

Sinopsis

Pilkada di Sragen diikuti oleh dua pasangan calon bupati dan wakil bupati yaitu Untung Wiyono - Agus Faturrahman serta pasangan calon Inggus Subaryoto - Mahmudi Tohpati. Pilkada langsung ini pada akhirnya dimenangkan oleh calon pasangan yang disebut pertama dengan meraih suara sebesar 87,34 persen, yang merupakan rekor kemenangan terbesar dalam. Realitas politik ini memperlihatkan bahwa Pilkada Sragen menjadi menarik untuk diteliti, mengingat kemenangan telak dan bahkan terbesar yang berhasil diraih oleh pemenangnya. Tentu saja kemenangan besar ini tidak bisa dilepaskan dari strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pemenang Pilkada yaitu pasangan Untung-Agus melalui beragam aktifitas *political marketing* mereka.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, dokumentasi dan wawancara. Adapun informan yang dipilih untuk diwawancarai ditetapkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pasangan Untung-Agus memiliki kebijakan (*policy*) yaitu terwujudnya Sragen ASRI yang dilandasi oleh kemandirian, kemajuan dan penegakan supremasi hukum didukung oleh SDM berkualitas yang bertumpu pada ilmu pengetahuan dan teknologi, hasil pertanian, industri, pariwisata, perdagangan, jasa, kesehatan, berwawasan lingkungan dalam rangka mewujudkan keadilan dan kesejahteraan lahir dan batin berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Kebijakan inilah yang menjadi *positioning* pasangan Untung-Agus dalam Pilkada. Dalam penerapannya, *positioning* ini dilakukan melalui sembilan strategi yang digunakan dalam *political marketing* yang dilakukan oleh pasangan Untung-Agus, melalui *political marketing*, yaitu iklan (cetak, elektronik), *direct marketing* (surat, telepon dsb), *special event* (rapat akbar, pawai dsb), *personal contact* (sentuhan personal), *public relations* (publisitas, press release, konferensi pers dsb), *merchandise* (pernak-pernik, baju dsb), *buzz marketing* (*mouth to mouth* dan desas-desus), debat politik dan pos politik (kantor, center dsb).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya pemasaran politik dengan *special event* melalui kampanye pengerahan massa, sentuhan personal melalui kegiatan *Njajah Deso Milang Kori*, *merchandise* melalui pembuatan kaos serta iklan menjadi strategi yang paling banyak digunakan oleh pasangan Untung-Agus untuk memenangkan persaingan dalam Pilkada Sragen.