

SKRIPSI

**POLITICAL MARKETING DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA
SUMBERAGUNG KECAMATAN MOYUDAN
KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2014**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Disusun Oleh :

HANIF AKHMAD RIZQI

20100520108

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

2015

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“POLITICAL MARKETING DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA SUMBERAGUNG KECAMATAN MOYUDAN KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2014”.

Adalah karya asli saya dan bukan plagiat baik secara utuh maupun sebagian, serta belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada suatu perguruan tinggi atau lembaga manapun. Hal-hal bukan karya asli saya dalam skripsi tersebut diberi tanda dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia mempertanggungjawabkan pernyataan ini.

Yogyakarta, 12 Desember 2015

Hanif Akhmad Rizqi

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO

“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah.”

(Abu Bakar Sibli)

“Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

(QS. Al-Mujadalah: 11)

“Kamu sekalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawabannya mengenai orang yang dipimpinnya.”

(HR. Bukhari Muslim)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.”

(Thomas Alva Edison)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT atas hidayah-Nya. Dan dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan karya ini untuk:

- *Allah SWT.
Atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya.*
- *Bapak dan Ibu ku, yang sangat aku sayangi dan cintai.
Terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan moral, dan materil yang tidak dapat ternilai dan terbalaskan.*
- *Kaka ku satu-satunya, Nur wicaksana nugraha
Atas ilmu dan perbincangan setiap hari dalam keluarga bersama mu.*
- *Agung Satiya Putrajati, Rjo Bagos Saputro, Geshar Rizka Maula, Prima Suci Anggraeni, , Ahmad Ahlu Fikri.
Teman-teman yang memberiku banyak masukan dan ide-ide selama menjadi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*
- *Teman-teman Mahasiswa Ilmu Pemerintahan UMY angkatan 2010.
Terima kasih atas semangat kalian dalam suka maupun duka.*
- *Teman-teman kampung Gedongan.
Yang selalu membuat bahagia dan semangat.*
- *Teman-teman Alumni SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta 2010.
Kalian hebat-habab, kita akan tetap berkawan teman.*
- *Teman-teman Alumni SMP Muhammadiyah 1 Godean 2007.
Terima kasih atas dorongan dan doanya.*
- *Serta teman-teman yang tak bisa disebutkan satu persatu.
Terima kasih atas dukungan kalian selama ini.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan anugerah dan karuni-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “POLITICAL MARKETING DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA SUMBERAGUNG KECAMATAN MOYUDAN KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2014”.

Penyusunan skripsi ini merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban penulis dan tugas akhir sebagai mahasiswa guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Keberhasilan ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan moral. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Tunjung Sulaksono, S.IP.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arah sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Ali Muhammad, S.IP, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Bambang Cipto, MA. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak Awang Darumurti, S.IP.,M.Si. selaku dosen penguji I.
6. Bapak Drs. Muchamad Zaenuri,M.Si. selaku dosen penguji II.
7. Seluruh dosen dan staf pengajar Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

8. Bapak Drs. Dudjiman , selaku Kepala Desa Sumberagung.
9. Bapak Suparman selaku Ketua Tim Sukses Calon Kades nomor urut 3.
10. Seluruh staf kantor Kepala Desa Sumberagung.
11. Seluruh staf kantor Kecamatan Moyudan.
12. Dukuh-dukuh Desa Sumberagung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Tokoh-tokoh masyarakat Desa Sumberagung.
14. Seluruh masyarakat Desa Sumberagung.

Penulis tidak bisa memberikan apa-apa kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak tersebut. Semoga semua amal dan kebaikan tersebut mendapat balasan yang sesuai dari Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis maupun orang-orang yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Desember 2015

Hanif Akhmad Rizqi

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
SINOPSIS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Dasar Teori	6
1. Strategi Political Marketing	6
2. Rekrutmen Elit Politik	25
F. Definisi Konseptual	39
G. Definisi Operasional	40
H. Metode Penelitian	40
1. Jenis Penelitian	40
2. Sumber Data	41
3. Teknik Pengumpulan Data	42
4. Teknik Analisis Data	43
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Desa Sumberagung	44
1. Kondisi Geografis	44

2. Jumlah Penduduk Setiap Padukuhan	45
3. Kondisi Demografis	46
4. Sarana dan Prasarana Desa Sumberagung.....	49
5. Pemerintahan Desa Sumberagung	52
B. Proses Pemilihan Kepala Desa	52
1. Panitia Pemilihan Kepala Desa Sumberagung 2014	52
2. Proses Pemilihan Kepala Desa	53
3. Jadwal Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa	54
4. Anggaran Pemilihan Kepala Desa	56
5. Susunan KPPS Desa Sumberagung 2014	57
6. Calon Kepala Desa dan Hasil Pemilihan Kepala Desa	61
7. Partisipasi Setiap TPS	65
 BAB III STRATEGI POLITICAL MARKETING TIM SUKSES DALAM PILKADES SUMBERAGUNG TAHUN 2014	
A. Segmentasi	67
B. Targeting	70
C. Positioning	72
D. Proses Delivery	74
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	83
 DAFTAR PUSTAKA	 85
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Setiap Padukuhan Sumberagung	45
Tabel 2.2 Sarana Peribadatan	49
Tabel 2.3 Sarana Kesehatan	50
Tabel 2.4 Sarana Pendidikan	50
Tabel 2.5 Sarana Olahraga	51
Tabel 2.6 Jadwal Pilkades Desa Sumberagung Tahun 2014	54
Tabel 2.7 Anggaran Pilkades Sumberagung 2014	56
Tabel 2.8 Susunan KPPS Desa Sumberagung Tahun 2014	57
Tabel 2.9 Hasil Pemilihan Kepala Desa Sumberagung Tahun 2014	64
Tabel 2.10 Partisipasi Setiap TPS di Sumberagung	65
Tabel 3.1 Perbandingan Strategi Political Marketing	80

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Freamwork political marketing	19
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta Desa Sumberagung.....	44
Gambar 2.2 Calon Nomor Urut 1	61
Gambar 2.3 Calon Nomor Urut 2	62
Gambar 2.4 Calon Nomor Urut 3	63

SINOPSIS

