

ABSTRAKSI

NAMA : CICI SITUMORANG
NIM : D2B006015
**JUDUL : STRATEGI MARKETING POLITIK
PEMILUKADA PURBALINGGA 2010**
JURUSAN/PS : ILMU PEMERINTAHAN/STRATA-1

Strategi marketing politik merupakan salah satu cara untuk bisa memenangkan Pemilukada. Strategi marketing terdapat 3 point penting yaitu segmentasi, targeting, dan positioning. Dengan adanya strategi marketing politik lebih memudahkan para kandidat beserta partai pengusungnya politik dalam memenangkan Pemilukada di daerah. Sehingga lebih mengefektifkan dan mengefisienkan segala aspek yang ada baik itu tim sukses maupun partai politik. Salah satu kabupaten yang dianggap berhasil yaitu Purbalingga, dimana selama 3 kali berturut- turut memenangkan pemilukada didaerah dengan menggunakan strategi marketing politik. Keberhasilan ini dikarenakan tim yang sangat solid dari beberapa partai politik pendukung, sehingga memudahkan dalam membawa kandidat pada kemenangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberhasilan strategi dan segmentasi pemilih yang di lakukan oleh pasangan Heru-Kento beserta Tim suksesnya untuk bisa menarik simpati masyarakat Purbalingga. Selain itu sebagai panduan unutm daerah – daerah lain agar bisa mencapai kemenangan dengan cara yang tepat serta efektif dan efisien.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan beberapa Tim Sukses pasangan Heru-Kento, mantan Ketua DPC PDI-Perjuangan sebagai partai pendukung, ketua DPRD, LSM, media, partai pendukung lainnya, tokoh masyarakat beserta tokoh agama yang berada di Purbalingga.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa faktor figur dan partai politik pengusung merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam strategi di Kabupaten Purbalingga. Dan strategi lain yangjuga berpengaruh adalah perilaku memilih, tim sukses, figure dan *leadership*, dan *incumbent*.

Semarang, 24 Februari 2011
Dosen Pembimbing

Drs. Priyatno Harsasto, MA
NIP. 19610621 198703 1 001