

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke khadirat Allah SWT. Alhamdulillah walaupun dengan berbagai keterbatasan, pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul “Strategi *Marketing* Politik Pasangan Ade Uu Sukaesih dan Nana Suryana pada Pemilihan Walikota Banjar Tahun 2018,” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana sosial pada jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.

Penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada:

1. Orang tua yang telah memberikan do’a, dukungan, motivasi dan juga kesabarannya dalam mendidik penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
2. Dr. H. Iis Marwan, S.H., M.Pd. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.
3. Fitriyani Yuliawati, 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.

5. Wiwi Widiastuti, S.IP., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Taufik Nurohman, S.IP., M.A. sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi.
7. Hendra Gunawan, S.IP., M.Si. sebagai Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
8. Randi Muchariman., S.IP., M.A. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan motivasi dan perhatiannya terhadap penyempurnaan skripsi ini.
9. Staf Dosen dan Tenaga Kependidikan FISIP Universitas Siliwangi.
10. Rekan-rekan Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan dorongan dan motivasi selama ini.

Penulis menyadari adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam merumuskan persoalan secara mendalam, sehingga skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Atas segala kekurangan tersebut, penulis sangat mengharapkan adanya masukan dan saran yang dapat bermanfaat bagi penulis untuk memahami persoalan dengan lebih baik lagi.

Tasikmalaya, Juli 2019

Penulis,

## DAFTAR ISI

|                                                    | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------------------------|----------------|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                        | i              |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                            | iii            |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                          | v              |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                         | vi             |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                       | vii            |
| <b>ABSTRAK</b> .....                               | viii           |
| <b>ABSTRACT</b> .....                              | ix             |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>                       |                |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                          | 9              |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                        | 9              |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                      | 9              |
| <br><b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>                   |                |
| 2.1 Tinjauan Tentang Pemilihan Kepala Daerah ..... | 11             |
| 2.2 Tinjauan Umum Tentang Strategi .....           | 16             |
| 2.3 <i>Marketing</i> Politik .....                 | 19             |
| 2.4 Kajian Penelitian Terdahulu .....              | 34             |
| 2.5 Kerangka Pemikiran .....                       | 38             |
| <br><b>BAB III METODE PENELITIAN</b>               |                |
| 3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....         | 40             |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 3.2 Pendekatan Penelitian .....     | 42 |
| 3.3 Lokasi Penelitian .....         | 42 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....   | 42 |
| 3.5 Teknik Penentuan Informan ..... | 43 |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....      | 44 |

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 4.1 Hasil Penelitian .....            | 50 |
| 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian ..... | 80 |

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 92 |
| 5.2 Saran .....      | 93 |

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|                                                                               | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <b>Tabel 1.1</b> Partai Pengusung Paslon Walikota Banjar Periode 2018-2023 .. | 5       |
| <b>Tabel 2.1</b> Kajian Penelitian Terdahulu .....                            | 37      |
| <b>Tabel 4.1</b> Daftar Walikota Banjar .....                                 | 56      |
| <b>Tabel 4.2</b> Hasil Perhitungan Suara Pemilukada Kota Banjar Tahun 2018 .  | 56      |
| <b>Tabel 4.3</b> Struktur Organisasi Tim Pemenangan Asih Saenyana .....       | 61      |
| <b>Tabel 4.4</b> Tabel Publikasi Brand Asih Saenyana .....                    | 66      |
| <b>Tabel 4.5</b> Strategi Pembangunan Paslon Asih Saenyana .....              | 68      |
| <b>Tabel 4.6</b> Program Kerja yang Ditawarkan Paslon Asih Saenyana .....     | 69      |
| <b>Tabel 4.7</b> Perbandingan Visi-Misi Kedua Paslon .....                    | 84      |
| <b>Tabel 4.8</b> Dana Kampanye Paslon Asih Saenyana .....                     | 85      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                       | <b>Halaman</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....                            | 38             |
| <b>Gambar 3.1</b> Komponen dalam Analisis Data .....                  | 46             |
| <b>Gambar 3.2</b> Triangulasi .....                                   | 47             |
| <b>Gambar 4.1</b> Peta Kota Banjar .....                              | 50             |
| <b>Gambar 4.2</b> Tahapan Pemilukada Kota Banjar Tahun 2018 .....     | 57             |
| <b>Gambar 4.3</b> Kop Surat Tim Pemenangan Paslon Asih Saenyana ..... | 67             |
| <b>Gambar 4.4</b> Wawancara dengan Nana Suryana .....                 | 69             |
| <b>Gambar 4.5</b> Wawancara dengan Drs. Dadang R. Kalyubi, M.Si ..... | 70             |
| <b>Gambar 4.6</b> Wawancara dengan Muhammad Afhan Sahdat.....         | 73             |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Instrumen Penelitian
- Lampiran 2 : Foto Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Persetujuan Penelitian

## ABSTRAK

Agenda Pemilukada Banjar Jawa Barat sebagai proses demokrasi lima tahunan memang sudah selesai dengan diselenggarakannya Pemilihan Walikota dan Wakilnya pada bulan Juni 2018 dan telah dimenangkan oleh pasangan nomor urut satu Ade UU Sukaesih dan Nana Suryana dengan memperoleh 52,36% suara. Jika dilihat dari partai pendukungnya, pasangan Maman Suryaman dan Irma Darmawatie Bastaman didukung oleh 6 partai dengan 14 kursi di DPRD Kota Banjar, sedangkan pasangan Ade UU Sukaesih dan Nana Suryana hanya didukung oleh tiga partai yang hanya memiliki 11 kursi di DPRD Kota Banjar, namun dengan strategi yang lebih baik, maka pasangan Ade UU Sukaesih dan Nana Suryana mengungguli pasangan Maman Suryaman dan Irma Darmawatie Bastaman. Penelitian ini menganalisis marketing politik yang digunakan dalam strategi kemenangan pasangan Ade UU Sukaesih dan Nana Suryana untuk mencari dan mengembangkan pendukung selama proses kampanye politik, yakni strategi *push marketing*, *pass marketing*, dan *pull marketing*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan studi lapangan melalui wawancara dengan nara sumber yang terkait dengan strategi *marketing* politik pasangan nomor urut satu Ade UU Sukaesih dan Nana Suryana. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa marketing politik yang dijalankan oleh Tim Pemenangan Asih Saenyana lebih dominan pada *push marketing* dengan berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat diberikan dorongan untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos paslon Asih Saenyana. Tim Pemenangan Asih Saenyana mensosialisasikan sejumlah alasan yang rasional maupun emosional kepada pemilih untuk bisa memotivasi mereka agar tergerak dan bersedia mendukung paslon Asih Saenyana, dengan mengeksploitasi keberhasilan-keberhasilan yang telah dicapai oleh Hj Ade UU Sukaesih selama menjabat Walikota Banjar periode 2013-2018, disertai dengan penawaran program-program baru yang populis dan *up to date* sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kota Banjar untuk periode 2018 – 2023 jika Hj Ade UU Sukaesih terpilih kembali menjadi Walikota Banjar, dikarenakan Hj Ade UU Sukaesih sudah mempunyai pengalaman untuk memimpin dan memajukan Kota Banjar.

**Kata Kunci: Strategi, Marketing Politik, Pemilihan Wali Kota.**



## **ABSTRACT**

*The agenda of the West Java Banjar Election as a five-year democratic process has indeed been completed with the holding of the Mayor and Deputy Elections in June 2018 and won by the number one pair Ade UU Sukaesih and Nana Suryana by obtaining 52.36% of the votes. When viewed from the supporting party, the pair Maman Suryaman and Irma Darmawatie Bastaman were supported by 6 parties with 14 seats in the Banjar City DPRD, while the pair Ade UU Sukaesih and Nana Suryana were only supported by three parties who only had 11 seats in the Banjar City DPRD, but with a better strategy, the pair Ade UU Sukaesih and Nana Suryana outperformed the pair Maman Suryaman and Irma Darmawatie Bastaman. This study analyzes the political marketing used in the winning strategy of Ade UU Sukaesih and Nana Suryana to find and develop supporters during the political campaign process, namely push marketing, pass marketing, and pull marketing strategies. This research is a descriptive study with a qualitative approach, because it is used to examine the condition of natural objects, where the researcher is a key instrument. The data collection technique used was a study of documentation and field studies through interviews with resource persons related to the political marketing strategy of the number one pair Ade UU Sukaesih and Nana Suryana. Based on the results of the study, it was obtained data that political marketing carried out by the Saenyana Asih Winning Team was more dominant in push marketing by trying to get support through stimulants given to voters. The community was encouraged to go to the voting booth and vote for the Asih Saenyana candidate. The Asih Saenyana Winning Team socialized a number of rational and emotional reasons for voters to motivate them to be moved and willing to support the Asih Saenyana candidate, by exploiting the successes achieved by Hj Ade UU Sukaesih while serving as Mayor of Banjar for the period 2013-2018, accompanied by offering populist and up-to-date new programs in accordance with the needs of the people of Banjar City for the period 2018 - 2023 if Hj Ade UU Sukaesih was re-elected as Mayor of Banjar, because Hj Ade UU Sukaesih already had experience to lead and advance Banjar City.*

**Keywords: Strategy, Political Marketing, Election of Mayor.**