

SINOPSIS

Pada pemilu legislatif tahun 2014, masyarakat menggantungkan harapan mereka kepada calon anggota dewan perwakilan untuk dapat memperjuangkan nasib mereka dan tentunya dapat menampung semua aspirasi masyarakat. Begitu juga pada pemilu legislatif Kota Yogyakarta tahun 2014 yang diikuti delapan partai politik. Setelah pemungutan suara dilakukan, PDIP memperoleh 77.236 suara atau memperoleh 15 kursi dan menempatkan partai ini sebagai pemenang. Keberhasilan partai PDIP dalam memenangkan pemilu legislatif Kota Yogyakarta tahun 2014 menarik untuk dikaji, oleh karena itu penulis ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran politik yang digunakan PDIP untuk meraih kemenangan pada Pemilu Legislatif Tahun 2014 di Daerah Pemilihan Kota Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan teknik analisa kualitatif, dan sifat penelitian ini adalah deskriptif. Pengumpulan data menggunakan dua cara yaitu melalui teknik wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis diperoleh diantaranya yaitu; pertama, strategic marketing pada segmentasi PDIP menempatkan pemilih tradisional dan masyarakat menengah kebawah yang identik dengan rendahnya tingkat pendidikan dan tingkat perekonomian yang diukur berdasarkan pekerjaan. Dua kelompok pemilih ini menjadi targetting PDIP dalam memperoleh suara, untuk mempengaruhi pemilih tersebut PDIP memosisikan citra politik sebagai partai yang peduli dengan wong cilik. Kedua, Bauran Produk PDIP menawarkan kebijakan dan program yang pro rakyat kecil. Caleg dari PDIP berjuang sungguh-sungguh dan bekerja secara total dalam upaya memperjuangkan kepentingan rakyat kecil. Ketiga, Proses Delivery PDIP pada push marketing, calon anggota legislatif bersama partai mendatangi secara langsung masyarakat melalui kegiatan musrembang. Pass Marketing PDIP mengandalkan kinerja dari tokoh-tokoh yang berpengaruh diwilayah-wilayah yang potensial. Pull Marketing PDIP menggunakan media cetak dan media online. Media cetak yaitu koran kedaulatan rakyat dan media online dengan menggunakan social media, seperti; twitter dan facebook

Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran politik mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan PDIP, strategi tersebut diantaranya adalah Segmetasi, Positioning, Person, dan Pass Marketing. Akan tetapi dari ke empat strategi tersebut ada satu strategi yang sangat berpengaruh dalam memperoleh perolehan suara PDIP. Strategi tersebut adalah positioning, dimana PDIP memosisikan citra positif dipikiran para pemilih dengan memberikan citra bahwa PDIP merupakan partainya wong cilik yang senantiasa memperjuangkan kehendak rakyat kecil.