

**STRATEGI PEMASARAN POLITIK PASANGAN HANAFI RAIS DAN TRI
HARJUN DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KOTA
YOGYAKARTA TAHUN 2011**

SKRIPSI

**Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Kesarjanaan
Starata Satu (S1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu
Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Nama : Lina Jayanti

NIM : 20080520101

JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Dengan Judul :

**STRATEGI PEMASARAN POLITIK PASANGAN HANAFI RAIS DAN TRI
HARJUN DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KOTA
YOGYAKARTA TAHUN 2011**

Di Susun Oleh :

**Lina Jayanti
20080520101**

Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Tim Penguji Jurusan
Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari/ Tanggal : Kamis, 19 April 2012

Tempat : Ruang Sidang Fisipol

SUSUNAN TIM PENGUJI

KETUA

Dian Eka Rahmawati S.IP, M.Si

PENGUJI I

PENGUJI II

Drs. Juhari Sasmita Aji M.Si

Ane Permatasari S.IP, MA

Mengetahui

KETUA JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN

Dr. Suranto, M.Pol

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis dan sepanjang pengetahuan penulis, di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain maupun pihak lain sebagai bentuk pengajuan untuk memperoleh gelar keserjanaan pada perguruan tinggi manapun.

Selanjutnya apabila nanti di kemudian hari terdapat publikasi oleh pihak lain yang merasa di rugikan dan menuntut penulis atas karya tulis ini, maka hal itu merupakan suatu hal yang berada di luar kesengajaan penulis dan untuk itu penulis akan mempertanggungjawabkan hasil karya tulisan ini serta menerima segala resiko ataupun konsekuensi yang menyertainya.

Yogyakarta, 19 April 2012

Lina Jayanti

HALAMAN MOTTO

Dan mohonlah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat

(QS Al-Baqarah : 45)

Barang siapa berjalan untuk menuntut ilmu, maka Allah SWT akan memudahkan baginya satu jalan menuju surga (HR Muslim)

Bersyukur adalah cara terbaik agar merasa cukup, bahkan ketika kekurangan, Jangan berharap lebih sebelum berusaha lebih

Jika kemarin tidak berakhir seperti yang kamu inginkan, ingatlah jika Tuhan ingin kemarinmu sempurna, maka Dia tak perlu ciptakan hari ini

Hidup memang tidak selamanya indah tapi Allah selalu punya cara untuk membuat umat_Nya bahagia dengan cara_Nya

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan :

Teruntuk Bapak dan Mama tercinta

Terima kasih atas semua cinta dan kasih sayang yang bapak dan m2 berikan bwt lina hingga detik ini tak pernah berhenti, terima kasih teramat sangat karena bapak dan m2 mencinta kami anak-anakmu apa adanya, terima kasih atas setiap perjuangan_mu yang tak pernah berhenti demi membahagiakan kami, keluh keringat demi memperjuangkan kami dengan kesabaran tanpa batas, air mata yang menetes pada setiap rintisan do'a yang bapak dan m2 ucapkan demi kami. _Na sayang Bapak - M2_ I Loph u

Untuk alm A' Deny Kusnandar terima kasih atas smw perhatian yang dulu a' beri bwt na, na kangen a'. A' Yogie Pratama, kita sm2 berjuang smoga suatu saat kita bisa bwt bapak dan m2 bangga sama a' _n_ na. Bwt ayuk Jul yang sudah menjadi bagian dari keluarga kami, bwt ponakan aunty, Myiesha Nafiza Aurelia yang slalu punya cara bikin aunty semangat, u spirit in my life

Bwt temen2 terdekatku Fathan Dwi Prayoga terima kasih atas smw bantuan, dukungan dan perhatiannya. A' Rijal Ramdani terima kasih banyaaaaak atas semua bantuan dan bimbingannya ya a'. Mbak Tri Li cious, Ani, De2w, Younk n Uza makasih karena sudah menjadi sahabat terbaikku.

☺

Bwt Dyas, Ita, Rhyan, Dewi, Eci, Uwi, Nanu - yang merried duluan jgn lupa bayar pelangkahnya ya- :p

Nugroho, Ali Kasuba, Erna, Anita, Karin, Osa, Adi, Abdi, Yogi kaur, Yogi Lampung, Uni, Mei, Dona, Cha2, Andre, Wahyu, Arieand, Iyan, Lolita, Izat, Boy, Very, Kiki, Vendry, Ria Aris, Fachry _n_ semua mahasiswa IP angkatan 08. I laft u all

Bwt penghuni Kos Rossa : Nana, Anin, Mbak Nena, Mbak Nina, Mbak Nara, Ina, Putri, T2h Chintia, Dilla, Dyah, Risma, Essi.

Dan untuk Almamaterku ☺

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT dan Shalawat serta salam untuk baginda Muhammad SAW sebagai kekasih Allah SWT yang karena Nya lah bumi, langit serta seluruh alam semesta ini tercipta.

Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Politik Pasangan Hanafi Rais dan Tri Harjun Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2011” ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimanakah strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun dan faktor apa yang mempengaruhi kekalahan pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun pada Pilkada Kota Yogyakarta tahun 2011 .

Dengan seizin Allah, penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan namun demikian tanpa bisa dipungkiri banyak pihak yang sangat berjasa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, baik mereka yang memberikan arahan, bimbingan serta dukungan. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan ucapan *jazakumullahu khairan katsira*, kepada :

1. Ibu Dian Eka Rahmawati S.IP M,Si selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini
2. Bapak Dr. Suranto M.Pol selaku Ketua Jurusan Ilmu pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Bapak Dr. Achmad Nurmandi M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak Ir. H. Dasron Hamid M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Bapak Drs. Juhari Sasmita Aji M, Si selaku Dosen Penguji Satu
6. Ibu Ane Permatasari S.IP, MA selaku Dosen Penguji Dua
7. Bapak Achmad Hanafi Rais S.IP MPP selaku calon walikota Yogyakarta yang berkenan membantu penulis dalam memberikan informasi serta data-data yang dibutuhkan penulis terkait penelitian ini
8. Bapak Heroe Poerwadi selaku Ketua DPD PAN
9. Seluruh Tim sukses Hanafi Rais – Tri Harjun serta pengurus DPD PAN (Argo Widodo, habibi Ash Shiddieqi dll) terima kasih sudah berkenan membantu penulis dalam memberikan data-data dan informasi terkait pasangan calon Hanafi Rais – Tri Harjun
10. Pak Wahid, Buk Ning dan Pak Wisnu terima kasih atas semua bantuannya
11. Dan ucapan terima kasih yang teramat dalam penulis utarakan kepada semua Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak memberikan pencerahan ilmu kepada penulis, serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
SINOPSIS	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Kerangka Dasar Teori	13
1. Pemilu	14
2. PemiluKada	17
3. Pemasaran Politik	21
4. Perilaku Pemilih	33

F. Definisi Konsepsional	40
G. Definisi Operasional	41
H. Metode Penelitian	42
1. Jenis Penelitian	42
2. Jenis Data	43
3. Teknik Pengumpulan Data	44
4. Teknik Analisa Data	47
5. Unit Analisa Data	48
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	49
A. Keadaan Geografi	49
B. Pembagian Wilayah	50
C. Keadaan Demografi	52
D. Gambaran Umum Pemilukada Kota Yogyakarta Tahun 2011	57
E. Gambaran Umum DPD PAN & KRJI	63
F. Gambaran Umum Pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun	69
BAB III STRATEGI PEMASARAN POLITIK PASANGAN HANAFI RAIS - TRI HARJUN DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KOTA YOGYAKARTA TAHUN 2011	73
A. Strategi Pemasaran Politik	75
1. Strategi Pemasaran Politik Pasangan Hanafi Rais-Tri Harjun	75
a. Segmentating	75
b. Targeting	78
c. Positioning	85
2. Political Marketing Mix Pasangan Hanafi Rais-Tri Harjun	88
a. Policy	88
b. Person	91
c. Party	93
3. Penyampaian Produk Politik Pasangan Hanafi Rais-Tri Harjun ...	95

a. Push marketing	95
b. Pass Marketing	100
c. Pull Marketing	107
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kekalahan Pasangan Hanafi Rais dan Tri Harjun.....	113
1. Strategi Pemasaran Politik Kurang Efektif.....	113
2. Citra Negatif Partai Politik Pendukung	115
3. Perilaku Pemilih	117
a. Pendekatan Sosiologis	121
b. Pendekatan Psikologis	122
c. Pendekatan Rational Choice	127
d. Psikologis – Rational Choice	131
BAB IV PENUTUP	133
A. Kesimpulan	133
B. Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011	5
Tabel 1.2 Perolehan Suara Partai Politik Pendukung Pasangan Calon Pada Pileg Tahun 2009	7
Tabel 2.1 Pembagian Wilayah Kota Yogyakarta	50
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Tahun 2011	53
Tabel 2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 2.4 Keadaan Penduduk Menurut Agama	54
Tabel 2.5 Keadaan Penduduk Menurut Kelompok Umur	55
Tabel 2.6 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	56
Tabel 2.7 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian	57
Tabel 2.8 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011 Per Kecamatan	60
Tabel 2.9 Catatan Pelaksanaan Hasil Perhitungan Suara Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011	61
Tabel 2.10 Susunan Tim Sukses Per Divisi	69
Tabel 3.1 Rekapitulasi Perolehan Suara Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011	74
Tabel 3.2 Segmentasi	77
Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Tahun 2010	79

Tabel 3.4 Perolehan Suara Partai Politik Pendukung Pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun Pada Pemilu Legislatif Tahun 2009	94
Tabel 3.5 Perilaku Pemilih Pada Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011	120

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Strategic Political Marketing	22
Bagan 1.2 Metode Segmentasi Pemilih	23
Bagan 1.3 Strategi Pemasaran Politik	25
Bagan 1.4 Hubungan Persepsi dan Tindakan	35
Bagan 1.5 Model Perilaku Pemilih	36
Bagan 2.1 Susunan Pengurus Penasehat Partai DPD PAN Kota Yogyakarta 2010-2015	64
Bagan 2.2 Susunan Pengurus DPD PAN Kota Yogyakarta	64
Bagan 2.3 Susunan Tim Sukses Hanafi Rais – Tri Harjun	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kegiatan Kampanye Pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun	96
Gambar 3.2 Pemeriksaan Kesehatan Gratis	98
Gambar 3.3 Grebek Pasar Giwangan Kota Yogyakarta	99
Gambar 3.4 Pemberian Keris Kepada Herry Zudianto	101
Gambar 3.5 Baliho Dukungan Herry Zudianto	102
Gambar 3.6 Kampanye Hanafi Rais bersama Artis Primus Yustisio	105
Gambar 3.7 Dukungan Prabowo dan Amien Rais	106
Gambar 3.8 Pangkur Jenggleng TVRI Jogja 18 Oktober 2010	112

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Rekapitulasi Perolehan Suara Pilkada Kota Yogyakarta	74
Grafik 3.2 Perilaku Pemilih Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011	120

SINOPSIS

Pilkada merupakan suatu proses perwujudan demokratisasi, pada UU No. 32 Tahun 2004 pasal 56 ayat 1 disebutkan bahwa “ Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil”. Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011 diikuti oleh tiga pasangan calon yaitu nomor urut satu pasangan Zuhriif Hudaya-Aulia Reza, nomor urut dua pasangan Hanafi Rais-Tri Harjun dan nomor urut tiga pasangan Haryadi Suyuti-Imam Priyono. Pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun memperoleh 84.122 suara. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi kekalahan pasangan Hanafi Rais – Tri Harjun pada Pilkada Kota Yogyakarta Tahun 2011.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian (deskriptif) kualitatif. Adapun jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Mengingat partai pengusung pasangan Fitri adalah Partai Amanat Nasional maka unit analisa datanya adalah DPD (Dewan Pimpinan Daerah) PAN (Partai Amanat Nasional) dan Koalisi KRJI (Koalisi Rakyat Jogja Istimewa) serta para pengurus maupun kader Partai Amanat Nasional dan Masyarakat Kota Yogyakarta selaku pemilih pada Pilkada Kota Yogyakarta tahun 2011.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan Fitri sudah cukup baik, hal tersebut dapat dilihat mulai dari tahap segmentating hingga penyampaian produk politik yang dilakukan oleh pasangan ini namun tentu saja belum pada tahap sempurna. Faktor yang cukup mempengaruhi kalahnya pasangan fitri antara lain adalah strategi pemasaran politik yang kurang efektif dimana pada *pass marketing* pasangan ini tidak mampu menarik dukungan dari keluarga kraton secara all out, citra partai politik pendukung yaitu Partai Demokrat yang selama ini cukup terang-terangan menolak Keistimewaan pada kenyataannya cukup mempengaruhi citra pasangan calon Fitri itu sendiri yang secara langsung ataupun tidak, hal tersebut cukup mempengaruhi pilihan pemilih mengingat tidak sedikit masyarakat Yogyakarta tetap memegang teguh Keistimewaan, hal tersebut terlihat pada perilaku pemilih dimana sebanyak 13 dari 30 responden memilih pasangan calon dengan sosialisasi dan peran serta keluarga kraton yang secara terang-terangan mendukung salah satu pasangan calon dan hal tersebut pada kenyataannya masih cukup mempengaruhi pilihan pemilih.

Sehingga rekomendasi yang penulis berikan adalah ketika akan mengikuti suatu pemilihan, strategi pemasaran politik haruslah dilakukan secara ideal dan dapat lebih maksimal serta harus dapat memahami karakteristik pasar dalam artian perilaku pemilih secara lebih mendalam agar strategi pemasaran politik yang akan dilakukanpun dapat lebih baik dan lebih maksimal sehingga dapat meraih dukungan penuh dari masyarakat.