

## SINOPSIS

Dalam Pembuatan Skripsi ini di latar belakang oleh konteks politik, Yogyakarta sejak lama sudah dikenal sebagai basis kaum abangan-nasionalis. Fatchiati (2009) melukiskan bahwa kedekatan sosio-politik masyarakat Yogyakarta pada ideologi nasionalis tak lepas dari peran Keraton Yogyakarta. Potret kekuatan politik itu tampaknya masih tidak banyak bergeser bila dikomparasikan dengan konteks politik pasca reformasi kini. Partai GOLKAR yang kurang diminati oleh masyarakat Yogyakarta. Inilah yang menjadi fokus latar belakang masalah.

Dalam Penelitian ini metode yang digunakan adalah meliputi, lokasi penelitian DPD Partai GOLKAR Kota Yogyakarta, teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi dari sumber data. Jenis penelitian yang digunakan adalah analisa kualitatif.

Semangat kekarya yang terwujud dalam bentuk pengakuan terhadap golongan karya bibitnya telah tumbuh ketika pembahasan penyusunan UUD 1945 sedang dilakukan. GOLKAR adalah merupakan satu-satunya jalan keluar untuk mengatasi suasana kehidupan politik yang penuh dengan pertentangan diantara partai-partai politik karena adanya pengkotak-kotakkan dan fanatisme golongan yang sempit yang sangat sudut proses konsolidasinya, maka GOLKAR adalah wadah bagi setiap warga negara Indonesia yang mempunyai persamaan kehendak dan cita-cita dalam mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang berkesinambungan antara material dan spiritual berdasarkan Pancasila dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Strategi Kampanye Partai Golkar Dalam Pemilu 2009, menggunakan *Push Marketing* merupakan sebuah tindakan dimana kandidat atau partai politik berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan secara langsung kepada pemilih diantaranya pemberian sembako, pelayanan kesehatan, pendidikan politik, perbaikan pembangunan masyarakat, pelaksanaan kegiatan beragama, *Pass Marketing* adalah sebuah tindakan dimana pemasaran produk politik melalui orang atau kelompok berpengaruh yang mampu mempengaruhi opini pemilih tokoh-tokoh GOLKAR diantaranya Sultan Hamengkubuwono X, Jusuf Kalla, Aburizal Bakrie, Nurul Arifin, Tantowiyahya, *Pull Marketing* adalah sebuah tindakan dimana pemasaran produk politik melalui media massa yang menitik beratkan pada image atau citra produk politik tersebut, Golkar memiliki Tv One dan Antv sebagai media pencitraan Partai GOLKAR. Analisis yang digunakan adalah SWOT dalam penulisan skripsi ini.