

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “STRATEGI PEMENANGAN TATO PAMUJI-SYAMSUL AULIA PADA PEMILIHAN BUPATI KABUPATEN CILACAP PERIODE 2017-2022”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Sosial pada Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan membimbing penulis, baik tenaga, gagasan, maupun pemikiran, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta serta Kakak dan Adik atas doa dan kasih sayang serta semangat yang begitu besar yang tidak ternilai harganya.
2. Dr. H. Iis Marwan, M.Pd. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi;
3. Fitriyani Yulawati, S.IP., M.Si. Sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi,
4. Akhmad Satori, S.IP., M.SI. Sebagai Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi, sekaligus sebagai Dosen Wali.
5. Wiwi Widiastuti, S.IP., M.Si. Sebagai Ketua Jurusan Ilmu Politik Universitas Siliwangi sekaligus sebagai Pembimbing I..
6. Taufik Nurohman, S.IP., M.A. Sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi, sekaligus sebagai Pembimbing II
8. Hendra Gunawan, S.,IP .,M.,Si., sebagai penguji
7. Dosen dan staf Kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi serta keluarga besar mahasiswa Ilmu Politik

Universitas Siliwangi khususnya Angkatan 2014 yang menjadi keluarga dan rumah kedua bagi penulis untuk berbagi keluh kesah dan canda tawa;

8. Sahabat terdekat seperjuangan Rayna, Tomy dan Handoyo yang selalu mendengarkan cerita dan keluhan penulis, terima kasih atas saran, do'a dan dukungan yang telah diberikan.
8. H. Sudjiman, S.P., M.P., M.M. dan Cucu Iskandar sebagai informan yang telah memberikan bantuan dan informasi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang penulis harapkan ke depannya.

Penulis ucapkan terimakasih atas segala kontribusi yang telah diberikan untuk memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua bantuan yang tidak ternilai harganya mendapatkan imbalan dari Allah SWT sebagai amal ibadah.

Aamiin Yaa Rabbal'Aalamiin.

Tasikmalaya, 24 Oktober 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	12
A. Tinjauan Pustaka	12
B. Landasan Teori	15
1. Pemilihan Umum dan Kampanye Politik	15
2. Strategi Pemasaran Politik	16
3. Membangun Image	26
4. Positioning Politik	28
5. Pendekatan Marketing Politik	28
C. Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Metode Penelitian	32
1. Metode Penelitian	32
2. Pendekatan Penelitian	33
3. Teknik Pengumpulan Sampel	33
4. Metode Pengumpulan Data	34
5. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
6. Sumber Data	35
B. Analisis Data	36
1. Metode Analisis Data	36
2. Validitas Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Karakteristik Informan	40
B. Deskripsi Lokasi Penelitian	41
C. Profil Pasangan Tato-Syamsul	46
D. Hasil Temuan dan Analisis	49
1. Riset Pasar	51
2. Pace?Segmentasi Pasar	56
3. Perumusan Produk Politik	59
4. Promosi	64
5. Harga	67
6. <i>Image dan Positioning</i> Pasangan Tato-Syamsul	69
7. <i>Pass, Push, Pull Mareketing</i>	77

8. Analisis Strategi Marketing Politik Tato-Syamsul	82
BAB Y KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Pemilih dan Pengguna Hak Pilih Suara Masyarakat Kabupaten Cilacap	4
Tabel 2. Perolehan Suara Pasangan Calon Pemilu 2017 Pemilukada Kabupaten Cilacap	5
Tabel 3. Perolehan Suara Parta Politik Pemmilhan Umum 2014 Kabupaten Cilacap	6
Tabel 4. Perbandingan Selisih Perolehan Suara 3 Pasangan Calon Pemilukada Kabupaten Cilacap	7
Tabel 5. Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	13

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Skema Alur Konstruksi Image	27
Gambar 2. Skema Alur Pemikiran Penelitian	30
Gambar 3. Skema Alur Analisis Interaktif	38
Gambar 4. Peta Kabupaten Cilacap	42
Gambar 5. Foto Tato Pamuji	46
Gambar 6. Foto Syamsul Aulia	47
Gambar 7. Promosi Kampanye	66
Gambar 8. Screenshot Sosial Media	74
Gambar 9. Dokumentasi Kampanye	76

ABSTRAK

Pemilihan Kepala Daerah merupakan sebuah ajang kontestasi bagi para kandidat untuk bersaing dalam memperebutkan jabatan politik. Sehingga masing-masing kandidat beradu strategi untuk memenangkan pemilu tersebut. Strategi merupakan suatu cara atau taktik muslihat untuk mencapai suatu tujuan. Tentu saja strategi yang dimaksud adalah strategi politik. Dalam Penelitian ini, peneliti berusaha menjelaskan tentang bagaimana Strategi pemenangan yang digunakan oleh Tato Pamuji-Syamsul Aulia pada pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Cilacap. Peneliti menganggap topik ini perlu diteliti karena penggunaan marketing politik yang berhasil memenangkan pasangan Tao Pamuji-Syamsul Aulia. Peneliti juga menekankan pada penjelasan bagaimana penggunaan strategi marketing dalam konteks politik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus sebagai pedoman atau kerangka acuan dalam menyesuaikan teori-teori dengan data temuan dilapangan. Kemudian penelitian ini menggunakan analisis interaktif sebagai pisau atau alat dalam memahami data-data temuan dilapangan yang disesuaikan dengan kerangka acuan teori yang digunakan..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan Tato Pamuji-Syamsul Aulia telah menerapkan unsur-unsur marketing politik dengan baik. Unsur-unsur marketing politik yang diterapkan seperti riset pasar, segmentasi pasar, 4P bauran pemasaran, membangun image dan positioning politik serta pendekatan marketing politik seperti pass, push dan pull marketing. Melalui marketing politik ini, pasangan Tato-Syamsul berhasil memenangkan pemilihan Bupati Kabupaten Cilacap. Hal tersebut karena marketing politik mempunyai peranan penting untuk melihat peluang dan potensi suara yang ada di masyarakat. Sehingga, dengan begitu pasangan Tato-Syamsul dapat dengan mudah menentukan cara kampanye apa yang akan dilakukan, program apa yang akan ditawarkan dan *image* apa yang akan ditampilkan.

Kata Kunci: Pemilihan Kepala Daerah, Strategi politik, Marketing Politik.

ABSTRACT

Regional Head Election is a contestation for candidates to compete in political positions. So that each candidate collided strategy to win the election. Strategy is a trick or tactic to achieve a goal. Of course the strategy in question is a political strategy. In this study, researchers tried to explain about how the winning strategy used by the Tatoo Pamuji-Syamsul Aulia in the election of the Regional Head of Cilacap Regency. Researchers consider this topic to be investigated because of the use of political marketing that won the Tao Pamuji-Syamsul Aulia pair. The researcher also emphasizes the explanation of how to use marketing strategies in a political context.

This study uses qualitative research methods using a case study approach as a guideline or reference framework in adjusting theories with field data findings. Then this study uses interactive analysis as a knife or tool in understanding the field data in accordance with the theoretical terms of reference used.

The results showed that the Pamuji-Syamsul Aulia pair had implemented elements of political marketing well. The elements of political marketing that are applied such as market research, market segmentation, 4p marketing mix, building image and political positioning and political marketing approaches such as pass, push and pull marketing. Through this political marketing, the Tatoo-Syamsul pair won the Cilacap Regency Regent election. That is because political marketing has an important role to see the opportunities and potential voices in the community. So, that way the Tato-Syamsul pair can easily determine how the campaign will be carried out, what programs will be offered and what image will be displayed.

Key Words: Regional Head Election, Political Strategy, Political Marketing.