

ABSTRAK

Pilkada langsung merupakan arus balik politik lokal atau sering disebut pergeseran dari sistem *elite vote* ke *popular vote*. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ciamis selaku penyelenggara pemilihan kepala daerah Kabupaten Pangandaran menetapkan Jeje-Adang untuk menjadi pimpinan daerah di Kabupaten Pangandaran. Berhasilnya pasangan ini meraih suara secara signifikan dalam Pilkada Pangandaran salah satunya ditentukan oleh *Marekting* politik yang diterapkan oleh calon bupati dan tim suksesnya. *Marketing* politik yang diterapkan adalah *Pass Marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi *Pass Marketing* pada kemenangan pasangan calon Bupati Jeje Wiradinata dan Adang Hadari Dalam Pilkada Pangandaran Tahun 2015. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *Pass Marketing* pada kemenangan pasangan calon Bupati Jeje Wiradinata dan Adang Hadari Dalam Pilkada Pangandaran Tahun 2015.

Penelitian ini menggunakan menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan prosedur analisis. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, wawancara. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang (*Local Strongman*, Ketua timses, Tokoh pemuda, Tokoh Nelayan, dan pihak KPU Pangandaran) yang di peroleh dengan *teknik purposive sampling* dan *Snowball sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan metode Milles dan Huberman melalui Reduksi data, Penyajian data, penyimpulan dan Verifikasi data.

Hasil penelitian didapatkan bahwa *Pass Marketing* merupakan penyampaian produk politik kepada *influencer group* atau pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat. Pihak-pihak yang berpengaruh di masyarakat dalam penelitian ini disebut *Local Strongman*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa Peran Gabel sebagai *Local Strongman* dapat berperan dalam memenangkan kontestasi politik di Pilkada di Kab. Pangandaran dengan posisi *Local Strongman* sebagai aktor yang kuat dan dalam kehidupan sehari-hari aktor memiliki “tempat” tersendiri di masyarakat. Posisi *Local Strongman* di masyarakat didukung oleh beberapa faktor modal, kultur budaya, sosial, selain popularitasnya, tidak terlepas dari kultur budaya masyarakat yang menghormati garis keturunan sebagai Tokoh Nelayan. Serta didukung dengan profesi sebagai pengusaha yang mempunyai jaringan luas dan memiliki tingkat kepercayaan dari masyarakat yang sudah banyak merasakan perjuangannya.

Kata Kunci: *Pass Marketing, Pilkada, Local Strongman*

ABSTRACT

Direct elections are a backflow of local politics or often called a shift from the elite vote system to the popular vote. Ciamis Regency Election Commission as the organizer of the regional head election in Pangandaran Regency established Jeje-Adang to become the regional leader in Pangandaran Regency. The success of this pair won significant votes in the Pangandaran Regional Election, one of which was determined by the political strategy adopted by the prospective regent and his success team. The political strategy adopted is pass marketing. This study aims to describe and analyze the pass marketing strategy in the victory of the Jeje Wiradinata Regent Regent and Adang Hadari in the 2015 Pangandaran Regional Election. The problem formulation in this study is how the Pass marketing strategy in the winning pair of the Jeje Wiradinata Regent Regent and Adang Hadari Regent in the 2015 Pangandaran Regional Election.

This study uses qualitative methods that produce analytical procedures or other. Collecting data in this study using documentation an interview methods. The informants in this study conciste (Local strongamn, succes team, youth leaders, fisherman leaders and KPU Pangandaran) obtained by purvosive sampling techniques and snowball sampling techniques. The collected data was then analzed using the milles and huberman methood thought data reduction, data presentation, conclusion dan verification.

The results showed that Pass marketing is the delivery of political products to influencers or parties who have influence in the community. Parties who are influential in the community in this study are called local strongman. Based on the results of the study obtained the conclusion that Gabel's role as a Local Strongman can play a role in winning political contests in elections in Pangandaran with the position of Local Strongman as strong actors and in daily life actors have their own "place" in the community. The position of Local Strongman in the community is supported by several factors of capital, cultural culture, social, in addition to its popularity, not separated from the culture of the culture of the community that respects the lineage as a fisher figure. As well as being supported by the profession as an entrepreneur who has a wide network and has a level of trust from the community that has felt a lot of struggle.

Keywords: Pass Marketing, Local Election, Local strongman

