

ABSTRAK

Haryadi Suyuti dan Imam Priyono yang pada periode 2011-2016 menjabat sebagai Walikota dan Wakil Walikota, bersaing merebut simpati pemilih Dalam Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2017. Sebagai Walikota Haryadi Suyuti sering di kritik masyarakat karena maraknya pembangunan hotel. Namun, Haryadi Suyuti berhasil terpilih kembali menjadi Walikota dengan meraih 100.332 atau 50,30 persen suara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kemenangan Haryadi Suyuti dan Heroe Poerwadi dalam Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2017. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, data penelitian diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah jika ditinjau dari modal politik, figur Haryadi yang merupakan Walikota Petahana memberikan keuntungan sebab ia dapat mengakses segala sumberdaya yang dibutuhkan seperti birokrasi, politik, dan informasi, Faktor lain, pasangan Haryadi-Heroe di dukung oleh banyak Partai Politik yakni 6 Parpol dengan 24 kursi di DPRD dari 40 jumlah kursi di DPRD Kota Yogyakarta. Haryadi-Heroe memiliki modal sosial yang baik yakni : Haryadi-Heroe berhasil menjawab isu perizinan hotel dengan menawarkan program kerja penyediaan ruang terbuka hijau, Haryadi-Heroe didukung juga oleh jaringan-jaringan sosial yang memadai seperti; Muhammadiyah, Rumah Keluarga Indonesia dan Gerakan Pena Muda. Total dana kampanye Haryadi-Heroe Rp.344.030.000. Haryadi-Heroe mempercayakan Tri Kirana Muslidatun dan RKI sebagai influencer untuk meraih suara pemilih perempuan, Gerakan Pena Muda untuk meraih suara pemilih muda , tim sukses Haryadi-Heroe juga diuntungkan karena didalam koalisi terdapat banyak kader Muhammadiyah sehingga mereka bisa lebih mudah meraih simpati pemilih dari kalangan Muhammadiyah, dan dalam menyampaikan pesan kampanye Haryadi-Heroe menemui masyarakat secara langsung dan juga beriklan di meda cetak dan elektronik.

Kata Kunci : Pilkada, Pilkada Serentak, Strategi Kampanye, Modalitas Politik, Marketing Politik

ABSTRACT

Haryadi Suyuti and Imam Priyono who's in the 2011 until 2016 period officiate as Mayor and Deputy Mayor in Yogyakarta, competed to win voters' sympathies in the Yogyakarta City Election in 2017. As Mayor Haryadi Suyuti was often criticized by the public because of the rise in hotel development. However, Haryadi Suyuti was successfully won elected as Mayor by winning 100.332 or 50,30 percent of the votes. This study aims to determine the factors that influence the victory of Haryadi Suyuti and Heroe Poerwadi in the Yogyakarta City Election in 2017. By using descriptive qualitative methods, research data were obtained through interviews and documentation. The results of this study are if viewed from political capital, Haryadi figure who is the Mayor of Petahana provides benefits because he can access all needed resources such as bureaucracy, politics, and information. Other factors, the Haryadi-Heroe pair is supported by many Political Parties namely 6 Political parties with 24 seats in the DPRD out of 40 seats in the Yogyakarta City DPRD. Haryadi-Heroe has a good social capital namely: Haryadi-Heroe managed to answer the issue of hotel licensing by offering a work program providing green open space, Haryadi-Heroe is also supported by adequate social networks such as; Muhammadiyah, Indonesian Family Home and Young Pena Movement. The total campaign funds of Haryadi-Heroe are Rp.344,030,000. Haryadi-Heroe entrusted Tri Kirana Muslidatun and RKI as influencers to win the votes of women voters, Pena Muda Movement to win young voters, the Haryadi-Heroe success team also benefited because in the coalition there were many Muhammadiyah cadres so that they could more easily win voters' sympathies from among Muhammadiyah, and in delivering the Haryadi-Heroe campaign message to meet the people directly and also advertise in print and electronic media.

Keyword : Local Election, Simultaneous concurrently, Local Election, Campaign Strategy, Political Modalities, Political Marketing.