar

12.239 (13.55%) dari total suara sah sebesar 90.287.

Diketahui pula bahwa calon Walikota pemenang Tjhai Chui Mie merupakan wanita beretnis *Tionghoa* yang mampu dan berhasil mengalahkan 2 (dua) pasang calon Walikota dan Wakil Walikota yang beretnis melayu, walaupun ada 1 (satu) calon Walikota lagi yang beretnis *Tionghoa* yaitu Tjhai Nyit Kim, namun kalah. Hal ini menunjukkan bahwa kemenangan pasangan calon nomor urut 2 (dua) dalam perolehan suara tertinggi dari 3 (tiga) pasangan calon lainnya adalah tidak terlepas dari upaya calon beserta tim sukses serta strategi politik yang dijalankan. Sebagaimana yang diketahui bahwa strategi politik adalah strategi yang dijalankan untuk merealisasikan cita-cita politik. Strategi yang dijalankan atau digunakan para calon tersebut bisa berupa strategi *ofensif* yaitu strategi memperluas pasar (strategi persaingan) dan strategi menembus pasar (strategi pelanggan), bisa juga berupa strategi *defensif* yaitu strategi untuk mempertahankan pasar dan strategi menutup pasar. Dari strategi tersebut tentunya bagi para calon semuanya bertujuan untuk memperoleh simpati dari masyarakat sehingga dapat memperoleh suara terbanyak yang pada akhirnya memenangkan pemilukada.

Berdasarkan latar belakang sebagaimana telah dipaparkan tersebut diatas serta adanya kecenderungan perolehan suara terbanyak dari calon dan menguasai sebagian besar suara di tingkat Kecamatan di Kota Singkawang dibandingkan para calon lainnya dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang tahun 2017 di Kota Singkawang, dan calon Walikota pemenang merupakan wanita yang beretnis *Tionghoa* yang mampu mengalahkan pasangan calon yang beretnis melayu (muslim), maka menarik

bagi peneliti untuk melakukan kajian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Politik Pasangan Tjhai Chui Mie dan H. Irwan Dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dengan lokasi penelitian di Kota Singkawang. Subyek penelitian ditentukan berdasarkan teknik *Purposive Sampling* yaitu informan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, (Singarimbun dan Effendi, 1981:110). Dengan demikian yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah: 1) calon Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 sebagai pemenang pemilukada; 2) Tim sukses pemenangan pemilukada; 3) masyarakat Kota Singkawang sebagai pemilih.

PEMBAHASAN

Konsep Strategi Politik

1. Strategi; pengertian strategi seperti yang dikemukakan oleh Rudianto dan Sudjijono (2003;15,29), bahwa: “strategi adalah ilmu pengetahuan dan seni, bagaimana mendayagunakan sumber-sumber yang tersedia untuk mencapai tujuan yang direncanakan, dengan memperhitungkan tantangan atau persaingan yang ada (*active opposition*)”. Strategi adalah perencanaan yang terpadu, menyeluruh, dan komprehensif, sedangkan “taktik adalah rencana tindakan praktis yang dijabarkan dalam bentuk program aksi”.

2. Strategi Politik; Menurut Schroder (2008:5) mendefinisikan: “strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik”.

3. Jenis-Jenis Strategi; Adapun strategi politik yang digunakan dalam pemilihan

kepala daerah adalah strategi *ofensif* (menyerang) dan strategi *defensif* (bertahan). Secara umum ada perbedaan antara strategi *ofensif* dan *defensif*. Strategi *ofensif* dibagi lagi menjadi strategi untuk memperluas pasar dan strategi menembus pasar. Sementara strategi *defensif* menyangkut strategi untuk mempertahankan pasar dan strategi menutup atau menyerahkan pasar (Schroder, 2008:114). Yang termasuk strategi ofensif adalah “strategi memperluas pasar” dan “strategi menembus pasar”. Pada dasarnya, semua strategi ofensif yang diterapkan saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara satu partai atau kandidat dengan partai-partai atau kandidat pesaing yang kelompok pemilihnya akan direbut. Strategi ofensif yang digunakan untuk menerapkan kebijakan harus menjual atau menampilkan perbedaan terhadap *status quo* atau keadaan yang berlaku saat itu dan menyoroti keuntungan-keuntungan yang diharapkan darinya. Strategi perluasan pasar yang ofensif dalam sebuah pemilu bertujuan untuk membentuk kelompok pemilih baru disamping para pemilih tradisional (tetap) yang telah ada. Oleh karena itu harus ada penawaran baru atau penawaran yang lebih baik bagi para pemilih yang selama ini memilih partai atau kandidat pesaing. Jadi yang dimaksud disini adalah strategi persaingan yang faktual, di mana berbagai partai atau kandidat yang berbeda saling bertarung untuk segmen kelompok pemilih dalam sebuah kompetisi. Strategi semacam ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye pengantar, untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran baru apa saja dan penawaran mana saja yang lebih baik, dibandingkan dengan penawaran partai-partai atau kandidat lainnya. Strategi menembus pasar bukan menyangkut

ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif dengan memberikan penawaran yang lebih baik atau baru, melainkan penggalan potensi yang sudah ada secara optimal, atau penggalan bagian yang dimiliki dalam kelompok target di mana keberhasilan telah diraih sebelumnya. Sasaran yang mungkin ditargetkan misalnya adalah, diperolehnya hasil yang lebih baik dalam sebuah kelompok target (misalkan dahulu 30%, sekarang 50%). Strategi *defensif*; strategi *defensif* akan muncul ke permukaan jika partai pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya atau jika pangsa pasar ingin dipertahankan. Selain itu, strategi *defensif* juga dapat muncul apabila sebuah pasar tidak akan dipertahankan lebih lanjut atau ingin ditutup, dan penutupan pasar ini diharapkan dapat membawa keuntungan sebesar-besarnya.

Strategi Politik Pasangan Tjhai Chui Mie dan H. Irwan

Dalam penyajian hasil penelitian, baik yang diperoleh melalui wawancara, dan studi dokumentasi mengenai Strategi Politik Pasangan Tjhai Chui Mie dan H. Irwan Dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017. Menurut Schroder (2008) mengemukakan bahwa: strategi politik yang digunakan dalam pemilihan kepala daerah adalah strategi *ofensif* (menyerang) dan strategi *defensif* (bertahan). Strategi *ofensif* dibagi menjadi strategi untuk memperluas pasar (strategi persaingan) dan strategi menembus pasar (strategi pelanggan). Sementara strategi *defensif* menyangkut strategi untuk mempertahankan pasar (strategi pelanggan, strategi multiflikator) dan strategi menutup atau menyerahkan pasar (strategi lingkungan sekitar). Strategi menutup atau menyerahkan pasar dalam penelitian ini tidak dibahas, dengan alasan

karena pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 hanya berlangsung 1 (satu) putaran, sehingga tidak ada calon pasangan yang menyerahkan suara kepada calon lainnya.

1. Strategi *Ofensif* (menyerang)

Strategi *ofensif* selalu diperlukan jika calon ingin meningkatkan jumlah pemilihnya. Sebuah kampanye dapat berhasil hanya jika ada lebih banyak orang yang memiliki pandangan yang positif terhadap calon atau partai dibanding sebelumnya. Pada dasarnya, semua strategi *ofensif* yang diterapkan saat kampanye pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 harus menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara calon dengan calon pesaing yang kelompok pemilihnya akan direbut.

a. Strategi Memperluas Pasar

Strategi perluas pasar yang *ofensif* dalam sebuah pemilu bertujuan untuk membentuk kelompok pemilih baru disamping para pemilih tradisional (tetap) yang telah ada. Oleh karena itu harus ada penawaran baru atau penawaran yang baik bagi para pemilih yang selama ini memilih calon pesaing. Jadi yang dimaksud disini adalah strategi persaingan yang faktual, dimana berbagai calon yang berbeda saling bertarung untuk segmen kelompok pemilih dalam sebuah kompetisi. Strategi semacam ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye pengantar, untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran baru apa saja dan penawaran mana saja yang lebih baik, dibandingkan dengan penawaran calon-calon lainnya.

Berdasarkan penelitian dilapangan dan hasil wawancara dengan tim sukses dan masyarakat terungkap bahwa, faktor yang menyebabkan pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si (CHAIR) memperoleh suara terbanyak adalah karena faktor sosok

calon. Sebagaimana yang diketahui pula bahwa profil atau sosok Tjhai Chui Mie sebelum mencalonkan diri sebagai calon Walikota dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017, beliau pernah menjabat sebagai ketua DPRD Kota Singkawang periode 2009-2014, dan sebagai anggota DPRD Kota Singkawang periode 2014-2019. Disamping itu, yang bersangkutan juga aktif dalam berbagai organisasi kemasyarakatan, seperti sebagai ketua Majelis *Tao* Indonesia (MTI) 2014-2019, sebagai ketua Perkumpulan *Hakka* Singkawang (2014-2019), sebagai Relawan Yayasan Tju Chi (2010), sebagai Dewan Kehormatan Yayasan Setia Negara, Serpong (2014), disamping itu beliau juga aktif sebagai ketua Tim Sukses Pilgub Kalbar 2012 pasangan CC (Cornelis-Christiandy), dan pernah menjadi Biro Penggerak Relawan dalam Team Sukses Pilpres 2014 pasangan Jokowi-JK. Beliau juga dikenal sebagai seorang pekerja keras, mudah bergaul dengan masyarakat dan sebagai sosok penolong atau berjiwa sosial tinggi, hal tersebut dibuktikan dengan sering turun kelapangan membantu masyarakat memberikan bantuan ketika masyarakat Kota Singkawang mengalami musibah banjir, beliau juga sering menerima keluhan-keluhan dari masyarakat tanpa memandang suku atau etnis dan agama tertentu, dan beliau selalu hadir, sehingga dianggap oleh masyarakat Kota Singkawang sebagai sosok yang mampu memberi solusi atau jalan keluar dikala masyarakat mengalami masalah atau persoalan. Berbekal pengalaman yang segudang serta sifat pekerja keras dan penolong atau berjiwa sosial yang tinggi sehingga beliau dikenal dikalangan masyarakat luas khususnya masyarakat Kota Singkawang. Sementara itu, profil atau sosok Wakil Walikota Drs. H. Irwan, M.Si selama ini memang sudah tidak

asing bagi masyarakat Kota Singkawang, walaupun dirinya bertugas di Pemerintah Propinsi Kalbar (salah satu pejabat dilingkungan Dispenda Propinsi Kalbar), namun pria kelahiran Singkawang 3 Desember 1968 ini, tercatat sebagai Ketua GM FKPPi 1510 Singkawang, sehingga walau datang belakangan, tidak sulit bagi alumnus APDN 1990 ini untuk menyesuaikan diri. Irwan kecil menghabiskan masa sekolahnya di Kota Singkawang, yakni SD 2 Singkawang (1981), SMP 4 Singkawang (1984), SMA Singkawang (1987), APDN Pontianak (1990), Institut Pemerintahan Ilmu Pemerintahan (IIP) Jakarta (1995), kemudian melanjutkan ke studi Ilmu Pemerintahan S2 Bandung (2001). Berbekal Ilmu Pemerintahan yang matang ini, menjadikan Irwan dipilih untuk mendampingi Tjhai Chui Mie sebagai calon walikota dan wakil walikota, dan hal ini juga yang membuat banyak kalangan di kota Singkawang yakin dengan pasangan yang memiliki jargon CHAIR.

Strategi lain yang dianggap ampuh untuk memperoleh simpati masyarakat dalam memperoleh suara. Berdasarkan penelitian lapangan dan hasil wawancara dengan informan tim sukses dan calon ditemukan bahwa strategi yang dianggap ampuh oleh pasangan calon antara lain: Pertama, melalui kerja tim sukses mencari dan menelusuri pemilih yang belum terdata dalam Daftar Penduduk Potensial Pemilih (DP4). Berdasarkan hasil penelusuran oleh tim sukses, maka diperoleh sebanyak lebih kurang 3000 (tiga ribu) masyarakat yang memiliki hak pilih namun belum terdaftar dalam Daftar Penduduk Potensial Pemilih (DP4). Kemudian oleh tim sukses dibuat surat yang ditujukan kepada KPU agar dilakukan pendataan kembali agar masyarakat yang belum atau tidak terdaftar dan memiliki hak pilih harus

terdaftar dalam daftar pemilih (DP4), ini dilakukan oleh tim sukses sebelum penetapan pleno Daftar Pemilih Tetap (DPT). Langkah ini merupakan suatu langkah kemenangan bagi pasangan Walikota dan Wakil Walikota Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si beserta tim sukses dalam memperluas dan merebut peluang pasar pemilih. Kedua, kampanye dialogis yang dilaksanakan oleh tim sukses beserta calon ternyata tidak efektif, lalu dilakukan evaluasi tentang bagaimana strategi memperluas pasar bisa dilakukan dengan cara dan biaya yang murah namun memperoleh hasil yang besar. Berdasarkan aturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) bahwa pasangan calon dalam melakukan setiap kali kampanye dialogis harus dihadiri maksimal 200 orang, dan berdasarkan kalkulasi tim sukses untuk melakukan satu kali kampanye dialogis mengeluarkan dana lebih kurang Rp. 15.000.000,- (lima belas juta rupiah) tetapi outputnya hanya dihadiri lebih kurang 200 orang. Ketua Badan Pemenangan Pemilu yang merupakan bagian dari Tim Sukses melakukan strategi yaitu, pada saat 7 hari sebelum dilaksanakannya pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang dilakukan strategi politik baru dengan mengumpulkan sejumlah ranting dan mengumpulkan relawan-relawan, kemudian dibuat semacam program yang pernah dilakukan oleh Jokowi seperti kartu pintar, yaitu Indonesia Sehat dan Indonesia Pintar pada saat Pilpres 2014 lalu. Kartu yang dicetak ini diberi nama Kartu Singkawang Sehat diperuntukkan bagi masyarakat yang kurang mampu, Kartu Singkawang Pintar diperuntukkan untuk anak sekolah, Kartu Petani Sejahtera diperuntukkan bagi petani, Kartu Nelayan Sejahtera diperuntukkan bagi nelayan, dan kartu

lainnya untuk Guru Ngaji. Kemudian diterjunkanlah relawan tadi dalam satu hari sebanyak 100 (seratus) orang relawan, dengan target 1 (satu) orang relawan harus mendatangi masyarakat secara langsung, maksimal yang harus dikunjungi 30 orang untuk melakukan sosialisasi dan komunikasi secara *door to door* atau dari pintu ke pintu tergantung zona atau wilayah kampanye yang telah ditentukan, dan kegiatan ini dilakukan selama 7 (tujuh) hari berturut-turut, sehingga diperoleh total 21.000 (dua puluh satu ribu) masyarakat yang berhasil dikunjungi. Setiap orang relawan yang diterjunkan di lapangan tadi diberikan kartu-kartu pintar, kemudian relawan menyampaikannya langsung kepada masyarakat yang ditemui dilapangan disesuaikan dengan karakteristik daerah kunjungan, misalnya kampung nelayan diberikan kartu nelayan, kampung petani diberikan kartu petani. Hasil dari kerja relawan sebanyak 100 (seratus) orang dengan target 1 (satu) orang relawan harus mengunjungi 30 orang masyarakat dalam sehari ternyata mampu dilaksanakan, sehingga diperoleh sejumlah 3000 orang masyarakat dalam 1 (satu) hari kunjungan, lengkap dengan nama, alamat dan nomor telepon masyarakat yang dikunjungi tersebut. Strategi yang dilakukan tersebut diakui sangat efektif dan efisien, karena dari segi biaya dalam satu hari hanya mengeluarkan uang Rp. 15.000.000,- (lima belas juta rupiah) dapat melakukan kunjungan dan sosialisasi kepada masyarakat pemilih sebanyak 3000 orang, kira-kira sama dengan jumlah uang yang dikeluarkan dalam satu hari sebesar 15.000.000,- (lima belas juta rupiah) untuk melakukan kampanye dialogis, dengan jumlah masyarakat pemilih paling banyak 200 orang.

Pada malam setelah hari pertama dilaksanakannya kunjungan oleh relawan ke masyarakat, maka dikumpulkanlah data-data masyarakat pemilih tersebut, yang berisikan nama, alamat dan nomor telepon. Dari data-data tersebut sebagian (50%) dibagikan untuk calon Walikota dan Wakil Walikota Thjai Chui Mie, SE. dan Drs. H. Irwan, M.Si, dan sebagiannya lagi (50%) di bagikan kepada Tim Sukses. Dari data-data masyarakat yang 50% yang telah diterima oleh calon tadi, kemudian diambil secara acak, kemudian calon menghubungi masyarakat yang bersangkutan, sehingga terjadilah interaksi komunikasi secara langsung antara masyarakat dengan calon melalui sambungan telepon. Begitu juga hal yang sama dilakukan oleh tim sukses untuk menghubungi dan berinteraksi melakukan komunikasi langsung dengan masyarakat melalui sambungan telepon. Komunikasi lewat sambungan telepon tadi dilakukan secara terus menerus baik oleh calon maupun tim sukses dengan masyarakat selama 7 (tujuh) hari. Ketiga, pada saat 3 (tiga) hari sebelum pelaksanaan pemilihan Walikota dan Wakil Walikota, dilakukan perubahan strategi tersebut. Ketua Pemenangan Pemilu (Bapilu) sebagai tim sukses mencoba melakukan strategi dimana pada saat hari H atau hari pencoblosan untuk mendatangkan saksi disetiap TPS (Tempat Pemungutan Suara) yang biasa lazimnya adalah Cuma 1 (satu) saksi. Kali ini tim sukses menurunkan sebanyak 7 (tujuh) orang saksi dengan menggunakan pakaian dengan motif yang sama. Pakaian tersebut dibagikan ke saksi-saksi pada waktu 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan pencobolan, sehingga pada saat hari pencobolan berlangsung, Kota Singkawang dipenuhi dengan baju yang dikenakan oleh saksi-saksi di setiap TPS. Pakaian yang dibuat oleh tim sukses

dimaksudkan supaya masyarakat pemilih dapat mengenal atau mengetahui. Adapun baju yang dipakai oleh 7 (tujuh) orang saksi tidak diberikan embel-embel logo partai, dan ciri-ciri baju tersebut cukup dengan warna putih, biru, dan merah, jadi hanya melambangkan tim sukses. Keempat, menggabungkan kedua sosok calon Walikota dan Wakil walikota Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si dan menampilkannya sebagai seorang yang sudah lama dikenal oleh masyarakat. Strategi ini dilakukan ketika pasangan calon memiliki partner yang berada di lingkungan atau di daerah tertentu, misalkan di Kelurahan Bukit Batu yang memang mereka memiliki partner atau teman yang ditokohkan oleh masyarakat setempat.

Tokoh masyarakat di daerah atau lingkungan tersebutlah yang bisa melaksanakan keinginan masyarakat dengan membawa nama calon Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si, walaupun secara nyata bukan calon yang melaksanakannya, tetapi tokoh masyarakat lokal. Tokoh masyarakat lokal juga yang mengeluarkan anggarannya, misalkan di Kelurahan Sekip Lama dan Kelurahan Bukit Batu, ada pembagian beras, yang mensuplai anggarannya adalah tokoh masyarakat lokal yang memang sudah menjadi keinginannya sendiri untuk memberikan bantuan kepada masyarakat, karena tokoh masyarakat tersebut dekat dengan calon dan juga sebagai pendukung, maka masyarakat mengetahui bahwa ini adalah bantuan dari calon Walikota dan Wakil Walikota. Artinya strategi ini digunakan dengan cara mendompleng nama orang atau masyarakat yang ditokohkan di daerah yang menjadi basis massa.

Disamping strategi politik diatas, program kerja atau visi dan misi calon juga menjadi pertimbangan dalam

menentukan kemenangan. Adapun visi dan misi pasangan calon Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si, mengusung tema “Singkawang HEBAT”. Diterjemahkan, H: Harmonis dalam keberagaman agama, etnis dan budaya; E: Ekonomi kerakyatan yang kreatif dan mandiri; B: Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa yang menjadikan Kota Singkawang Berwibawa, Bersahaja, dan Berkepribadian; A: Adil, sejahtera, dan amanah serta secara kontinyu meningkatkan infrastruktur menuju Kota Singkawang sebagai Kota Wisata termaju di Kalimantan Barat; dan T: Tegas dan Tanggap dalam menjalankan roda pemerintahan menuju terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih.

Agar program kerja atau visi dan misi calon dapat dikenali, maka di sosialisasikan kepada masyarakat melalui sebuah kampanye politik secara efektif. Berdasarkan penelitian lapangan dan hasil wawancara dengan informan tim sukses dan calon, terungkap bahwa cara pasangan calon mensosialisasikan program kerja atau visi dan misi melalui kampanye politik adalah: Pertama, program kerja atau visi dan misi calon di sosialisasikan dengan menggerakkan pemilih melalui kerjasama antara calon dengan tim sukses. Kedua, melalui kerja tim sukses yang diturunkan ke lapangan menyisir daerah-daerah atau wilayah yang belum tersentuh atau terkaper pada waktu kampanye dialogis untuk dikunjungi baik oleh tim maupun calon secara *door to door* atau dari pintu ke pintu dan dilakukan komunikasi langsung terutama bagi *massa* mengambang atau masyarakat yang masih bingung untuk menentukan siapa calon yang akan dipilih, dengan menjual sosok atau *figure* dan program kerja calon. Ketiga, program atau visi dan misi juga

disosialisasikan melalui *leflat*, kalender, selebaran, baleho, dan melalui diskusi-diskusi.

Pengenalan sosok atau figur maupun program atau visi dan misi calon Walikota dan Wakil Walikota Singkawang kepada masyarakat juga dilakukan melalui media massa, baik cetak maupun *Audio Visual*, dan melalui sosial media. Berdasarkan penelitian dan hasil wawancara dengan informan tim sukses dan calon dilapangan terungkap bahwa pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Tjhai Chui Mie, SE, dan Drs. H. Irwan, M.Si dalam memperkenalkan sosok atau figur maupun program atau visi dan misi kepada masyarakat adalah melalui media cetak lokal seperti Pontianak Post, kemudian sosial media seperti *facebook*, group-group *WhatsApp*, *twiter*, *blog*.

Di samping itu, calon juga menggunakan atribut untuk relawan sebagai lambang bahwa mereka memiliki khans (peluang) untuk dikenal masyarakat. Atribut tersebut dibuat dalam bentuk baju kaos dengan sablonan yang bertuliskan Jargon seperti: “Ayo Kita Men-CHAIR, Ayo Ngopi sambil men-CHAIR. Untuk suku dayak dibuat baju dengan sablonan “*Barage Balali* bersama CHAIR”, artinya: bersama-sama bergotong royong untuk CHAIR, hal tersebut dicontohkan dengan orang dayak yang menanam padi sama-sama (bergotong-royong) disuatu tempat. Misalnya menanam padi di lahan si A hari ini mengerjakannya ramai-ramai, siapkan baju, besok harinya di tempat lain. Suku madura dibuatkan baju dengan sablonan “Kacong CHAIR”, artinya: pemuda-pemuda CHAIR. Dengan adanya atribut berupa baju sablonan yang melambangkan identitas calon “CHAIR”, (artinya Tjhai Cui Mie dan Irwan), maka memudahkan masyarakat untuk mengenal calon.

b. Strategi Menembus Pasar

Strategi menembus pasar bukan menyangkut ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif dengan memberikan penawaran yang lebih baik atau baru, melainkan penggalan potensi yang sudah ada secara lebih optimal, atau penggalan bagian yang dimiliki dalam kelompok target dimana keberhasilan telah diraih sebelumnya. Sasaran yang mungkin ditargetkan misalnya adalah, diperolehnya hasil yang lebih baik dalam sebuah kelompok target (misalkan dahulu 30%, sekarang 50%). Hal ini menyangkut pemasaran program secara lebih baik. Berdasarkan penelitian dilapangan dan hasil wawancara dengan informan tim sukses dan calon, terungkap bahwa calon Walikota dan Wakil Walikota Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si terkait dengan strategi menembus pasar terutama dibidang pemerintahan, mencoba untuk menggeser paradigma pemerintahan baru, sebagai pemerintah yang bukan campur tangan, tetapi pemerintah yang mencoba memfasilitasi apapun sesuai dengan kemampuan daerah.

Program-program yang menjadi prioritas tentunya akan menjadi perhatian penting bagi pemerintahan baru, seperti kebutuhan akan air bersih yang pelayanannya belum optimal selama pemerintahan sebelumnya, maka pada pemerintahan baru akan ditingkatkan lagi. Kemudian untuk rakyat menengah kebawah akan dibuatkan rumah belajar rakyat di setiap kelurahan, pengajarnya diambil dari anak-anak mahasiswa Kota Singkawang yang belum mendapatkan pekerjaan. Sistem atau pola penggajiannya kerjasama dengan pemerintah Kota Singkawang melalui sistem kontrak. Rumah belajar rakyat tersebut diperuntukkan bagi anak-anak yang orang tuanya tidak mampu seperti anak-anak tukang becak atau anak-anak tukang sayur yang tidak dapat mengikuti kursus karena

ketiadaan biaya, kemudian mereka dititipkan dirumah belajar rakyat tersebut supaya dapat belajar serta dapat menyelesaikan tugas-tugas sekolah sebagaimana layaknya anak-anak yang orang tuanya mampu untuk bisa mengikuti kursus-kursus belajar. Program berikutnya menata pasar rakyat seperti pasar beringin yang ada di Kota Singkawang yang selama pemerintahan sebelumnya belum begitu baik dan terlihat kumuh dan kotor, maka pada pemerintahan baru akan dibangun pasar yang lebih baik, yang bersih, dan rapi, sehingga masyarakat yang berbelanja akan senang karena tertata baik dan bersih. Pasar tersebut dirancang bukan hanya untuk berjualan sayuran akan tetapi bisa digunakan untuk berjualan makanan. Setiap pedagang kaki lima (PKL) dipasar tersebut akan dibikin akses sesuai dengan adat budaya masing-masing, sehingga akan terlihat miniatur Kota Singkawang, bahwa suku yang ada di Indonesia ada di Kota Singkawang.

Kemudian diadakan musik untuk pedagang kaki lima (PKL), karena memberikan dampak terhadap pendapatannya. Sebagai contoh sederhana tempat pedagang kaki lima (PKL) berjualan yang belum teratur akan dibuat tempat khusus PKL dan diadakan *live music*, sehingga tempat tersebut benar-benar bisa menjual apa saja. Bagi wisatawan yang datang pada malam hari mereka bisa berbelanja di tempat itu, baik makanan maupun oleh-oleh atau khas Kota Singkawang. Jadi apapun ada di tempat PKL tersebut, sehingga secara otomatis penataan tempat pedagang kaki lima dengan baik memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan PKL. Pasangan calon pemenang juga akan mengembangkan bidang pariwisata yang selama ini memang sudah berjalan cukup baik pada pemerintahan sebelumnya. Pemerintahan

yang baru akan membuat *event* sebanyak mungkin di Kota Singkawang, apakah sekala lokal, nasional, maupun internasional, yang mungkin selama pemerintahan sebelumnya event yang ada bersifat rutin seperti Chap Go Meh, dengan demikian Kota Singkawang tetap menjadi daerah kunjungan wisata, harapan dari calon adalah akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan dari pelaku usaha (UKM) karena produknya terjual. Sisi lainnya adalah menjadikan Singkawang sebagai Kota yang menarik, dengan memperbanyak taman-taman, serta memperbaiki taman-taman yang ada yang belum mendapat sentuhan dan perhatian pemerintah sebelumnya, seperti taman burung yang selama ini terlihat gelap pada malam hari dan akan diberikan penerangan serta akan di pasang *wifi* gratis di setiap taman-taman yang akan dikunjungi wisatawan.

2. Strategi *Defensif* (bertahan)

Strategi *defensif* akan muncul kepermukaan jika calon ingin mempertahankan mayoritasnya atau jika pangsa pasar ingin dipertahankan. Selain itu, strategi *defensif* juga dapat muncul apabila sebuah pasar tidak akan dipertahankan lebih lanjut atau ditutup, dan penutupan pasar ini diharapkan dapat membawa keuntungan sebesar-besarnya. Berkaitan dengan strategi mempertahankan pasar adalah bahwa strategi ini merupakan tifikal strategi yang digunakan oleh calon untuk mempertahankan mayoritasnya. Calon akan merawat pemilih tetap mereka dan berusaha memperkuat pemahaman para pemilih musiman yang sebelumnya memilih mereka. Dalam merespon calon lain atau pesaing yang menyerang, calon akan berusaha mengaburkan perbedaan yang ada dan membuat perbedaan tersebut tidak dapat dikenali lagi (strategi disinformasi). Berdasarkan penelitian

dilapangan dan hasil wawancara dengan informan tim sukses dan calon, terungkap bahwa strategi mempertahankan pasar yang dilakukan oleh pasangan calon Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si adalah pertama, tidak terlepas dari figur atau sosok kedua calon yang memang sudah lama dikenal oleh masyarakat Kota Singkawang, sehingga merupakan modal utama bagi pasangan calon untuk memiliki basis massa tertentu atau pemilih setia. Kedua, pasangan calon diusung oleh 4 (empat) partai politik antara lain yaitu: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Nasdem, Partai Demokrat, dan Partai Hanura (total 14 kursi DPRD), sehingga dengan demikian massa pendukung partai tersebut kemungkinan akan mendukung dan memilih calon.

Ketiga, untuk massa mengambang (massa yang belum atau bimbang dalam menentukan pilihannya) maka strategi calon beserta tim sukses telah melakukan sosialisasi dan komunikasi langsung secara *intens* (terus-menerus) kepada masyarakat khususnya bagi masyarakat daerah-daerah yang sulit di jangkau secara *door to door* (kunjungan dari pintu ke pintu) dengan mengenalkan figur atau sosok calon serta menawarkan atau menjual program atau visi dan misi. Kemudian strategi lain yang digunakan pasangan calon dalam merespon isu-isu negatif yang dilontarkan oleh pihak lawan atau calon pesaing seperti isu PKI (Partai Komunis Indonesia), kemudian berkaitan dengan Surat Al-Maidah tentang isu “jangan memilih pemimpin kafir”, isu tentang FPI (Front Pembela Islam), adalah: Pertama, Strategi mempertahankan pasar yang dilakukan calon untuk mempertahankan mayoritas pemilih, dalam menangkali isu yang berkaitan dengan Surat Al-Maidah yaitu “jangan memilih pemimpin kafir”, adalah dengan mengadakan kegiatan yang bersifat Islami, seperti mengadakan

kegiatan Tausiah yang acaranya kebetulan bertepatan dengan Maulid Nabi Muhammad SAW, acaranya dipusatkan di Mess Daerah Kota Singkawang. Sebagai narasumber, mengundang para Kyai maupun Ustad memberikan ceramah, isi materinya tentang bagaimana memilih pemimpin, peserta dihadiri oleh masyarakat dan tokoh-tokoh agama dan para habaib.

Kegiatan Tausiah ini dilakukan dengan tujuan untuk meluruskan pikiran masyarakat supaya tidak mudah menerima *image* atau isu negatif yang tersebar luas. Kedua, Strategi dalam mempertahankan *massa* yang ada, yaitu dengan mengadakan kampanye dialogis. Calon beserta tim sukses dalam kampanye dialogis tersebut berupaya meyakinkan kepada masyarakat bahwa mereka yang didukung oleh partai PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan) bukanlah PKI (Partai Komunis Indonesia). Kemudian untuk menangkali isu bahwa pasangan calon Walikota Singkawang Drs. H. Irwan, M.Si yang diisukan ketua FPI (Front Pembela Islam) juga disampaikan melalui kampanye dialogis tersebut, dengan mengundang pengurus FPI (Front Pembela Islam), dan menyampaikan kepada masyarakat bahwa Drs. H. Irwan, M.Si bukan sebagai ketua FPI seperti yang disangkakan melalui sebaran isu. Ketiga, strategi mempertahankan pasar terhadap isu-isu yang negatif yang dilontarkan pihak lawan terhadap calon, adalah dengan cara mendiamkan atau tidak menggubris isu tersebut secara langsung, namun dengan keyakinan calon bahwa semakin dihujat maka semakin mendapatkan simpati dari masyarakat. Keempat, isu-isu yang dilontarkan oleh pihak lawan, disikapi oleh calon berkoordinasi dengan tim IT (*information and tecknology*) dengan menyebarkan berita-berita yang positif,

yang bersahabat, sehingga menimbulkan komunikasi yang positif tentang calon.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan fakta bahwa, strategi politik yang digunakan oleh pasangan calon sebagaimana yang telah penulis paparkan dalam analisis pembahasan diatas, telah berhasil mengantarkan kemenangan pasangan calon Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si sebagai calon Walikota dan Wakil Walikota periode 2017-20122, dan memperoleh suara tertinggi pertama dengan perolehan suara sebesar 38.486 (42.63%) dari total suara sah sebesar 90.287, mengalahkan 3 (tiga) pasangan calon lainnya.

Fakta ini menunjukkan pula bahwa sistem demokrasi yang sesungguhnya terjadi dapat berlangsung dengan baik di salah satu Propinsi Kalimantan Barat khususnya di Kota Singkawang dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang tahun 2017. Hal tersebut terbukti bahwa calon Walikota Singkawang yang berasal dari etnis *Tionghoa* mampu dan bisa menjadi pemimpin diantara sekian banyak calon muslim yang bersaing, dan dapat diterima oleh semua suku atau etnis dan agama tertentu. Tidak seperti halnya yang terjadi pada Pilkada DKI Jakarta beberapa waktu yang lalu, yang tidak berhasil mengantarkan Basuki Tjahaja Purnama sebagai seorang non muslim menjadi Gubernur DKI Jakarta, karena diserang dengan berbagai isu yang negatif seperti isu Surat Al-Maidah (“jangan memilih pemimpin kafir). Namun isu tersebut tidak berlaku dan tidak berhasil dijual pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Singkawang.

Ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Singkawang semakin cerdas dan rasional dalam memilih pemimpin yang jujur, amanah, pekerja keras, dan mampu menyatukan semua

golongan ditengah keberagaman etnis, serta mampu mengakomodir segala kebutuhan dan kepentingan rakyat dalam memberikan kesejahteraan.

SIMPULAN

Penelitian tentang Strategi Politik Pasangan Tjhai Chui Mie dan H Irwan Dalam Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Singkawang Tahun 2017 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi *Defensif* (menyerang); melalui strategi perluasan pasar, yaitu menjual figur atau sosok calon serta program kerja visi dan misi merupakan cara untuk merebut pangsa pasar lebih banyak, strategi perluasan pasar lainnya dilakukan melalui kampanye dialogis, sosialisasi secara *door to door* (dari pintu kepintu) kepada pemilih setia maupun pemilih yang mengambang, menawarkan kartu pintar (Kartu Singkawang Pintar, Kartu Singkawang Sehat, Kartu Petani Sejahtera, dan Kartu Nelayan Sejahtera), menempatkan sebanyak 7 (tujuh) orang saksi disetiap TPS dengan atribut baju bercirikan khas tim supaya dikenal pemilih, melakukan strategi dengan cara mendompleng nama masyarakat yang ditokohkan di daerah yang menjadi basis *massa*, mengkampanyekan calon melalui berbagai media, baik cetak maupun *audio visual* serta sosial media, kemudian pasangan calon menggunakan jargon “CHAIR”, supaya mudah dikenali pemilih. Strategi menembus pasar, dilakukan calon dengan melakukan perubahan paradigma pada pemerintahan baru yang akan dipimpin, memprioritaskan pelayanan air bersih, membangun rumah rakyat, menata pasar, menjadikan Singkawang sebagai kota tujuan wisata dengan memperbanyak

- event-event*, dan membenahi taman-taman kota.
2. Strategi *defensif (bertahan)*, melalui strategi mempertahankan pasar, figur atau sosok calon yang sudah dikenal oleh masyarakat Kota Singkawang adalah sebagai modal utama dalam mempertahankan pasar atau pemilih. Disamping itu calon didukung oleh 3 (tiga) partai besar, yaitu PDIP, Demokrat dan Hanura yang memiliki basis massa pendukung, strategi lainnya untuk menangkal isu-isu negatif yang dilontarkan lawan seperti isu PKI, isu tentang FPI (Front Pembela Islam) maupun isu tentang Surat Al-Maidah (“jangan memilih pemimpin kafir”) adalah, calon bekerjasama dengan tim sukses melakukan kampanye dialogis untuk mengklarifikasi isu tersebut, serta melakukan dialog dengan mengundang para Kyai atau Ustad, para tokoh dan masyarakat Kota Singkawang duduk bersama dan berbicara memecahkan persoalan. Strategi lainnya dengan cara mendinginkan atau tidak menggubris isu-isu yang muncul, kemudian strategi berikutnya adalah isu-isu negatif tersebut disikapi dengan bekerjasama dengan tim IT (*information and tecknology*) dengan menyebarkan berita-berita yang positif dan bersahabat tentang calon.

Saran

1. Calon pemenang Walikota dan Wakil Walikota Singkawang periode 2017-2022, Tjhai Chui Mie, SE dan Drs. H. Irwan, M.Si, harus konsisten untuk melaksanakan janji-janji politiknya yang telah disampaikan melalui program kerja atau visi dan misi.
2. Calon pemenang pilkada harus mampu mengayomi semua komponen

masyarakat yang terdiri dari keberagaman etnis yang ada di Kota Singkawang dengan tanpa membedakan suku atau etnis dan agama tertentu, sehingga memberikan kedamaian dan kesejukan didalam kehidupan masyarakat sehingga dapat menjalankan roda pemerintahan yang sukses dan mampu memberikan kesejahteraan kepada masyarakat.

REFERENSI

- Lexy J, Moleong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prihatmoko, Joko J. 2005. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rudianto, Doddy dan Sudjijono Budi. 2003. *Manajemen Pemasaran Partai Politik, Segmentation, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT. Citra Mandala Pratama.
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Schroder, Peter. 2009. *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung-furdie Freiheit, Indonesia.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sopian. 1981. *Metode Penelitian Survey*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Sudjana, Nana. 1989. *Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugyiono. 2010. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

PERATURAN PERUNDANG-
UNDANGAN

-----*Undang-Undang Republik
Indonesia Nomor 10 Tahun
2016 tentang Perubahan Kedua
atas Undang-Undang Nomor 1
Tahun 2015 Tentang Penetapan
Peraturan Pemerintah Pengganti
Undang-Undang Nomor 1 Tahun
2014 Tentang Pemilihan Gubernur
dan Wakil Gubernur, Bupati dan
Wakil Bupati, serta Walikota dan
Wakil Walikota.*

-----*Undang-Undang Nomor 32 Tahun
2004 Tentang Pemerintahan
Daerah. 2007.Yogyakarta: Pustaka
Yustisia.*

-----*Peraturan Pemerintah (PP) Nomor
6 Tahun 2005 Tentang Cara
Pemilihan, Pengesahan,
Pengangkatan, dan Pemberhentian
Kepala Daerah dan Wakil Kepala
Daerah.*

-----*Peraturan Komisi Pemilihan
Umum Republik Indonesia Nomor
3 Tahun 2016 Tentang Tahapan,
Program, dan Jadwal
Penyelenggaraan Pemilihan
Gubernur Dan Wakil Gubernur,
Bupati Dan Wakil Bupati,
Dan/Atau Walikota Dan Wakil
Walikota Tahun 2017.*