

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alie, Marzuki. (2013). *Pemasaran Politik di Era Multi Partai*. Jakarta : Expose
- Budiarjo, Miriam. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Firmanzah. (2006). *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- . (2010). *Persaingan, Legitimasi kekuasaan, dan Marketing Politik, Pembelajaran Politik Pemilu 2009*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- . (2011). *Mengelola Partai Politik, Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- . (2012). *Marketing Poltik : Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Politik : Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta : Buku Litera
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern : Acuan Wajib Mahasiswa & Profesional*. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nasution, S. (1995). *Metode research : Penelitian Ilmiah*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Peneltian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan*

Nursal, Adman. (2004). *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Pamungkas, Sigit. (2011). *Partai Politik-Teori dan Praktik di Indonesia*. Yogyakarta : Institut For Democracy and Walfafism

Rakhmat, Jalaludin. (1998). *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Surbakti, Ramlan. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta : PT Grasindo

Sudiby, Agus. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta : LKIS

Tjiptono Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI

Jurnal Ilmiah:

Loso, Turtiantoro, dan Susilo Utomo. (2013). Analisis Kegagalan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Memperebutkan Kursi di DPRD Kabupaten Batang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro Semarang*, Vol 1, No., Hal :
Online di [http : //fisip.undip.ac.id](http://fisip.undip.ac.id)

Tesis :

Hary P, Inco. (2012). *Political Marketing Partai Politik Baru Menuju 2014 : Studi*

Karya Strategi Demokrasi Partai MasDewi. Jakarta : Universitas Indonesia

Melia April, Triska (2012). *Push Marketing* Hanafi Rais - Tri Harjun dalam meraih dukungan pada pemilihan umum walikota Yogyakarta 2011. Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Riyadi, Ahmad. Pemasaran Politik Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono dalam memenangkan Pilkada Langsung di Kabupaten Bojonegoro Tahun 2007. Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Website :

(<http://www.tempo.co/read/news/2013/01/01/058451424/Enam-Pasangan-Calon-Bertarung-di-Pilkada-Banyumas>, diakses pada tanggal 10 November 2013 pukul 13.00 WIB)

(<http://kpud-banyumaskab.go.id/berita-76-rekapitulasi-perolehan-suara-pemilu-bupati-dan-wakil-bupati-banyumas-tahun-2013-oleh-kpu-kabupaten-b>, diakses pada tanggal 10 November 2013 pukul 14.10 WIB)

(<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2013/02/18/215656/Husein-Budhi-Sementara-Unggul->, diakses pada Tanggal 17 Desember 2013, pukul 10.27 WIB)

(<http://satelitnews.co/husein-blusukan-ke-sentra-perajin-sangkar-burung-dan-genteng/>, diakses pada tanggal 17 Desember 2013 pukul 10:53 WIB)

<http://www.suaramerdeka.com/v2/index.php/read/cetak/2013/02/18/215638/Tak-Lagi-Keok-di-Kandang-Banteng>

(<http://www.gatra.com/pemilu-profile-partai/25521-partai-demokrasi-indonesia->

(<http://ppp.or.id/page/visi-dan-misi-ppp/index/>, diakses pada tanggal 19 Januari

2012 subad 21 51 WTR)

Skripsi :

Melia April, Triska (2012). *Strategi Push Marketing* Hanafi Rais - Tri Harjun dalam meraih dukungan pada pemilihan umum walikota Yogyakarta 2011.

Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Riyadi, Ahmad (2008) *Pemasaran Politik* Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol.

(Purn.) Setyo Hartono dalam memenangkan Pilkada Langsung di Kabupaten

Bojonegoro Tahun 2007. Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Website :

([http://www.tempo.co/read/news/2013/01/01/058451424/Enam-Pasangan-Calon-](http://www.tempo.co/read/news/2013/01/01/058451424/Enam-Pasangan-Calon-Bertarung-di-Pilkada-Banyumas)

[Bertarung-di-Pilkada-Banyumas](http://www.tempo.co/read/news/2013/01/01/058451424/Enam-Pasangan-Calon-Bertarung-di-Pilkada-Banyumas), diakses pada tanggal 10 November 2013 pukul 13.00 WIB)

([http://kpud-banyumaskab.go.id/berita-76-rekapitulasi-perolehan-suara-pemilu-](http://kpud-banyumaskab.go.id/berita-76-rekapitulasi-perolehan-suara-pemilu-bupati-dan-wakil-bupati-banyumas-tahun-2013-oleh-kpu-kabupaten-b)

[bupati-dan-wakil-bupati-banyumas-tahun-2013-oleh-kpu-kabupaten-b](http://kpud-banyumaskab.go.id/berita-76-rekapitulasi-perolehan-suara-pemilu-bupati-dan-wakil-bupati-banyumas-tahun-2013-oleh-kpu-kabupaten-b), diakses

pada tanggal 10 November 2013 pukul 14.10 WIB)

([http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2013/02/18/215656/Huse](http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2013/02/18/215656/Husein-Budhi-Sementara-Unggul-)

[in-Budhi-Sementara-Unggul-](http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2013/02/18/215656/Husein-Budhi-Sementara-Unggul-), diakses pada Tanggal 17 Desember 2013, pukul 10.27 WIB)

([http://satelitnews.co/husein-blusukan-ke-sentra-perajin-sangkar-burung-dan-](http://satelitnews.co/husein-blusukan-ke-sentra-perajin-sangkar-burung-dan-genteng/)

[genteng/](http://satelitnews.co/husein-blusukan-ke-sentra-perajin-sangkar-burung-dan-genteng/), diakses pada tanggal 17 Desember 2013 pukul 10:53 WIB)

<http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20300780-T30366>

[Inco%20Har%20Perdana.pdf](#) di akses pada tanggal 17 Desember 2013 pukul

<http://www.suaramerdeka.com/v2/index.php/read/cetak/2013/02/18/215638/Tak-Lagi-Keok-di-Kandang-Banteng>

<http://www.gatra.com/pemilu-profile-partai/25521-partai-demokrasi-indonesia-perjuangan-pdip.html>, diakses pada tanggal 19 Januari 2013 pukul 21.51 WIB)

<http://www.orid/pegel/ici-dan-misi-ppn/index/>, diakses pada tanggal 19 Januari

Interview Guide

➤ SWOT

Strength

1. Dari segi komunikasi, Kekuatan apa saja yang ada pada Husein Berbudhi?
2. Bagaimana melihat hal tersebut sebagai kekuatan?
3. Bagaimana untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kekuatan tersebut?

Weakness

1. Dari segi komunikasi, Kelemahan apa yang ada pada Husein Berbudhi?
2. Setelah kelemahan itu diketahui, bagaimana cara mengatasi kelemahan tersebut?

Opportunity

1. Peluang apa yang ditemukan oleh Husein berbudhi pada pilkada 2013?
2. Berapa besar peluang yang ada?
3. Bagaimana cara memanfaatkan peluang tersebut?

Treatment

1. Ancaman yang bagaimana yang muncul pada pilkada 2013?
2. Siapa saja ancaman tersebut?
3. Bagaimana cara mengatasi ancaman tersebut agar bisa diminimalisir dengan baik?

➤ 9 Elemen *Political Marketing*

Positioning

1. *tag line* yang digunakan oleh Husein Berbudhi adalah *Lempeng Tur Mepeng* Mengapa memilih *tag line* tersebut untuk Pilkada 2013?
2. Bagaimana proses awalnya sehingga memilih untuk menerapkan *tagline* tersebut?
3. Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam mendukung *Tagline* tersebut?
4. Seragam dari Pasangan ini berbeda dari yang lain, yaitu dengan menggunakan batik motif *batik* dengan motif tersebut?

5. Bagaimana proses awalnya sehingga memilih seragam dengan batik bermotif bawor tersebut?
6. Perbedaan apakah yang menonjol dari calon-calon lain yang dimiliki oleh Husein Berbudhi?
7. Apakah setiap dapil/zona kampanye atau daerah-daerah tertentu menerapkan sesuatu yang berbeda?
8. Apakah untuk beberapa kategori pemilih Husein Berbudhi menentukan *tagline* yang berbeda?
9. Target apa yang akan dicapai melalui tagline tersebut?

Policy

1. Program/ Kebijakan-kebijakan apa yang ditawarkan oleh Husein berbudhi untuk para pemilih?
2. Mengapa memilih program tersebut?
3. Bagaimana proses penyesuaian program dengan situasi di masyarakat?
4. Target atau pengaruh apa yang sesuai pada program-program tersebut?
5. Dengan cara penyampaian yang seperti apa agar mudah di ingat oleh masyarakat?
6. Adakah proses riset terlebih dahulu untuk penentuan kebijakan-kebijakan tersebut?
7. Apakah setiap daerah akan menawarkan program-program yang berbeda?
8. Bagaimana untuk meyakinkan program tersebut kepada masyarakat?
9. Temuan apa yang ada di gejala masyarakat sehingga hal tersebut dijadikan bahan untuk dijadikan kebijakan?

Person

1. Apakah kelebihan dari pasangan Husein Berbudhi dari pasangan lain?
2. Pengalaman organisasi apa yang dimiliki oleh Pak Husein dan Pak Budhi?
3. Kemampuan khusus apa yang dimiliki oleh masing-masing dari Pak Husein dan Pak Budhi?
4. Dari segi kepemimpinan masing-masing dari Pak Husein dan Pak Budhi apa kelebihan masing-masing?
5. Apakah Pak Husein dan Pak Budhi merupakan representasi dari yang cilik?

6. Bagaimana gaya penampilan yang ditunjukkan oleh Pak Husein dan Pak budhi pada saat pilkada? Maupun penampilan sehari-hari?
7. Bagaimana jiwa sosial yang dimiliki oleh Pak Husein dan Pak Budhi?
8. Apakah Husein berbudhi menguasai tentang konsep organisasi secara mendasar?
9. Apakah Husein berbudhi memiliki kemampuan secara fungsional?
10. Bagaimana prinsip hidup dari Husein Berbudhi ?
11. Bagaimana emosional yang dimiliki Husein berbudhi dalam menghadapi sesuatu?
12. Apakah Husein Berbudhi merupakan sosok yang inspiratif?
13. Bagaimana dari segi fisik dan kesehatan yang dimiliki oleh Husein Berbudhi?

Partai / Party

1. Sejauh mana peran partai dalam menentukan proses kemenangan Husein Berbudhi?
2. Sejauh mana peran pendukung loyal partai dalam dukungan terhadap pasangan Husein berbudhi?
3. Seberapa besar partai dalam menentukan program-program yang diusung oleh Husein Berbudhi?
4. Untuk menguatkan suara yang berasal dari suara partai strategi seperti apakah yang dilakukan?
5. Bagaimana kinerja partai pendukung dalam proses pemenangan pasangan Husein Berbudhi?
6. Kegiatan apa yang dilakukan oleh partai pendukung untuk pemenangan Husein Berbudhi?
7. Apakah partai termasuk yang menentukan logo, tagline, atau simbol-simbol yang digunakan pasangan Husein Berbudhi?

Presentation

1. Bagaimana cara pasangan Husein Berbudhi dalam menyampaikan produk-produk politik kepada masyarakat?
2. Kegiatan seperti apa yang dilakukan untuk menyampaikan produk-produk, visi dan misi pasangan Husein Berbudhi?

4. Jika terdapat hambatan, Bagaiman cara mengatasinya?

Pull Marketing

1. Media seperti apa sajakah yang digunakan pasangan Husein berbudhi untuk menyampaikan program maupun visi dan misinya?
2. Apakah ada klasifikasi atau kriteria tersendiri dalam menentukan media yang dipilih?
3. Jika ada, untuk pemilih pemula media apa yang digunakan oleh Husein Berbudhi?
4. Apakah ada penggunaan melalui media sosial?
5. Apakah dibentuk relawan online untuk pelaksanaannya?
6. Untuk pemilih di daerah-daerah tertentu media apa yang digunakan oleh Husein Berbudhi agar pesan-pesan poltiknya dapat tersampaikan?
7. Untuk pemilih menengah ke atas media apa yang digunakan?
8. Sejauh mana efektifitas dari masing-masing media?
9. Apakah ada perbedaan untuk masing-masing zona kampanye, jika ada, untuk masing-masing zona tersebut media seperti apakah yang digunakan?
10. Bagaimana strategi penggunaan dari masing-masing karakteristik media yang berbeda?

Pass marketing

1. Siapakah person yang dipilih dalam menyampaikan produk politik tersebut?
2. Apakah dalam setiap zona kampanye person yang dipilih untuk menyampaikan berbeda?
3. Kelompok-kelompok mana sajakah yang memiliki pengaruh kuat untuk masyarakat Banyumas?
4. Bagaimana pendekatan yang dipilih untuk mendapatkan dukungan dari kelompok tersebut?
5. Dari partai sendiri, siapa sajakah yang didatangkan untuk mempengaruhi calon pemilih?
6. Mengapa memilih figur tersebut?
7. Tokoh seperti apa yang memiliki pengaruh sangat kuat di Banyumas?
8. Siapakah tokoh keagamaan yang ikut dalam kampanye?

9. Bagaimana strategi penggunaan dari masing-masing karakteristik media yang berbeda?

10. Selain tokoh adakah artis atau publik figur yang didatangkan untuk pilkada atau pada saat kampanye?

Polling

1. Riset apa sajakah yang dilakukan sebelum penggodokan strategi pemenangan?
2. Mengapa perlu melakukan riset tersebut?
3. Bagaiman pengaturan waktu dalam riset tersebut?
4. Temuan-temuan apa saja yang didapatkan dari riset tersebut?
5. Setelah memperoleh hasil dari riset tersebut, evaluasi seperti apakah yang dilakukan?
6. Sejauh mana pengaruh riset dalam strategi pemenangan?
7. Apakah riset menjadi patokan utama dalam menentukan strategi?

Push Marketing

• Persiapan pelaksanaan kegiatan

1. Untuk melancarkan kegiatan-kegiatan tersebut adakah pembentukan relawan khusus untuk terjun menemui pemilih?
2. Bagaimana proses pembentukan tim terjun lapangan pada pilkada 2013?
3. Siapa saja yang terlibat dalam pembentukan tersebut?
4. Bagaimana proses persiapan-persiapan dalam mematangkan strategi dengan cara menemui langsung kepada pemilih?
5. Bagaimana proses penyaringan relawan tersebut?
6. Apakah ada klasifikasi untuk masing-masing relawan dalam setiap daerah / zona kampanye?
7. Sosialisasi seperti apakah yang disampaikan kepada relawan agar satu suara dalam menyampaikannya program dan produk dari pasangan Husein berbudhi?
8. Dalam masing-masing bidang, apakah penempatan relawan dilakukan secara berbeda?

• Pelaksanaan kegiatan

1. Kegiatan / event apa saja yang dilakukan untuk menjangkau pemilih secara langsung?
2. Mengapa memilih kegiatan-kegiatan tersebut?

4. Pengaruh seperti apakah dari masing-masing kegiatan tersebut?
5. Di setiap daerah atau zona kampanye, apakah kegiatan-kegiatan yang dilakukan berbeda?
6. Jika terdapat perbedaan, kegiatan-kegiatan seperti apa yang dilakukan untuk masing-masing daerah?
7. Bagaimana dalam menentukan skala prioritas atau keberhasilan dalam melakukan kegiatan tersebut?
8. Untuk masing-masing lapisan masyarakat apakah ada klasifikasi dalam menentukan kegiatan-kegiatan tersebut?

- **Segmentasi**

1. Apakah ada perbedaan dalam kegiatan dimasing-masing daerah?
2. Dari segi demografi (pendidikan, umur, pekerjaan) apakah dibedakan kegiatannya?
3. Kegiatan apa yang akan dilakukan untuk konsituen yang aktif dan pasif dalam isu-isu politik?

- **Sosialisasi**

1. Siapa saja yang terlibat dalam sosialisasi
2. Apa saja yang disampaikan dalam sosialisasi
3. Bagaimana cara menyampaikan komunikasi tersebut dalam sosialisasi?
4. Tanggapan apa yang dikemukakan oleh audience saat melakukan sosialisasinya

- **Kegiatan dibidang keagamaan**

1. Kegiatan-kegiatan bidang keagamaan seperti apa yang dilakukan untuk menemui masyarakat secara langsung?
2. Mengapa memilih kegiatan tersebut?
3. Apakah ada kesesuaian dengan keinginan masyarakat?
4. Apakah kegiatan tersebut sesuai dengan program atau kebijakan yang ditawarkan Husein Berbudhi
5. Bagaimana pelaksanaan program tersebut?
6. Dimana saja kegiatan tersebut dilakukan?

8. Temuan-temuan apa yang didapat saat melakukan kegiatan tersebut? Sehingga menjadi bahan evaluasi dan bahan strategi untuk Husein berbudhi?

9. Kapan kegiatan tersebut dilaksanakan?

• **Kegiatan dibidang pendidikan**

1. Kegiatan-kegiatan bidang pendidikan seperti apa yang dilakukan untuk menemui masyarakat secara langsung?

2. Mengapa memilih kegiatan tersebut?

3. Bagaimana proses penentuan kegiatan tersebut?

4. Apakah ada kesesuaian dengan keinginan masyarakat?

5. Bagaimana pelaksanaan kegiatan dibidang pendidikan?

6. Apakah kegiatan tersebut sesuai dengan program atau kebijakan yang ditawarkan Husein Berbudhi

7. Dimana saja kegiatan tersebut dilakukan?

8. Siapa saja yang ikut terlibat dalam pelaksanaannya?

9. Temuan-temuan apa yang didapat saat melakukan kegiatan tersebut? Sehingga menjadi bahan evaluasi dan bahan strategi untuk Husein berbudhi?

10. Kapan kegiatan tersebut dilaksanakan?

11. Mengapa memilih waktu pada waktu tersebut? Adakah momen-momen dalam menentukan waktunya?

• **Kegiatan dibidang Kesenian dan budaya**

1. Kegiatan-kegiatan bidang Kesenian dan budaya seperti apa yang dilakukan untuk menemui masyarakat secara langsung?

2. Mengapa memilih kegiatan tersebut?

3. Bagaimana proses penentuan kegiatan tersebut?

4. Apakah ada kesesuaian dengan keinginan masyarakat?

5. Bagaimana pelaksanaan kegiatan dibidang kesenian dan budaya?

6. Apakah kegiatan tersebut sesuai dengan program atau kebijakan yang ditawarkan Husein Berbudhi

7. Dimana saja kegiatan tersebut dilakukan?

8. Siapa saja yang ikut terlibat dalam pelaksanaannya?

9. Temuan-temuan apa yang didapat saat melakukan kegiatan tersebut? Sehingga menjadi bahan evaluasi dan bahan strategi untuk Husein berbudhi?

10. Kapan kegiatan tersebut dilaksanakan?

11. Mengapa memilih waktu pada waktu tersebut? Adakah momen-momen dalam menentukan waktunya?

• **Kegiatan dibidang Kesehatan**

1. Kegiatan-kegiatan bidang Kesehatan seperti apa yang dilakukan untuk menemui masyarakat secara langsung?

2. Mengapa memilih kegiatan tersebut?

3. Bagaimana proses penentuan kegiatan tersebut?

4. Apakah ada kesesuaian dengan keinginan masyarakat?

5. Apakah kegiatan tersebut berawal dari riset?

6. Apakah kegiatan tersebut berawal dari isu publik?

7. Bagaimana pelaksanaan kegiatan dibidang Kesehatan?

8. Apakah kegiatan tersebut sesuai dengan program atau kebijakan yang ditawarkan Husein Berbudhi

9. Dimana saja kegiatan tersebut dilakukan?

10. Siapa saja yang ikut terlibat dalam pelaksanaannya?

11. Temuan-temuan apa yang didapat saat melakukan kegiatan tersebut? Sehingga menjadi bahan evaluasi dan bahan strategi untuk Husein berbudhi?

12. Kapan kegiatan tersebut dilaksanakan?

