

**Strategi *Push Marketing* Legislator Perempuan ERLIA RISTI (Demokrat)
Dalam Pemilu DPRD DIY Periode 2014 – 2019**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

RITA ARISANDY

20110530002

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan dihadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 04 Juli 2015
Tempat : Ruang Multi IK
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Firly Annisa, S.IP., MA.

Penguji II

Wulan Widiasari, S.Sos., MA.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 04 Juli 2015

Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rita Arisandy
Nomor Induk Mahasiswa : 20110530002
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Judul Skripsi : Strategi *Push Marketing* Legislator Perempuan
Erlia Risti (Demokrat) Dalam Pemilu DPRD DIY
Periode 2014-2019

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

(Rita Arisandy)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasulullah S.A.W bersabda, “ *Orang yang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.*” (HR Thabrani dan Daruquthni)

Kalimat ini yang hidup dalam sanubari di setiap langkah menepakkan kaki di Bumi tercinta ini untuk selalu dapat menuntut ilmu dan haus akan ilmu pengetahuan berharap dapat memberikan perbaikan untuk kemaslahatan umat.

Tulisan sederhana ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Mama, Siti Jubaedah. Mama yang selalu menjadi motivasi dalam kehidupanku, mama selalu menanamkan jiwa-jiwa yang hidup, api semangat, keyakinan, keberanian dan percaya pada impian-impianku selama ini hingga ku bisa merantau di kota Yogyakarta. Mama yang menjadi payung ketikaku kehujanan, ketika dunia berhenti memberikan sinarnya untukku. Teladan dan kesabarannya aku dapatkan dari seorang perempuan yang sangat ku sayang di dunia ini. You're My hero mam...I love You
- ❖ Papa, Abdurrahim. Papa menanamkan naluri kerja keras dalam kehidupanku. Bahwa kehidupan ini harus dijalankan dengan sebaik-baiknya dan melatihku bertanggung Jawab. Papa selalu memberikan kebebasan padaku, cara mendidiknya mengajarkan aku harus bertanggung jawab pada setiap apa yang telahku lakukan sekecil apapun itu. Terima kasih papa... aku selalu ingat ketika kita berdua memainkan gitar di halaman rumah.. :)
- ❖ My brothers Nur Aghil Missuari, Hafed Baqilani dan Aulia Assakir, kalian adalah saudara yang selalu menjagaku, selalu khawatir, dan membuat kegilaan dalam keluarga kita. Khusus buat aba as yang menemaniku di Jogja, kamu begitu sabar menghadapi adikmu yang banyak tingkah ini. Heheh.. walaupun begitu kau adalah tumpuan aku ketika aku butuh pinjaman duit...kwkakaka..
- ❖ Kaka ipar Ummi Kulsum dan keponaan Cantik, Farel, dan Al kalian adalah teman penghibur yang membuat keluarga ini menjadi lebih berwarna, kegirangan, kebahagiaan, kelucuan kita lalui bersama. Keponaanku tante sayang kalian...
- ❖ Ibu Tri Hastuti. Ibu Dosen yang tidak hanya menjadi pembimbing skripsiku tapi juga menjadi inspirasi dan motivasi. Beliau membimbingku seperti anaknya sendiri, membantu aku dan mendorongku agar menjadi lebih baik dan terus belajar. Dari dulu saya memang ingin menjadi mahasiswa bimbingan ibu karena ibu selalu memberikan pengetahuan-pengetahuan baru yang terkadang tidak dipikirkan.
- ❖ Mbak Firly memberikan masukan yang kritis serta menyemangati untuk menyusun skripsi ini. Dosen MPK favorit, ..hehehe
- ❖ Mbak Wulan yang ramah dan terbuka untuk berdiskusi. Terima kasih bu...
- ❖ Teman-teman kelas konsentrasi *public relations* yang aku sayang. Aku bahagia bisa bertemu kalian semua di Kota Jogja ini, di Kampus dan di tahun yang sama. Terutama Widya, Yuvi, yang menjadi kawan terbaik. Selalu membantu dan memotivasi aku dalam perjalanan saat kita bersama.

- ❖ Teman – teman Kos Pring Ijo. Terutama Desitha, Rasna, Andin, Wati kalian adalah tempat bercerita baik suka maupun duka terutama tentang masa depan dan usaha. Kerjaan kita dagang melulu...
- ❖ Kawan-kawan HMI Tunas Bangsa kalian adalah sang hijau hitamku, bang ichal, bang erik, bang alfian, bang amri, bang sultan, bang ardi, bang doni, mbk lolita, chun, suka maupun duka kita bersama berhimpun dalam Himpunan Mahasiswa Islam. Kebersamaan kita tidak akan aku lupakan. Disinilah kita berteman melebihi saudara.
- ❖ Kawan-kawan KOHATI (Korps HMI-Wati) cabang Yogyakarta terutama mbk kiki dan oliv kalian adalah perempuan yang luar biasa kuat dan tabah. Seperti slogan kohati Tabahlah HMI-Wati.
- ❖ Buat kawan teman jualan di sunmor lela dan bunga, kita bareng-bareng jualan. Ketika orang tertidur saat subuh tapi kita sibuk untuk bergegas berjualan. Semoga kita menjadi pengusaha sukses kelak. Amin hehehe
- ❖ Terima Kasih buat pak Jono, pak Slamet, pak Muryadi, dan mbk Siti yang selalu membantuku dari awal kuliah hingga akhir mengecap bangku kuliah. Kalian tidak hanya melayani tapi memberikan yang terbaik.
- ❖ Untuk kawan-kawanku BEM –Fisipol 2011, DPM-Fisipol 2012 dan BEM-U Kemenlu 2013. Kalian menjadi bagian dari waktu yang kuhabiskan selama ini. Terima kasih kawan...
- ❖ Untuk semua yang membaca tulisan sederhana ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi untuk pengetahuan dan keilmuan kedepannya, akan ku jaga nama dan almamaterku UMY. Amin

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang maha kuasa, maha besar dengan rahman dan rahim, telah dikarunikan serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang direncanakan. Shalawat serta salam dihaturkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad S.A.W dan para sahabatnya yang telah berjuang untuk menegakkan Islam hingga hari ini seluruh umat dapat merasakan keindahan dalam Islam.

Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam menyelesaikan menyelesaikan skripsi ini banyak pihak yang telah banya memberikan bantuan dan sumbangsih pikiran dan waktunya. Oleh karena itu, dengan sepenuh hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Tri Hastuti Nur Rochimah S.Sos., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang tulus membantu Saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Ibu yang tidak pernah berhenti mengajari saya menjadi mahasiswa yang dapat menghasilkan karya - karya yang bermanfaat. Mbak Firly Annisa, S.IP., MA. Penguji skripsi yang memberikan pandangan kritis dan Mbak Wulan Widyasari, S.Sos., MA. yang memberikan banyak saran serta motivasi agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi umat.
2. Keluarga tercintaku di Bima-NTB, Mama, ST. Jubbaidah, Papa, Arahim, Abang aghil, Abang Hafed dan Abang As, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada saya untuk menuntut Ilmu di Yogyakarta.
3. Kawan-kawan seperjuanganku di Jogja, teman-teman terkasih Kos Pring Ijo, Keluarga besar JIK UMY, kawan- kawan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), perempuan tangguh Korps HMI-Wati (KOHATI), semangat dan doa kalian adalah api motivasiku untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini bukan karya Tuhan dan jelas tidak sempurna. Penulis berharap saran dan kritik dari semua pihak untuk penyempurnaan selanjutnya.

Yogyakarta, Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1. Manfaat Teoritis.....	14
2. Manfaat Praktis.....	14
1.5 Kerangka Teori.....	15
1.5.1. Konsep <i>Marketing</i> Politik.....	15
1.5.2. Elemen-elemen <i>Marketing</i> politik.....	21
a.) <i>Positioning</i>	21
b.) <i>Pass Marketing</i>	22
c.) <i>Policy</i> (Kebijakan).....	23
d.) <i>Person/Figur</i>	24
e.) <i>Party</i>	25
f.) <i>Presentasi</i>	25
g.) <i>Push Marketing</i>	26
h.) <i>Pull Marketing</i>	27
i.) <i>Polling</i>	28
1.5.3. <i>Push Marketing</i>	29
1.5.4. Teori Perilaku Pemilih.....	30
a. Perilaku Pemilih dalam Pemilu DPRD.....	30
b. Pendekatan untuk memahami Pemilih.....	33
1.5.5. <i>Push Marketing</i> di Indonesia.....	36
1.6 Metode Penelitian.....	38
1.6.1. Jenis Penelitian.....	38
1.6.2. Objek Penelitian.....	39
1.6.3. Pendekatan Penelitian.....	39
1.6.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.6.4.1. Wawancara Mendalam.....	40
1.6.4.2. Dokumentasi.....	41
1.6.5. Analisis Data.....	42
a. Pengumpulan Data.....	42
b. Reduksi Data.....	42
c. Penyajian Data.....	43

d. Menarik Kesimpulan.....	43
1.6.6. Triangulasi Data.....	43
BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN.....	45
2.1. Profil Kandidat Erlia Risti (DAPIL 7 Gunung Kidul, Nomor Urut 2	45
2.1.1. Kandidat Calon DPRD DIY 2014-2019.....	45
2.1.2. <i>Push Marketing</i> Kandidat Erlia Risti.....	47
2.1.3. Visi-Misi Kandidat.....	49
2.2. Profil Partai Pengusung Kandidat.....	50
a. Tentang Partai Demokrat.....	50
b. Visi dan Misi Partai Demokrat.....	50
2.3. <i>Political Marketing</i> Indonesia.....	52
2.4. Pelaksanaan <i>Push Marketing</i> di Indonesia.....	54
a. Strategi <i>Push Marketing</i> tim sukses Husein Berbudhi dalam memenangkan pemilihan bupati dan wakil bupati kabupaten Banyumas periode 2013-2018.....	55
b. Pemasaran politik Drs. Suyoto, M,Si dan Drs. Letkol. (Purn) Setyo Hartonoo dalam memenangkan Pilkada langsung di Kabupaten Bojonegoro Tahun 2007.....	68
c. Strategi pemasaran politik pasangan Hery Zudianto-Haryadi Suyuti dalam Pilkada Kota Yogyakarta tahun 2006.....	72
2.5. Profil Kabupaten Gunung Kidul	74
a. Wilayah dan Potensi.....	75
b. Sosial Budaya	75
c. Sarana dan Prasarana	76
d. Kependudukan	76
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
3.1. Langkah-langkah Pelaksanaan <i>Push Marketing</i> Kandidat Erlia Risti dalam Pemenangan Pemilu DPRD DIY 2014-2019.....	77
3.1.1. Persiapan Penyusunan Tim Sukses.....	77
3.1.2. Pelaksanaan Kegiatan Kampanye Erlia Risti.....	91
A. Bakti Sosial.....	92
B. Sosialisasi Warga.....	99
C. Hadiri Hajatan Warga.....	111
3.2. Elemen-elemen <i>Political Marketing</i> Kandidat Erlia Risti, Sebagai Faktor Pendukung <i>Push Marketing</i> dalam Pemenangan Pemilu DPRD DIY Periode 2014-2019.....	115
3.2.1. <i>Pass Marketing</i> Yang Dilakukan Kandidat Erlia Risti.....	115
3.2.2. <i>Positioning</i> Erlia Risti Untuk Meraih Suara Pemilih.....	118
3.2.3. <i>Policy</i> atau Kebijakan yang Ditawarkan oleh Kandidat Erlia Risti.....	121
3.2.4. <i>Person</i> /Figur Kandidat Erlia Risti.....	123
3.2.5. Partai Sebagai Mesin Politik Kandidat Erlia Risti.....	126
3.2.6. Presentasi Politik Kandidat Erlia Risti Sebagai Upaya Pemenangan Suara.....	129
3.2.7. <i>Pull Marketing</i> yang digunakan Kandidat Erlia Risti.....	132
3.2.8. <i>Polling</i> Yang Dilakukan Kandidat erlia Risti.....	138

3.3. Analisis Pelaksanaan <i>Push Marketing</i> Kandidat Erlia berdasarkan faktor pendukung lainnya	140
3.3.1. Manajemen Panggung 3E	140
3.3.2. Perilaku Pemilih terhadap Pelaksanaan <i>Push Marketing</i> Erlia Risti	143
3.4. Kelebihan dan Kekurangan Pelaksanaan <i>Push Marketing</i> Kandidat Erlia Risti.....	154
3.5. Evaluasi Pelaksanaan <i>Push Marketing</i> Erlia Risti.....	156
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	 158
A. Kesimpulan.....	158
B. Saran.....	159

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	76
Tabel 3.2.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.....	8
Gambar I.2.....	8
Gambar II.1.....	45
Gambar II.2.....	47
Gambar II.3.....	47
Gambar II.4.....	48
Gambar II.5.....	49
Gambar II.6.....	50
Gambar III.1.....	79
Gambar III.2.....	86
Gambar III.3.....	89
Gambar III.4.....	93
Gambar III.5.....	94
Gambar III.6.....	96
Gambar III.7.....	97
Gambar III.8.....	97
Gambar III.9.....	100
Gambar III.10.....	103
Gambar III.11.....	103
Gambar III.12.....	104
Gambar III.13.....	104
Gambar III.14.....	105
Gambar III.15.....	105
Gambar III.16.....	106
Gambar III.17.....	106
Gambar III. 18.....	107
Gambar III.19.....	110
Gambar III. 20.....	110
Gambar III.21.....	133
Gambar III.22.....	133
Gambar III.23.....	134
Gambar III.24.....	137
Gambar III.25.....	137
Gambar III.26.....	144
Gambar III.27.....	145
Gambar III.28.....	145
Gambar III.29.....	146
Gambar III.30.....	147
Gambar III.31.....	148
Gambar III.32.....	148
Gambar III.33.....	150
Gambar III.34.....	150

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Rita Arisandy

20110530002

Strategi *Push Marketing* Legislator Perempuan ERLIA RISTI (Demokrat) Dalam Pemilu DPRD DIY Periode 2014 – 2019

Tahun Skripsi : 2015, 136 + lampiran

Daftar Pustaka : 11 buku (1988-2012)+8 Situs+1 surat Kabar +4 skripsi

Strategi pemasaran politik legislator perempuan Erlia Risti adalah strategi *push marketing*. Strategi ini merupakan strategi yang dominan dilaksanakan oleh kandidat Erlia Risti. Legislator Erlia merupakan salah satu legislator perempuan *incumbent*, melalui pengalamannya Erlia sudah mengetahui karakter dan memahami keinginan masyarakat Gunung Kidul sehingga Erlia memanfaatkan strategi pendekatan tatap muka langsung atau aktivitas *push marketing* pada pemilu DPRD DIY 2014. *Push marketing* merupakan strategi kampanye yang mensosialisasikan kandidat melalui aktivitas tatap muka seperti diskusi dan dialog langsung dengan masyarakat. *Push marketing* merupakan salah satu dari elemen-elemen pemasaran politik yaitu *pass marketing, positioning, presentasi, policy, party, polling, pull marketing* dan figur kandidat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penggunaan strategi *push marketing* dan perpaduan *push marketing* dengan elemen-elemen lainnya pada kampanye legislator perempuan Erlia Risti. Metode penelitian ini adalah metode diskriptif kualitatif yakni metode yang menggambarkan bagaimana pelaksanaan *push marketing* legislator Erlia Risti.

Strategi *push marketing* ini sesuai dengan kondisi dan karakter masyarakat Gunung Kidul yang masih menjunjung nilai budaya tatap muka langsung sehingga aktivitas kampanye ini dapat menarik perhatian masyarakat untuk berpartisipasi dalam penyampaian aspirasi kepada kandidat Erlia Risti.

Melalui aktivitas kampanye tatap muka tersebut masyarakat dapat mengenal sosok kandidat Erlia Risti. Kandidat melakukan proses kampanye dengan melibatkan beberapa pihak seperti tokoh yang berpengaruh sehingga strategi kampanye yang disusun merupakan hasil perpaduan antara *push marketing*, kekuatan figur, kondisi masyarakat, dan presentasi kandidat ini menjadi satu kesatuan strategi *marketing* politik yang membawa kemenangan legislator Erlia Risti pada pemilu DPRD DIY periode 2014-2019.

Kata Kunci : *Push Marketing*, PemiluDPRD, Tatap Muka warga.

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Science Department

Public Relation Concentration

Rita Arisandy

20110530002

Strategy of Push Marketing of Woman Legislator ERLIA RISTI (Democratic Party) in

General Election of Regional Parliament (DPRD) DIY Member for 2014-2019 Period

Undergraduate Thesis Year: 2015, 136 + appendixes

References: 11 books (1988-2012) + 8 sites + 1 Newspaper + 4 Undergraduate Theses

Strategy of politic marketing done by woman legislator, ErliaRisti, is push marketing. This strategy is dominantly done by her in candidacy of regional parliament (DPRD) member. She is one of incumbents in 2014 general election of DPRD member. Through her experience, she has already understood what people in Gunungkidul region want and their characteristics. Therefore, she uses push marketing strategy by face-to-face interaction in this general election. Push marketing is campaign strategy that socializes the candidate by face-to-face interaction such as discussion and dialogue. It is one of elements of politic marketing which are pass marketing, positioning, presentation, policy, party, polling, pull marketing, and candidate figure. This research is aiming to behold the use of push marketing strategy and its collaboration with other elements in her campaign. The method of this research is descriptive qualitative, a method that describes how the push marketing strategy works in the campaign.

The push marketing strategy is appropriate with the condition of people in Gunungkidul region that consistently respect their own culture values of face-to-face interaction. It is projected that this strategy will attract them in participating to vote her in the general election.

By the face-to-face interaction, people are able to know deeply the candidate. Besides, she campaigns her candidacy in collaboration with some figures in the region. As a result, all of her effort to promote her candidacy is the collaboration of push marketing, figure power, society condition, and presentation. This brings ErliaRisti to the victory at the general election of regional parliament (DPRD) DIY member for 2014-2019 periode.

Keywords: push marketing, DPRD general election, face-to-face interaction