

ABSTRAKSI

NAMA : BOY FIAN AFRIYANTO N
NIM : D2B005080
JUDUL : STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN (PDIP) DALAM PEMILIHAN UMUM PRESIDEN 2009 Di KABUPATEN PURWOREJO
JURUSAN/PS : ILMU PEMERINTAHAN/STRATA-1

Di tengah era demokratisasi, strategi-strategi marketing merupakan cara yang tepat untuk menghasilkan kemenangan dalam pemilihan umum. Marketing, yang diadaptasi dalam dunia politik dapat digunakan sebagai sarana memasarkan kandidat dalam memenangkan pemilihan. Hal ini pula yang dilakukan oleh DPC PDI-P Kabupaten Purworejo dalam pemilu presiden 2009. Penurunan perolehan kursi DPRD Kabupaten Purworejo yang dialami PDIP pada pemilu legislatif 2009 dapat dijadikan gambaran betapa perlunya pembenahan strategi yang digunakan dalam pemilihan umum presiden 2009. Maka dari itu perlu diketahui bagaimana strategi marketing politik yang diterapkan PDI-P dalam pemilu presiden 2009 di Kabupaten Purworejo.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian bersifat deskriptif analitis yang memberikan analisa terhadap gambaran gejala-gejala dan kenyataan yang ada di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pengurus DPC PDIP Kabupaten Purworejo yang juga berperan menjadi tim sukses (Badan Pemenangan Pemilu) untuk wilayah Purworejo, selain itu ditambah dari internet dan dokumen-dokumen lain yang dibutuhkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing politik yang dibuat oleh BP Pemilu menyesuaikan dengan kondisi sosial ekonomi dan kultur yang ada di Kabupaten Purworejo. Golongan masyarakat menengah ke bawah menjadi prioritas utama dari sasaran segmen massa yang dibidik. Pelaksanaan strategi tersebut dikemas dalam beberapa tahapan mulai dari pra kampanye yang meliputi segmentasi, *targeting* dan *positioning*, dan dilanjutkan dengan proses kampanye untuk melakukan pendekatan serta pembentukan *image* hingga pasca kampanye dengan tujuan melakukan penjagaan terhadap massa solid. Sedangkan efektifitas dari strategi marketing politik tersebut dilihat dari adanya peningkatan suara PDIP dibanding pada pemilihan legislatif sebelumnya.

Kata kunci : Marketing Politik, Pemilu Presiden 2009, BP Pemilu, PDIP

Semarang, Juni 2010
Dosen Pembimbing

Drs. Turtiantoro, M.Si
NIP.19580418 198403 1 002