

**PENERAPAN MARKETING POLITIK DALAM PEMILIHAN
KEPALA DAERAH**

**(Studi Kasus Marketing Politik Pasangan Independen Abdul Hafidz-Bayu
Andriyanto dalam Pilbup Kabupaten Rembang Tahun 2015)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Politik Pada Program Studi Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



Oleh :

ABDUL MU'ID

132010378

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS WAHID HASYIM
SEMARANG**

2017

**PENERAPAN MARKETING POLITIK DALAM PEMILIHAN
KEPALA DAERAH**

**(Studi Kasus Marketing Politik Pasangan Independen Abdul Hafidz-Bayu
Andriyanto dalam Pilbup Kabupaten Rembang Tahun 2015)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Politik Pada Program Studi Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

Oleh :

Abdul Mu'id

NIM : 132010378

Disetujui oleh :

Pembimbing

Zudi Setiawan, S.IP., M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS WAHID HASYIM
SEMARANG**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “Penerapan Marketing Politik dalam Pemilihan Kepala Daerah, (Studi Kasus Marketing Politik Pasangan Independen Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto dalam Pilbup Kabupaten Rembang Tahun 2015)”
ini telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji

**Progam Studi Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Wahid Hasyim
Semarang**

**Pada hari : Sabtu
Tanggal : 09 September 2017
Jam : 13. 00 WIB
Tempat : Ruang Sidang FISIP Unwahas**

Skripsi ini benar-benar karya penyusun. Apabila dikemudian hari ditemukan penyimpangan-penyimpangan, penyusun bersedia bertanggung jawab atas segala konsekuensinya.

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

- 1. Agus Riyanto, S.IP., M.Si
Penguji I**
- 2. Harun Ni'am S.IP., M.Si.
Penguji II**
- 3. Zudi Setiawan, S.IP., M.Si.
Penguji III**

1.....
2.....
3.....

Semarang, 12 September 2017

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Wahid Hasyim Semarang
Dekan,**



**Agus Riyanto, S.IP., M.Si.
NPP.04.01.1.0036**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah penulis skripsi yang berjudul “PENERAPAN MARKETING POLITIK DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH, (Studi Kasus Marketing Politik Pasangan Independen Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto dalam Pilbup Kabupaten Rembang Tahun 2015)” dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Dan belum pernah dijadikan sebagai karya orang lain untuk memperoleh gelar S1. Kalaupun ada karya orang lain yang ada pada skripsi ini, saya jadikan sebagai refrensi dengan mencantumkan dari pada pengarangnya.

Penyusun



Abdul Mu'id
NIM. 132010378

MOTTO

إِذْفِنْ وَجُودَكَ فِي أَرْضِ الْخُمُولِ فَمَا نَبَتَ مِمَّا لَمْ يُدْفَنْ لَا يَتِمُّ نَتَاجُهُ

“Pendamlah dirimu dalam bumi yang keruh, karena sesuatu yang tumbuh tanpa dipendam (benihnya) kurang bisa sempurna hasilnya”

(Ibnu 'Atha'illah)

“But inner experience is only one source of human knowledge”.

(Pada akhirnya pengalaman batin adalah satu-satunya sumber pengetahuan manusia)

(Mohammad Iqbal)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi tentang “Marketing Politik” ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam sunnahnya hingga akhir zaman.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana pada Progam Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Wahid Hasyim Semarang (UNWAHAS). Selama penyusunan skripsi ini, tidak sedikit bimbingan dan bantuan baik secara materil, moril maupun spirituail yang mengalir dan datang dari berbagai pihak. Maka, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini:

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberi dukungan, motivasi, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mahmutarom HR, SH. MH., Selaku Rektor Universitas Wahid Hasyim Semarang beserta seluruh jajarannya yang sudah memberi kesempatan penulis sebagai salah satu mahasiswa di Unwahas.

3. Bapak H. Agus Riyanto, S.IP. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).
4. Bapak Zudi Setiawan, S.IP, M.Si, selaku Kaprodi Ilmu Politik sekaligus pembimbing skripsi yang telah ikhlas meluangkan waktunya untuk memberi perhatian, bimbingan, arahan sehingga penulis dapat segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga, selalu di berikan kesehatan dan keberkahan.
5. Bapak Harun Ni'am, S.IP, M.Si, selaku dosen wali yang selalu sabar dalam memberi perhatian, nasehat, dan semangat kepada penulis dari awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
6. Bapak Dr. Andi Purwono, S,IP. M.Si, Bapak Adi Joko, S.IP., MA, Bapak Muhammad Nuh S.Sos., M.Si., Bapak Drs. Joko J. Prihatmoko, Bapak Azmi Muttaqin, S.IP. M.Si, dan seluruh dosen FISIP Unwahas yang tidak saya sebut satu persatu tanpa mengurangi hormat saya, terima kasih atas fasilitas, ilmu, dan pendidikan yang telah di berikan selama proses perkuliahan.
7. Bapak Abdul Hafidz yang telah memberikan pengarahan dalam proses penyusunan penelitian ini.
8. Kepada seluruh tim sukses Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto, Terutama kepada Pak Muhammad Affan selaku Katua tim sukses, Pak Sugiharyadi, Pak Irwan Fakhruhin Hakim, M. Lutfhi Afifi yang telah bersedia memberikan banyak informasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

9. Partner Hidup Maulida Khoirun Nissa yang selalu setia menemani penulis dalam lika liku luka, suka maupun duka.
10. Seluruh keluarga besar Jurusan Ilmu Politik Unwahas dari berbagai angkatan, khususnya kepada angkatan 2013, terimakasih atas kebersamaan, keceriaan, dan rasa kekeluargaannya selama masa perkuliahan.
11. Sahabat-sahabat terbaik, yakni; Bung Halim, Bung Munir, Mas Sahbana, dan seluruh penghuni paguyuban OGK yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Apapun kondisinya, dimanapun keberadaannya, semoga kita selalu masih bisa menyambung tali silaturahmi.
12. Owner Kedai Garuda cak Arafat, trimakasih atas fasilitas wifi dan kopinya selama penulisan skripsi ini.
13. Kawan-kawan pengurus BEM-U periode 2016-2017 yang totalitas dalam pengabdian, trimakasih atas kebersamaannya dalam merasakan getir pahitnya perjuangan. Yakinkanlah kawan, ilmu, pengalaman, dan relasi yang kita dapatkan kelak akan sangat berguna dimasa depan.
14. Keluarga MATAN, Sahabat PMII, Keluarga Mahasiswa Rembang Semarang (Kumbang), trimakasih atas pengalaman organisasi yang telah diberikan.
15. KH. Maemoen Zubair, Maulana Habib Luthfi bin Yahya, Emha Ainun Najib, semoga beliau bertiga senantiasa diberi kesehatan dan panjang umur. Amiin.

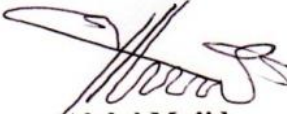
16. KH. Said Abdurrohman. KH. Adib Abdurrohman. KH. Ahdal Abdurrohman, dan Para Masyayikh dan guru-guru dipondok pesantren Sarang Rembang yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu agama kepada penulis.

Demikian pengantar dari penulis, dengan penuh kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari sisi penjabaran teori, sistematika, maupun materi penelitian. Hal tersebut tidak lain karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan kemampuan penulis dalam menjabarkan teori marketing politik yang di gunakan oleh tim sukses pasangan Abdul Hafidz dan Bayu Andriyanto dalam Pilbup di Kabupaten Rembang tahun 2015. Oleh karenanya penulis sangat berharap masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Wallahul Muwaffiq Ila Aqwamith Thaariq

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis

Abdul Mu'id

ABSTRAK

Nama : Abdul Muid
Program Studi : Ilmu Politik

PENERAPAN MARKETING POLITIK DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH

**(Studi Kasus Marketing Politik Pasangan Independen Abdul Hafidz-Bayu
Andriyanto dalam Pilbup Kabupaten Rembang Tahun 2015)**

Pilkada yang dilakukan pada tanggal 09 Desember menjadi momentum penting dalam pendewasaan demokrasi di Tanah Air. Pilkada pada tanggal 09 Desember 2015 menjadi berbeda dengan pilkada sebelum-sebelumnya karena dilakukan secara serentak digelar di 264 wilayah. Dari jumlah tersebut berdasarkan studi yang dilakukan oleh Skala Survei Indonesia (SSI), menunjukkan calon dari jalur perseorangan yang maju dalam pilkada 2015 baru sebesar 35%. Dari jumlah tersebut yang mencatat kemenangan hanya 14,4%. Di Jawa Tengah sendiri hanya ada 4 pasangan calon yang maju melalui jalur independen. Dari ke empat pasangan calon tersebut hanya pasangan Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto yang berhasil meraih kemenangan. Dari fakta diatas, maka sangat menarik untuk meneliti startegi marketing politik pasangan Abdul Hafidz-Bayu yang maju melalui jalur independen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan strategi marketing politik pasangan Abdul Hafidz-Bayu dan faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe peneitian studi kasus. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, tim sukses pasangan Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto telah menjalankan strategi marketing politik secara efektif dan tepat sasaran. Tim berhasil memanfaatkan sumber daya yang dimiliki baik oleh Abdul Hafidz maupun Bayu Andriyanto dengan maksimal. Dalam menyusun strategi marketing politik, tim sukses melakukan pemetaan dan segmentasi terhadap kelompok masyarakat. Kemudian tim mengembangkan progam marketing yang terdiri dari *product*, *promotion*, *price*, dan *place* disesuaikan dengan karakteristik dari setiap segmen.

Kemenangan pasangan Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung diantaranya yaitu, popularitas yang dimiliki Abdul Hafidz, modal finansial yang cukup, adanya dukungan dari partai politik, dan sumber daya tim sukses yang sudah pengalaman dan memiliki struktur kuat sampai ditingkat desa. Adapun yang menjadi kendala dalam menjalankan strategi marketing politik pasangan Hafidz-Bayu yaitu, ketatnya persaingan, adanya upaya penjegalan dari parpol atas majunya Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto melalui jalur independen, dan adanya kampanye hitam yang diarahkan kepada pasangan Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto.

Kata Kunci: Marketing Politik, Pemilihan Bupati Rembang.

ABSTRACT

Name : Abdul Muid
Study Program : Political Science

THE APPLICATION OF POLITICAL MARKETING IN LOCAL ELECTION (Case Study of Political Marketing Independent Candidates Abdul Hafidz- Bayu Andriyanto in Local Election in 2015)

The local election on 09 December became an important momentum in the maturation of democracy in the country. This election was different from the previous election because it was done simultaneously in 264 regions. Of the amount, according to a study found by the Indonesia Survey Scale (SSI), showed independent candidates who advanced in the election in 2015 were only 35%. Of that amount, which recorded a victory of only 14,4%. In central java there are only 4 pairs of independent candidates. Of the four pairs that independent candidates are only candidate pair Hafidz-Bayu who won the victory. From the facts above, it is very interesting to examine the political marketing strategy of the Hafidz-Bayu independent.

This research was conducted to find out the application of political marketing strategy of candidate pair Hafidz-Bayu and what factors are the supporters and obstacle. This research uses qualitative approach with case study research type. Instruments used in this study are in-depth interviews, observation, and documentation.

Based on this study shows that, the team's success of Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto has run a political marketing strategy effectively and on target. The team managed to utilize resources owned by both Abdul Hafidz and Bayu Andriyanto maximally. In formulating a political marketing strategy. Then the team conducted mapping and segmentation to the community groups. The team develop marketing programs consisting of product, promotion, price, and place tailored to the characteristics of each segment.

The victory of Abdul Hafidz and Bayu Andriyanto not apart from some supporting factors, such as the popularity of Abdul Hafidz, Sufficient financial capital, support from political parties, and resources of successful teams that are professional and have strong structures up to the village level. As for the obstacles in carrying out Hafidz-Bayu's political marketing strategy is, As for The obstacles in implementing Hafidz-Bayu's political marketing strategy is, There was an attempt by the Political Party to thwart Hafidz-Bayu's go forward through independent channels, and a black campaign directed at Hafidz-Bayu's.

Keywords: Political Marketing, The Election of Bupati Rembang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Kerangka Dasar Teori	11
1. Tinjauan Pilkada.....	11
2. Pengertian Marketing Politik	18
3. Konsep Marketing Politik	21
D. Metode Penelitian.....	34
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	40

A. Letak Geografis	40
B. Kondisi Demografis	43
C. Profil Pasangan	46
D. Peta politik Pilbup Rembang tahun 2015.....	49
BAB III HASIL DAN PENELITIAN.....	55
A. Strategi Marketing Politik Pasangan Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto dalam Pilbup Rembang Tahun 2015.....	56
1. Segmentasi	57
2. <i>Positioning</i>	60
3. Produk (<i>Product</i>).....	63
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	71
5. Harga (<i>Price</i>).....	82
6. Tempat (<i>Place</i>).....	85
B. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Marketing Politik Pasangan Abdul Hafidz-Bayu Andriyanto	87
BAB IV PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perolehan Suara Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Rembang Tahun 2015.....	7
Tabel 1.2 Metode Segmentasi Pemilih.....	25
Tabel 1.3 Informan yang di Wawancara	36
Tabel 2.1 Luas Kecamatan di Kabupaten Rembang	41
Tabel 2.2 Jumlah penduduk Kabupaten Rembang Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kecamatan.....	43
Tabel 2.3 Daftar Pemilih Tetap Kabupaten Rembang Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Rembang Tahun 2015.....	47
Tabel 2.4 Daftar Nomor Urut Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Rembang Tahun 2015	49
Tabel 2.5 Jumlah Dukungan Calon Perseorangan	50
Tabel 2.6 Partisipasi Poitik Masyarakat Rembang dalam Pilbup 2015	51
Tabel 2.7 Suara Sah dan Tidak Sah Pilbup Rembang 2015.....	52

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Proses Marketing Politik.....	23
Bagan 1.2 Segmentasi dan Positioning Politik	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pasangan Abdul Hafidz dan Bayu Andriyanto Naik Becak Saat Daftar di KPU.....	59
Gambar 3.2 Tampilan Facebook Hafidz-Bayu	76
Gambar 3.3 Tampilan Facebook Relawan Hafidz-Bayu	77
Gambar 3.4 Spanduk Pasangan Hafidz-Bayu	79



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman wawancara
2. Transkrip wawancara

