

SINOPSIS

Tahun 2015 menjadi tonggak sejarah permulaan Indonesia melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara serentak. Demikian juga yang terjadi di Kab. Bantul pada 9 Desember 2015 melaksanakan Pilkada Serentak dengan hasil kemenangan pasangan H. Suharsono dan H. Abdul Halim Muslih dengan perolehan suara sebesar 261.412 suara sah atau 52,8 % sebagai Bupati dan Wakil Bupati terpilih periode 2016-2021. Dalam hal akan diteliti tentang Strategi Pemasaran Politik Pasangan Suharsono dan Abdul Halim Muslih dalam Pemenangan Pilkada Bantul 2015. Menjadi hal yang menarik untuk diketahui bagaimana pengimplementasian pemasaran politik yang dilakukan sehingga bisa mengalahkan calon kuat petahana dalam Pilkada Bantul 2015.

Penelitian skripsi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah pasangan Suharsono-Halim di Pilkada Bantul. Penelitian dilakukan dengan mewawancarai tim sukses, partai pengusung, dan tentunya Suharsono dan Halim sebagai kandidat, dalam pengumpulan data juga dilakukan dokumentasi data dari berbagai sumber guna menjadi bahan kajian penelitian ini.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *push marketing* dan *pass marketing* menjadi cara penyampaian produk politik utama yang dilakukan pasangan Suharsono-Halim. Dengan melakukan kampanye di berbagai tempat, mengadakan pengajian, dan membuka Harsono center sebagai media tatap muka dengan pemilih. Penguatan jaringan tim pendukung sebagai *influencer* juga dilakukan. NU sebagai organisasi pendukung gencar melakukan promosi dan juga Relawan Gerakan Perubahan yang bergerak hingga tatanan RT menjadi motor *pass marketing* yang dilakukan. Di dalam Pilkada Bantul 2015 ini pasangan Suharsono-Halim berhasil melakukan pendekatan kepada pemilih untuk mempromosikan calonnya dengan strategi pemasan politik, terutama melalui strategi *push marketing* dan *pass marketing*. Pendekatan secara langsung kepemilih oleh kandidat atau tim (*Push Marketing*) dilakukan sampai ketatanan masyarakat di dusun-dusun.

Penulis berharap dengan penelian ini dapat menambah *hazanah* ilmu pengetahuan tentang pemasaran politik dan pengembangan perpolitikan di Bantul. penulis ingin memberikan saran kepada setiap kandidat yang akan bertarung di Pilkada, jadikan kampanye sebagai media sosialisasi dan pemberian Pendidikan politik kepada masyarakat. Pemberian pesan *persuatif* untuk menarik hati para pemilih memang penting untuk memenangkan kontestasi politik, namun pesan politik bukan sekedar untuk kontestasi tetapi juga sebagai materi untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian politik masyarakat. Sehingga kemajuan di suatu daerah menjadi tanggung jawab bersama. Stimulan ini diperlukan untuk menggerakkan keaktifan masyarakat dalam pembangunan daerah.