

**STRATEGI PEMASARAN POLITIK PASANGAN
HERY ZUDIANTO – HARYADI SUYUTI DALAM PILKADA
KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2006**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

Ade Fathoni

20040520027

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

2009

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji skripsi program studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hari/Tanggal : Jum'at / 1 Mei 2009

Tempat : Ruang Sidang

Jam : 09.00 WIB



Drs. Suswanta, M.Si

NIK 132086366

Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si.

NIK 163.038

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

Drs. Suswanta, M.Si

NIK132086366

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 15 April 2009

Ade Fathoni

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Kepada :

*Bapak dan Ibu yang telah membesarkan, mendidik, menasehati dan
membiayaiiku hingga saat ini*

Kakakku Muhammad Noor Primawan

Kakakku Ulis Widaryanto dan Mba'q Fita Fathmawati

My Lovely Dwi Nurbiyantari

Bangsa, Negara dan almameterku tercinta

MOTTO

“Merekaalah Yang Selalu Berlomba – lomba dalam Kebaikan”

“Dan Merekaalah Yang Paling Cepat Menjalankan Kebaikan”

Q.S AL – Mukminun : 6

“Orang Bijak adalah Orang Yang Mau Mengakui Kesalahannya”

“Majulah Kamu Menuju Kesuksesan, Sebelum Jalan Menuju Kesuksesan itu

Hilang”

From : Tony Jepizza

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur kami panjatkan kepada kehadiran **ALLAH SWT**, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya kecil ini dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa dihaturkan kepada junjungan kita **Nabi Muhammad SAW** beserta keluarganya yang telah menjadi inspirasi dan suri tauladan bagi umatnya. Amin....

Pada dasarnya karya kecil ini dibuat karena minimnya karya – karya kecil di bidang politik yang secara khusus mengupas pemasalahan – permasalahan mengenai pemasaran politik ini. Atas dasar inilah inisiatif untuk memulai langkah awal bagi tercapainya tujuan yang dimaksud dalam penulisan skripsi ini. penulis sadar bahwa karya ini tentu belum bisa mewakili seluruh keinginan yang penulis maksud diatas tetapi penulis berharap semoga karya ini dapat menjadi motifasi untuk berkeaktifitas bagi penulis yang akan datang.

Oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada orang – orang yang selama ini mewarnai dalam perjalanan menimba ilmu di Almameter tercinta. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Pemerintahan, antara lain :

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Bapak Prof. Dr. Tulus Warsito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Drs. Suswanta, M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus dosen pengajar yang telah banyak memberikan tauladan kepada mahasiswa – mahasiswanya.
4. Bapak Drs. M. Zaenuri M.Si. selaku dosen pembimbing akademis.
5. Ibu Dian Eka Rahmawati, S.IP, M.Si. selaku dosen pembimbing dan sekretaris program studi Ilmu Pemerintahan, terimakasih atas bantuannya dan kemudahannya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis dari awal masuk hingga akhir kuliah.
7. Bapak M. Sofyan selaku Ketua DPD PAN Kota Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis mengadakan penelitian pada partai politiknya dalam rangka menyusun skripsi.
8. Bapak Awang Nuryanto selaku Koordinator Koalisi Rakyat Jogja yang telah meluangkan waktunya untuk penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Arif Noor Hartanto, S.IP selaku Wakil Ketua KRJ dan Ketua DPRD Kota Yogyakarta atas waktunya dan pendapatnya.
10. Bapak dan Ibu yang telah memberikan bantuan moril maupun materiil serta kesabarannya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

11. Kakakku Muhammad Nur Primawan dan Fita Fathmawati yang telah mendidik aku bagaimana menjadi seorang wirausaha dan anggota baru keluarga Bang Ulis Widaryanto.
12. Dwi Nurbiyantari, yang telah memberikan motivasi, dan support sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Mas Dwi Agus M. dari Pustaka Pelajar, yang telah memberi buku gratis dan dorongannya sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
14. My Friends Candra and Vera, Herera Fery Artha (yang telah menyadarkan penulis), Black Bawasno, Ari S., and Iendah Rara trims atas nasehatnya.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan sekripsi ini,

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima kritik, saran, maupun masukan – masukan yang dapat membangun dalam penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 16 April 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
SINOPSIS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Kerangka Dasar Teori	9
1. Pemasaran Politik	11
2. Kampanye Politik	16
3. PILKADA Langsung	20
4. Gabungan atau Koalisi Partai Politik	24
D. Definisi Konseptual	28
E. Definisi Operasional	28

F. Metode Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Sumber Data	31
3. Teknik Pengumpulan Data	31
4. Teknik Analisa Data	32
5. Unit Analisa Data.....	33
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	34
A. Gambaran Umum Kota Yogyakarta	34
B. Gambaran Umum PILKADA Kota Yogyakarta	37
C. Gambaran Umum Koalisi Rakyat Jogja	40
D. Gambaran Umum Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti ..	41
BAB III STRATEGI PEMASARAN POLITIK PASANGAN	
HERY ZUDIANTO – HARYADI SUYUTI DALAM PILKADA KOTA	
YOGYAKARTA TAHUN 2006	46
A. Positioning Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti	48
B. Polling Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti	61
C. Strategi Pendekatan Pemasaran Politik Pasangan	
Hery Zudianto – Haryadi Suyuti	63
1. Pendekatan <i>Push Marketing</i> Pasangan	
Hery Zudianto-Haryadi Suyuti.....	63
2. Pendekatan <i>Pass Marketing</i> Pasangan	
Hery Zudianto-Haryadi Suyuti.....	69

3. Pendekatan <i>Pull Marketing</i> Pasangan	
Hery Zudianto-Haryadi Suyuti.....	72
BAB IV PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perolehan suara partai politik pendukung pasangan Widharto – Syukri Fadholi pada PEMILU 2004	5
Tabel 1.2 Perolehan suara partai politik pendukung pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti pada PEMILU 2004	5
Tabel 2.1 Pembagian Wilayah dan Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Tahun 2006	35
Tabel 2.2 Hasil Perhitungan Suara PILKADA Kota Yogyakarta Tahun 2006	39
Tabel 2.3 Susunan Tim KRJ	40
Tabel 3.1 Perolehan suara partai politik pendukung pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti pada PEMILU 2004	59
Tabel 3.2 Polling Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti tanggal 5 Oktober 2006	62
Tabel 3.3 Polling pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti Tanggal 9 November 2006	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Susunan Pendekatan dan Pemasaran Politik.....	12
Gambar 3.1 Kegiatan Kampanye Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti tanggal 13 November 2006 .	66
Gambar 3.2 Kegiatan Kampanye Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti tanggal 15 November 2006 .	67
Gambar 3.3 Kegiatan Kampanye Pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti tanggal 21 November 2006 .	68

SINOPSIS

Penulisan ini berjudul **STRATEGI PEMASARAN POLITIK PASANGAN HERY ZUDIANTO – HARYADI SUYUTI DALAM PILKADA KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2006**. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemasaran politik pasangan Hery Zudianto dan Haryadi Suyuti dalam PILKADA Kota Yogyakarta. Yang mengantarkan pasangan ini memenangi PILKADA Kota Yogyakarta. Selain itu juga lawan politik pasangan ini adalah wakil Hery Zudianto ketika menjabat Walikota Kota Yogyakarta. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pemasaran politik pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti dalam PILKADA Kota Yogyakarta tahun 2006? Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi pemasaran politik pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti untuk memenagkan PILKADA ini dan mengetahui efektifitas tahapan – tahapan pemasaran politik dari pasangan ini.

Dalam menganalisa data menggunakan metode diskriptif kualitatif. Dimana metode dalam penelitian suatu objek, suatu kondisi atau suatu peristiwa pada masa sekarang disajikan secara diskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dan dokumentasi. Unit analisa data pada penellitian ini adalah orang – orang yang pernah terlibat dalam Koalisi Rakyat Jogja dan DPD PAN Kota Yogyakarta.

Dari data penelitian diperoleh hasil sebagai berikut: Pada tahapan *positioning* pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti yang mana pasangan ini menyebut diri “pelayan masyarakat”, sangat tepat karena ada kaitannya dengan visi dan misi pasangan ini dibidang pelayanan jasa. Adanya kebijakan khusus pasca gempa merupakan kelebihan pasangan ini. Pada tahapan *polling*, dengan diketahuinya posisi pasangan Hery Zudianto-Haryadi Suyuti sangat membantu KRJ dalam menentukan strategi dan menandakan disukainya produk politik yang dihasilkan. Pada tahapan pendekatan *push marketing* pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti kepada para pemilih cukup efektif. Dikarenakan terpenuhinya unsur enlightening, entertaining, exciting dan antara kegiatan dengan program yang diusung ada keterkaitan. Pada pendekatan *pass marketing* pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti memiliki tiga individu atau kelompok yang memiliki influencer yaitu Garsi, Dyanna Center, dan juru kampanye. Ketiga individu atau kelompok tersebut cukup efektif karena keberadaan ketiganya mampu memberikan *awarness* kepada pemilih. Pendekatan *pull marketing* pasangan Hery Zudianto – Haryadi Suyuti lewat media cetak efektif karena konsumsi wara Kota Yogyakarta akan media cetak cukup besar dan pengadaan marchandise yang mana dapat meningkatkan daya ingat pemilih kepada pasangan calon Hery Zudianto – Haryadi Suyuti.

Saran penulis, diharapkan pada PILKADA selanjutnya lebih hati – hati dalam melakukan pendekatan dengan pemilih, sehingga tidak timbul lagi kampanye negatif. Hendaknya pasangan ini juga melakukan pendekatan lewat media elektronik juga digencarkan. Dan hendaknya meniru kerja tim KRJ ini. Kampanye pasangan calon tidak dengan pengerahan massa menunjukkan pasangan ini peduli akan pendidikan politik masyarakat agar lebih baik kedepannya