

## ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Publik Relations  
Dwi Purnawati

Strategi Kampanye Suharto-Badingah Dalam Memenangkan Pemilihan  
Kepala Daerah di Gunungkidul Periode 2005-2010  
Tahun skripsi : 2008. xiv + 86 hal + 21 hal lampiran  
Daftar Kepustakaan : 13 buku + 1 jurnal + 4 Sumber online

Studi ini bertujuan untuk mengetahui Strategi kampanye, program kampanye serta untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat kampanye Suharto-Badingah dalam memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Langsung di Gunungkidul periode 2005-2010. Kerangka teori yang dipakai adalah : 1) Strategi 2) Komunikasi Pemasaran 3) *Political Marketing* 4) Segmentasi Targeting dan positioning. Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan objek penelitian tim sukses Suharto-Badingah. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah interview, observasi dan studi pustaka. Selanjutnya untuk menjaga validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber data. Tim sukses Suharto-Badingah melakukan komunikasi pemasaran politik dengan cara kampanye langsung didepan publik serta mengadakan bauran promosi (iklan, pemasaran langsung, penjualan pribadi, dan *public relations* ). *Political Marketing* merupakan strategi yang digunakan tim sukses Suharto-Badingah dalam memenangkan Pemilihan Kepala Daerah secara langsung di Gunungkidul. Dalam *Political Marketing* nya tim sukses Suharto-Badingah berusaha menanamkan citra positif di benak khalayak melalui *positioning*, dengan melakukan konsolidasi di tingkat internal dan eksternal serta menetapkan visi dan misi yang menarik. Kegiatan kampanye yang dilaksanakan tim sukses Suharto-Badingah dikemas dalam kampanye dialogis dan rapat umum, kemudian tim sukses Suharto-Badingah memformulasikannya kedalam *policy, person dan party*. Untuk menyampaikan produk politiknya tim sukses Suharto-Badingah memberikan stiker dan kaos kepada masyarakat (*push marketing*), memasang iklan di radio Argososo, poster dan spanduk (*pull marketing*), serta berinteraksi sama dengan tokoh masyarakat dan ulama (*pass marketing*). Di