

***Political Marketing* Bupati Bantul Terpilih periode 2015-2020
(Strategi Pemenangan Harsono-Halim dalam Pemilihan Bupati Bantul)**

Skripsi



Oleh

Catur Igo Prasetyo

20130530343

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Catur Igo Prasetyo

NIM : 20130530343

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis

Catur Igo Prasetyo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya tulis akhir ini kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaiannya yang terdiri dari :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang memberikan segala kemudahan serta tempat bersandar dalam segala situasi.
2. Yang tercinta Ayah Slamet Riyadi, Ibu Tumiyem, Mbak iik, Mas Nova, Mas Agus, Sukma, dan Mia Elvina terima kasih atas segala doa, dukungan, kasih sayang, pengertian dan perhatiannya.
3. Bapak Haryadi Arief, S.IP, M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terima kasih atas surat ijin dan kesempatan yang diberikan.
4. Taufiqur Rahman, S.IP., MA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu memberikan pengarahan selama proses pembuatan skripsi.
5. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si dan Ibu Firly Annisa, S.IP, MA sebagai Dosen Penguji Skripsi.
6. Bapak Darwin selaku penanggung jawab dari Tim Sukses Harsono-Halim yang telah bersedia menjadi narasumber utama dalam penelitian ini.
7. Kepada Pak Jono, Pak Mur, dan Mbak Siti staf TU Jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Kepada sahabat-sahabat seperjuanganku Bang Adam, Fadjri, Rizky, Budi, Fardan, Memet, Gofur Terima kasih karena sudah menjadi bagian dari

sejarah hidup. Terima kasih sudah menerima satu sama lain, aku senang ada kalian.

9. Teman-teman Nobat, Ilham, Ghea, Zambasir, Ali, Laras, Isna, Septi, Esa, Arifian, Ari, Nurul, Sarah, Dwi yang mendukung semua proses pembuatan karya tulis ini.
10. Kepada semua pihak yang telah mendukung selama proses pembuatan skripsi ini.

OPTIMIS, USAHA, DOA
MERUPAKAN JALAN KEBERHASILAN YANG NYATA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji syukur penulis sampaikan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, atas segala rahmat dan karunia-Nya, dan tak lupa pula shalawat beserta salam selalu tecurahkan bagi Nabi Muhammad Sallallahu Alaihi Wasallam yang telah membawa kita ke peradaban yang lebih baik seperti sekarang ini. Atas ridha Allah Subhanahu Wata'ala juga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul **“*Political Marketing* Bupati Bantul Terpilih periode 2015-2020 (Strategi Pemenangan Harsono-Halim dalam Pemilihan Bupati Bantul)”** ini dengan baik. Karya tulis ini disusun guna melengkapi persyaratan untuk meraih gelar Strata 1 (satu) di Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari dan memohon maaf apabila karya tulis ini jauh dari kata sempurna. Penulis berharap sudi kiranya untuk memberikan masukan dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini agar dapat menjadi acuan penelitian-penelitian selanjutnya. Terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat, semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalasnya.

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	9
1. Komunikasi Politik.....	9
a. Proses dan Tindakan-Tindakan Komunikasi Politik.....	11
2. Strategi <i>Political Marketing</i>	14
a. Proses Riset <i>Political Marketing</i>	17
b. <i>Political Marketing Management</i>	19
c. <i>Marketing Mix</i> dan <i>Pelaksanaan Political Marketing</i>	21
d. Evaluasi dalam <i>Political Marketing</i>	23
F. Metode Penelitian.....	26

1. Jenis Penelitian	26
2. Sumber Data	27
3. Lokasi Penelitian	27
4. Teknik Pemilihan Informan.....	27
5. Teknik Pengumpulan Data	28
a. Wawancara	28
b. Dokumentasi.....	28
6. Teknik Analisis Data	30
7. Uji Validitas Data	32

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Perkembangan Politik di Kabupaten Bantul	34
1. Daftar Bupati yang Pernah Memimpin Kabupaten Bantul.....	35
2. Proses Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Bantul	36
3. Dinasti Politik dalam Sejarah Pilkada Bantul	40
B. Kekuatan Harsono-Halim Sebagai Aktor Baru	45

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian data	50
1. Proses dan Tindakan Komunikasi Politik Tim Sukses Harsono-Halim	51
a. Pesan Politik.....	51
b. Komunikator Politik.....	55
c. Penerima Pesan	57
d. Saluran Komunikasi dan Media Komunikasi Politik	61
2. Strategi Riset <i>Political Marketing</i> Tim Sukses Harsono-Halim	66
a. Merumuskan Masalah dan Sasaran Riset	66
b. Pengembangan Rencana Riset	70
c. Mengimplementasikan Rencana Riset	71
3. <i>Political Marketing Management</i> dan <i>Marketing Mix</i> Tim Sukses Harsono-Halim	72

a. <i>Product</i>	72
b. <i>Promotion</i>	73
c. <i>Price</i>	74
d. <i>Place</i>	74
4. Evaluasi <i>Political Marketing</i> Tim Sukses Harsono-Halim	75
B. Analisis Data	76
1. Strategi Memenangkan Massa Tim Sukses Harsono-Halim Melalui Komunikasi Politik.....	76
2. Literasi Politik Tim Sukses Harsono-Halim.....	85
3. Media Komunikasi Politik Harsono-Halim dalam mempengaruhi Pemilih.....	89
4. Sistem Kolektif Kolegial dalam <i>Political Marketing</i> Harsono-Halim	96
5. <i>Management Political Marketing</i> Tim Sukses Harsono-Halim dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Bantul.....	99
6. Evaluasi	105
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	115

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Bagan Proses Pemasaran Riset	17
Bagan 1.2. Bagan <i>Conceptualising Political Marketing</i>	21
Bagan 3.1. Bagan Proses Pemasaran Riset.....	66
Bagan 3.2. Bagan Proses mengumpulkan aspirasi dari Tim Sukses Harsono-Halim	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Foto Drs. H. Suharsono	55
Gambar 3.2. Baliho Kampanye Harsono-Halim	62
Gambar 3.3. Pamflet Kampanye Harsono-Halim	63
Gambar 3.4. Majalah Kampanye Harsono-Halim	64
Gambar 3.5. Stiker Kampanye Harsono-Halim.....	65
Gambar 3.6. Data Tingkat Kemiskinan di Provinsi DIY	81