

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Catur Igo Prasetyo (20130530343)

“*Political Marketing* Bupati Bantul Terpilih periode 2015-2020

(Strategi Pemenangan Harsono-Halim dalam Pemilihan Bupati Bantul)”

Tahun Skripsi : 2017 + 121 halaman

Daftar Pustaka : 14 Buku + 2 Jurnal + 8 Media Online

Political marketing merupakan bagian dari masyarakat, pada dasarnya *political marketing* adalah segala cara yang dipakai dalam kampanye politik untuk mempengaruhi pilihan para pemilih. Cara yang digunakan akan membentuk suatu rangkaian makna politik secara otomatis didalam pikiran para pemilih dalam menjatuhkan pilihannya, arti dari politis inilah yang menjadi *output* penting *political marketing* yang menentukan. *Political marketing* yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu *political marketing* yang dilakukan oleh Harsono-Halim dalam memenangkan Pilkada Bantul 2015.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pihak yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan *political marketing* yang dilakukan oleh Tim Sukses Harsono-Halim dalam selama kampanye Pilkada Bantul 2015 . Validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekompakan Tim Sukses Harsono – Halim yang terbagi dalam beberapa level menunjukkan pula bahwa mekanisme kerja tim cukup solid dan proporsional. Di level pertama, ada tim kerja intelektual, level kedua adalah tim kerja organisasi atau ketatausahaan, di level ketiga yaitu mereka yang bekerja di lapangan. Semuanya bersinergi, berkoordinasi dan bergerak dalam satu tekad dengan sebuah jargon politik Perubahan. Dalam perspektif politik kekinian seiring meningkatnya wawasan warga sesungguhnya berkorelasi dengan sikap dan perilaku politik masyarakat itu sendiri.

Kata Kunci : *political, marketing, kampanye, pilkada*

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Departement of Communication

Public Relations Concentration

Catur Igo Prasetyo (20130530171)

“*Political Marketing Bantul Regent Selected period 2015-2020(Harsono-Halim Victory Strategy in Bantul Regent Election)*”

Thesis Year : 2017 + 121 Pages

References : 14 Books + 2 Journal + 8 Online Searches

Political marketing is part of society, political marketing is any way used in political campaigns to influence voters choice. The method used will form a series of political meanings automatically in the minds of the voters in the choice, the political meaning of this is the important output of determining political marketing. Political marketing that became the focus in this research is political marketing conducted by Harsono-Halim in winning elections in Bantul 2015.

The research method used in this research is descriptive qualitative research by collection data through interview and documentation. Interview conducted to the party responsible for the implementation of political marketing activities conducted by the Harsono-Halim Success Team during the Bantul Pilkada 2015 campaign. Data validity was also done by source triangulation.

The results showed the compactness of the Harsono - Halim volunteer team that is divided into several levels also shows that the working mechanism of the team is quite solid and proportional. At the first level, there is an intellectual work team, the second level is an organizational or administrative work team, on the third level of those working in the field. Everything synergizes, coordinates and moves in a determination with a political jargon of Change. In the present political perspective as citizens' insight is actually correlated with the attitude and political behavior of society itself.

Keywords: political, marketing, campaign, pilkada