

SINOPSIS

Penyelenggaraan pemilihan umum legislatif tahun 2014 banyak masyarakat yang menggantungkan harapan kepada para calon anggota dewan perwakilan daerah untuk bisa memperjuangkan aspirasi masyarakat. Pemilu legislatif di skala nasional termasuk di kabupaten Wonosobo yang di ikuti total dua belas partai politik. PDIP meraih total kursi terbanyak yaitu sembilan kursi dengan perolehan suara sebesar 89.564 suara. Keberhasilan PDIP dalam pemilu legislatif ini menarik untuk dikaji, oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui strategi politik apa saja yang digunakan PDIP untuk meraih kemenangan pada pemilu legislatif tahun 2014 di kabupaten Wonosobo.

Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik analisa kualitatif yang bersifat deskriptif. Berlokasi di kabupaten Wonosobo dengan metode pengumpulan data menggunakan dua cara yaitu wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di lapangan penulis memperoleh diantaranya yaitu: strategi yang dilakukan PDIP ada dua macam yaitu strategi komunikasi politik dan strategi marketing politik. Komunikasi politik yang dilakukan dengan cara penguatan kelembagaan dan pemeliharaan basis massa. Komunikasi politik ini bersifat internal partai karena dengan dilakukannya komunikasi politik yang baik PDIP bisa melakukan koordinasi terhadap basis massanya untuk mendulang suara. Kedua adalah strategi marketing politik dimana strategi ini bersifat eksternal partai yang terdiri pemasaran politik dimana terdapat segmentasi pemilih, targetting pemilih, dan positioning yang berupa cara untuk mengidentifikasi calon pemilih. Kemudian terdapat product mix yaitu proses rekrutmen calon anggota legislatif dimana partai PDIP menggunakan citra membawa calon yang dekat dengan rakyat dan juga kharismatik sosok pendiri partai yaitu ibu Megawati Soekarno Putri. Terakhir adalah delivery product partai menggunakan push marketing caleg dari partai langsung mendatangi kepada masyarakat, pash marketing PDIP memanfaatkan kinerja para tokoh masyarakat untuk meraih suara, dan pull marketing adalah pemanfaat media masa untuk sarana kampanye politik

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyimpulkan bahwa strategi yang di pakai partai PDIP berpengaruh terhadap kemenangan partai, dan strategi itu adalah komunikasi politik yang bersifat internal yaitu melalui penguatan kelembagaan dan juga marketing politik yang bersifat eksternal partai yaitu dengan cara pemilihan segmentasi pemilih.