

***STRATEGY PULL POLITICAL MARKETING***

(Strategi *Pull Marketing* Pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno Dalam  
Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017-2022)

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**DISUSUN OLEH :**

**FAISAL MUH. AMANULLAH**

**20150530208**

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

**2020**

**HALAMAN JUDUL**

***STRATEGY PULL POLITICAL MARKETING***

(Strategi *Pull Marketing* Pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno Dalam  
Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017-2022)

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**DISUSUN OLEH:**

**FAISAL MUH. AMANULLAH**

**20150530208**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2020**

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:


Hari : Rabu

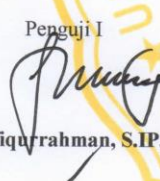
Tanggal : 08 Januari 2020


Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi

Dengan Nilai :

**Susunan Tim Penguji**

Ketua  
  
**Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si**

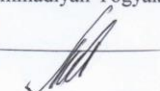
Penguji I  
  
**Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph.D**

Penguji II  
  
**Ayu Amalia, S.Sos., M.Si**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 08 Januari 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
**Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc**

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Faisal Muhammad Amanullah

NIM : 20150530208

Prodi/ Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : *Strategy Pull Political Marketing (Strategi Pull Marketing Pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno Dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017-2022)*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri sebagai penulis dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang menjadi rujukan telah saya nyatakan dengan benar. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari sumber sumber lain telah disebutkan dalam teks dengan menggunakan aturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta,  
  
Faisal Muh. Amanullah

METERAI  
TEMPEL  
049AHE096514549  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan menghaturkan rasa syukur atas kehadiran Allah Swt, atas izin-Nya maka skripsi ini dapat selesai. Shalawat serta salam semoga selalu terlimpah dan curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari jaman jahiliyyah menuju jaman ilmu pengetahuan saat ini. Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Abi dan Umi sebagai sosok pahlawan tanpa tanda jasa yang telah banyak berkorban dari hadirinya saya di muka bumi hingga hari ini. Dukungan doa yang selalu diringi setiap shalatnya, menjadi motivasi tersendiri bagi saya untuk segera menyelesaikan tanggungjawab ini.
2. Fitriyah Nur Hasanah sebagai kakaku yang selalu memberikan supportnya dengan marah-marah melalui whatsapp nya. Serta Aulia Mukhlisoh Zahra dan Alvar Rizky Ubaidillah kedua ponakan yang selalu memantik bahwa ada tanggungjawab lain selain saya hari ini.
3. Fifi Mufiyatul Masruroh sebagai teman perjuangan hidup ini yang selalu menemani dikala suka maupun duka dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Teman-Teman seperjuangan satu bimbingan Bersama Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si yang selalu mengingatkan saya untuk bimbingan bersama.
5. Teman-teman seperjuangan di Kuliah Kerja Nyata (KKN) 101 Kalitengkek yang telah menjadi warna tersendiri untuk mengabdikan diri secara langsung.

6. Keluarga Besar Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Periode 2015-2016 sebagai tempat awal berposes di organisasi saat kuliah.
7. Keluarga Besar Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Periode 2016-2017 menjadi tempat awal belajar untuk memimpin dan dipimpin.
8. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam Majelis Penyelamat Organisasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sebagai himpunan yang selalu menjadi tempat kembali di saat suka maupun duka.
9. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam Majelis Penyelamat Organisasi Cabang Yogyakarta yang hari ini ditengah kesibukannya mengemban amanah membuat saya tidak lupa bahwa ada amanah yang juga besar untuk segera diselesaikan.
10. Keluarga Besar Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai tempat awal dan akhir saya dalam melaksanakan tanggungjawab sebagai seorang mahasiswa.
11. Bapak Abdul Rahman Ma'mun, Naufal Firman Yursak dan Ali Rif'an sebagai narasumber dalam penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi informasi sehingga penelitian ini dapat selesai.
12. Pembaca yang memiliki minat khusus dalam kajian media dalam bidang politik. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi hasanah dari wacana keilmuan khususnya kajian media dan politik.

## **MOTTO**

**Watch Your Thoughts, They Become Words**

**Watch Your Words, They Become Action**

**Watch Your Action, They Become Habits**

**Watch Your Habits, They Become Character**

**Watch Your Character, They Become Destiny**

**-Lao Tzu-**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Pertama izinkan saya untuk menghaturkan rasa syukur kepada Allah SWT ataz izin-Nya maka saya diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Kedua, shalawat serta salam semoga selalu terlimpah dan curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyyah menuju zaman ilmu pengetahuan.

Skripsi dengan judul *Strategy Pull Political Marketing* (Strategi *Pull Marketing* Pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno Dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017-2022) adalah tanggungjawab akhir saya untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian dengan judul ini diambil berdasarkan ketertarikan penulis terhadap bidang politik. Saat pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017, penulis banyak mengikuti jalannya dinamika politik yang terjadi. Momentum debat politik menjadi agenda yang ditunggu untuk melihat kapasitas dari setiap kandidat. Tak lupa, penulis juga mengikuti berbagai sosial media yang digunakan oleh setiap kandidat untuk sesekali *stalker* terhadap postingan yang dibuat.

Awalnya penulis ragu untuk mengambil penelitian ini, karena konsekuensinya ialah penulis harus ke Jakarta untuk mendapatkan data dengan wawancara langsung kepada orang yang terlibat di tim media center pasangan Anies Baswedan



dan Sandiaga Uno. Namun penulis teringat kata Abi bahwa jalani saja apa yang menjadi pilihan. Kesempatan ini khususnya dalam menuliskan skripsi tidak terjadi dua kali dalam hidup ini. InshaAllah keluarga di rumah selalu *mensupport* setiap pilihan yang diambil. Dengan modal dorongan tersebut dan beberapa kenalan di Jakarta untuk membantu penulis. Maka penulis memberanikan diri mengambil penelitian ini.

Dalam beberapa kesempatan, penulis menemui kendala baik *referensi* penelitian sebelumnya yang masih sedikit mengenai *Pull Marketing* hingga penulis harus menyesuaikan waktu dengan narasumber yang semuanya memiliki kesibukan. Namun, kuasa Tuhan selalu mengiringi setiap langkah perjuangan ini. Hanya dengan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Pada kesempatan ini, izinkan saya sebagai penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si selaku Dosen pembimbing yang setia mendampingi dalam penyusunan skripsi dengan memberikan kritikan dan

saran hingga skripsi ini dapat selesai. Sosok yang sangat kagumi sebagai seorang aktivis perempuan.

5. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph.D dan Mbak Ayu Amalia, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji baik ujian proposal maupun ujian skripsi yang telah banyak memberikan kritik, saran dan arahan untuk skripsi ini.
6. Kepada Bapak Abdul Rahman Ma'mun, Naufal Firman Yursak dan Ali Rif'an yang telah bersedia menjadi narasumber dan berbagi ilmu serta pengalaman guna memenuhi data dalam skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, bahkan tak luput dari kesalahan. Oleh sebab saya ingin menyampaikan permohonan maaf apabila itu semua ada dalam karya ini. Kritik dan Saran dari para pembaca sekalian sangat penulis nantikan guna proses perbaikan dalam skripsi. Semoga karya kecil ini, dapat menjadi bacaan dan referensi bagi pembaca sekalian.

***Billahi tawfiq walhidayah***

***Wassamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh***

Yogyakarta,

Faisal Muh. Amanullah

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Faisal Muhammad Amanullah (20150530208)**

**Strategy Pull Political Marketing (Strategi Pull Marketing Pasangan Anies**

**Baswedan dan Sandiaga Uno Dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil**

**Gubernur DKI Jakarta 2017-2022)**

**Tahun Skripsi: 2019+110 Halaman+6 Lampiran+21 Gambar+15 Tabel**

**Daftar Pustaka: 16 Buku+ 3 Jurnal**

Strategi *Pull Marketing* menjadi salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam proses pemilihan kepada daerah. Pendekatan ini menitikberatkan pada penggunaan media dalam proses distribusi pesan politiknya kepada masyarakat. Kemenangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017 memanfaatkan berbagai media sebagai upaya penyampaian pesan politiknya kepada masyarakat. Media memungkinkan partai politik maupun kandidat untuk menyampaikan pesan politik politik secara cepat dan luas.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Dalam wawancara yang menjadi informan merupakan Tim Pemenangan khusus dalam bidang Media dan Pengamat maupun Pemerhati dalam pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017. Adapun untuk validitas data yaitu menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno memanfaatkan berbagai potensi media yang dapat digunakan, dari mulai media konvensional maupun digital, berbayar maupun tidak berbayar. Berbagai media tersebut digunakan untuk memasifkan pesan politik kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui dengan jelas pesan politik yang ingin disampaikan. Namun demikian, elemen yang terdapat dalam political marketing menjadi satu kesatuan strategi yang tidak dapat dipisahkan dalam strategi kampanye politik.

**Kata Kunci:** Pilkada, *Pull Marketing*, *Political Marketing*

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University Of Yogyakarta**

**Faculty of Social Science and Political Science**

**Departement of Communication Studies**

**Public Relations Concentration**

**Faisal Muhammad Amanullah (20150530208)**

**Strategy Political Marketing (Strategy Winning Of Anies Baswedan and Sandiaga Uno in Election Governor and Deputy Governor DKI Jakarta 2017-2022**

**Thesis Year : 2019+110 Pages+6 Attachment Pages+21 Pictures+15 Tabel**

**References: 16 Books+ 3 Journals**

*Pull Marketing Strategy is one of the approaches used in the process of the district heads election. This approach focuses on using media in the process of distributing political messages to the public. Anies Baswedan and Sandiaga Uno's victory on Jakarta Governor Election 2017 used various media as an effort and tool to convey the political message to the public. The media allows political parties and candidates to deliver political messages rapidly and comprehensive.*

*In this research used descriptive qualitative method by collecting data from interviews and documentation. The interviewees are from the political campaign staff of the media and observer department in the Jakarta Governor Election 2017. As for validity data used data triangulation method.*

*The results of this study indicated that candidates of Anies Baswedan and Sandiaga Uno utilizing a variety of potential media that can be used from conventional and digital media commercials. The various tools through media are used to ensure the political message to the public and its information clearly knows the political message to be conveyed. However, the elements contained in political marketing become a unified strategy that cannot be separated in a political campaign strategy.*

**Keyword (s):** *The District Head Election, Pull Marketing, Political Marketing*

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Kerangka Teori .....	12
1. <i>Political Marketing</i> .....	12
2. Strategi <i>Political Marketing</i> .....	14
3. Strategi <i>Pull Markeitng</i> .....	21

F. Metode Penelitian .....	34
1. Jenis Penelitian .....	34
2. Sumber Data .....	35
3. Lokasi Penelitian .....	35
4. Teknik Pemilihan Infoman .....	36
5. Teknik Pengumpulan Data .....	37
6. Teknik Analisis Data .....	38
7. Uji Validitas Data .....	40
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>42</b>
A. Profil Pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno .....	42
B. Visi dan Misi Anies Baswedan dan Sandiaga Uno .....	46
C. Gambaran Partai Pengusung .....	47
D. Gambaran Umum DKI Jakarta .....	49
E. Hasil Perolehan Suara dan Dinamika Partai .....	51
F. Kekuatan Pasangan Anies Basweda dan Sandiaga Uno .....	53
<b>BAB III: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>54</b>
A. Penyajian Data .....	54
1. Perencanaan <i>Pull Marketing</i> .....	54
2. Pelaksanaan <i>Pull Marketing</i> .....	57
3. <i>Elemen Political Marketing</i> .....	85
B. Analisis Data .....	95
1. Analisis Perencanaan <i>Pull Marketing</i> .....	95
2. Analisis Pelaksanaan <i>Pull Marketing</i> .....	96

3. Analisis *Elemen Political Marketing* ..... 102

**BAB IV: PENUTUP.....107**

A. Kesimpulan ..... 107

B. Saran ..... 109

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Profil Pasukan Jari Anies dan Sandi .....	9
Gambar 1.2	Tanggapan Fitnah Anies dan Sandi di Website .....	10
Gambar 1.3	<i>Elemen Political Marketing</i> .....	14
Gambar 3.1	Koran Jakarta Kita Hasil Produksi Tim Media .....	61
Gambar 3.2	Foto Anies Melihat Alat Peraga yang Rusak .....	62
Gambar 3.3	Tampilan Facebook Jakarta Maju Bersama .....	64
Gambar 3.4	Tampilan Twitter Jakarta Maju Bersama .....	65
Gambar 3.5	Tampilan Instagram Jakarta Maju Bersama .....	67
Gambar 3.6	Tampilan Website Jakarta Maju Bersama .....	68
Gambar 3.7	Tampilan Youtube Jakarta Maju Bersama .....	69
Gambar 3.8	Logo Jakarta Maju Bersama .....	72
Gambar 3.9	Foto Anies dan Sandi Menggunakan Songkok .....	73
Gambar 3.10	Foto Anies dan Sandi Dengan Gerakan OK OCE .....	74
Gambar 3.11	Cuplikan Anies dan Sandi Rekaman Rindu Rasul .....	76
Gambar 3.12	Cuplikan Anies Baca Tweet Jahat .....	77
Gambar 3.13	Tampilan Website Fitnahlagi.com .....	79
Gambar 3.14	Cuplikan Dukungan Pandji Untuk Anies dan Sandi .....	82
Gambar 3.15	Cuplikan Acara Santai Sore Raffi Ahmad .....	83
Gambar 3.16	Grafik Hasil Survei di Sosial Media .....	84
Gambar 3.17	Foto Sandi Kampanye Langsung ke Masyarakat .....	91
Gambar 3.18	Foto Anies Kampanye Langsung ke Masyarakat .....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Perolehan Suara Putaran Pertama .....	5
Tabel 1.2 Hasil Perolehan Suara Putaran Kedua .....	7
Tabel 2.1 Luas Wilayah DKI Jakarta .....	50
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk DKI Jakarta .....	51
Tabel 2.3 Hasil Perolehan Suara Putaran Pertama .....	52
Tabel 2.4 Hasil Perolehan Suara Putaran Kedua .....	53
Tabel 3.1 Jadwal Debat Politik di Televisi .....	58
Tabel 3.2 Jadwal Anies dan Sandi Tampil di Televisi .....	59
Tabel 3.3 Daftar Sosial Media Anies dan Sandi .....	63
Tabel 3.4 Frekuensi Postingan di Facebook .....	64
Tabel 3.5 Rekapitulasi Survei Digital di Twitter .....	66
Tabel 3.6 Frekuensi Postingan di Instagram .....	67
Tabel 3.7 Frekuensi Postingan di Website .....	69
Tabel 3.8 Frekuensi Postingan di Youtube .....	70
Tabel 3.9 Daftar Silaturahmi Anies dan Sandi Bersama Tokoh .....	93