

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK DALAM
PEMILIHAN KEPALA DAERAH**

**(Studi kasus pada pasangan calon Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.)
Setyo Hartono dalam memenangkan Pilkada Langsung di Kabupaten
Bojonegoro)**

**STRATEGY OF MARKETING COMMUNICATION IN PUBLIC
ELECTION POLITICALLY**

**(Study of Case in Acted to Candidates of Drs. Suyoto, M.Si and Drs. Letkol.
(Purn.) Setyo Hartono, the Winner of Public Election in Bojonegoro
Regency)**

SKRIPSI



**Skripsi Disusun Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dengan Spesialisasi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Disusun Oleh :

AHMAD RIYADI

20040530030

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

SKRIPSI

**Telah dipertahankan dan diserahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Pada :**

**Hari : Sabtu
Tanggal : 12 Juli 2008
Tempat : Ruang Multi Media**

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

**Fajar Iqbal S.Sos, M.Si
Pembimbing**

Penguji I

Penguji II

Tri Hastuti NR S.Sos, M.Si

Djati Prasetyani Hadi S.IP

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)
Tanggal :**

**Fajar Iqbal S.Sos, M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

MOTTO

- ⇒ Tiada Kesuksesan tanpa adanya cucuran keringat dan air mata.
- ⇒ Hidup dan kehidupan penuh dengan tantangan dan cobaan yang tak terduga, maka diperlukan kesabaran dan ketekunan. Agar kita dapat meraih kesuksesan yang nyata.
- ⇒ Ingatlah kepada Allah dan orang tua-mu, jika ingin meraih kesuksesan.
- ⇒ Jangan pernah minder dengan keterbatasan yang kita miliki, tapi jadikanlah keterbatasan itu sebagai pendorong untuk menjadi lebih baik.

Ahmad Riyadi Amar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1. Ibuku tercinta Tarwiyah dan Ayahku tercinta Hasyim, terima kasih banyak ibu dan ayah atas dukungan moral dan materiilnya, doa serta kasih sayang panjenengan yang selalu mengalir dalam perjalanan hidupku.*
- 2. Istriku tercinta Siti Endang Rustiana yang selalu mendampingi, menyemangati dalam mengerjakan skripsi hingga selesai, meski diwaktu malam hari.*
- 3. Buat (alm.) Buyut Tiani yang telah merawatku semasa kecilku, Mbah Kakung Mubin, Mbah Kakung Sukiman, Mbah Putri Muslimah, PakDe-PakDe, PakLek-PakLek,*
- 4. Saudara-saudaraku mulai dari kakak-kakaku tercinta Mbak Sri Wahyuni, Kak Nur Hamid, Kak Ahmad Alimun; adik-adikku tercinta, dik Ahmad Basir, dik Siti Nur Hidayati, dik Siti Istiqomah dan dik Abdul Manan. Serta kakak-kakak iparku KakTen Suwoto, Mbak Yanti, Mbak Ana, tak lupa juga buat keponakan-keponakanku dik Siti Isharoh Nasi'in, dik Siti Alfiatun Nasi'in, dik Ijat, dan dik Putri.*
- 5. Selain itu juga buat ibu mertuaku Marliah, bapak mertuaku Atim, saudara-saudara iparku, mas Aris Sudanang yang selalu mensupport saya, mbak Tika, guruku yang ada di MI Darul Huda Gedungarum Kanor, guruku yang ada di ponpes Raoudloh dan MTs Raoudloh Semambung Kanor, guruku yang ada ponpes Darul Ulum dan MA Darul Ulum Baureno.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam selalu kita curahkan untuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta sahabat-sahabatnya dan umatnya hingga akhir zaman. Penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir HM Dasron Hamid Msc, selaku (plt.) rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Fajar Iqbal S.Sos, M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan dosen pembimbing skripsiku yang telah mengarahkanku dan membimbingku.
3. Ibu Tri Hastuti S.Sos, M.Si dan Ibu Djati Prasetyani S.IP selaku dosen penguji skripsiku, dan seluruh dosen serta staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibuku tercinta Tarwiyah dan Ayahku tercinta Hasyim, terima kasih banyak ibu dan ayah atas dukungan moral dan materiilnya, doa serta kasih sayang panjenengan yang selalu mengalir dalam perjalanan hidupku.
5. Istriku tercinta Siti Endang Rustiana yang selalu mendampingi, menyemangatiku dalam mengerjakan skripsi hingga selesai, meski diwaktu malam hari.
6. Buat (alm.) Buyut Tiani yang telah merawatku semasa kecilku, Mbah Kakung Mubin, Mbah Kakung Sukiman, Mbah Putri Muslimah, PakDe-PakDe, PakLek-PakLek.

7. Saudara-saudaraku mulai dari kakak-kakaku tercinta Mbak Sri Wahyuni, Kak Nur Hamid, Kak Ahmad Alimun; adik-adikku tercinta, dik Ahmad Basir, dik Siti Nur Hidayati, dik Siti Istiqomah dan dik Abdul Manan. Serta kakak-kakak iparku KakTen Suwoto, Mbak Yanti, Mbak Ana, tak lupa juga buat keponakan-keponakanku dik Siti Isharoh Nasi'in, dik Siti Alfiatun Nasi'in, dik Ijat, dan dik Putri.
8. Selain itu juga buat ibu mertuaku Marliah, bapak mertuaku Atim, saudara-saudara iparku, mas Aris Sudanang yang selalu mensupport saya, mbak Tika, guruku yang ada di MI Darul Huda Gedungarum Kanor, guruku yang ada di ponpes Raoudloh dan MTs Raoudloh Semambung Kanor, guruku yang ada ponpes Darul Ulum dan MA Darul Ulum Baureno.
9. Bapak Bupati Bojonegoro Suyoto, Bapak Wakil Bupati Bojonegoro Setyo Hartono, Pak Shodiq, Pak Agus, Pak Heli, Mas Anas, Mas Bram, Mas Dhani, dan tim sukses yang lain. Ucapan terima kasih juga kepada ajudan Bupati Bojonegoro, ajudan Wakil Bupati Bojonegoro, staf sekretariat DPRD Bojonegoro.
10. Teman-teman karyawan Radar Bojonegoro Jawa Pos Group dan rekan-rekan wartawan yang ada di Bojonegoro yang telah memberikan suport dan membantu saya dalam mencari bahan-bahan skripsiku.
11. Pak Mundzar Fahman, Pak Masjkur, Pak Mahfud dan seluruh karyawan KPUK Bojonegoro yang telah membantu saya dalam mencari data.
12. Rekan-rekan kerja di Radar Jogja Jawa Pos Group, Bapak Ariyono Lestari, selaku General Manajer Radar Jogja, Bapak Adib Lazwar Irkhani, selaku

Pimpinan Redaksi Radar Jogja, Bapak Abdi D Noor, selaku Redaktur Pelaksana Radar Jogja, dan Bapak Erwan, dan Bapak Amin serta seluruh wartawan dan karyawan Radar Jogja yang telah memberikan dukungan.

13. Kepada teman-teman seperjuangan yang tergabung dalam Ikatan Keluarga Bojonegoro Jogjakarta (IKBJ), Paguyuban Keluarga Bojonegoro Jogjakarta (Pakurojo), (alm) Mbah Praton, Pak Pamudji, Pak Mahawan, Bu Cicik, dan Pak Zaenal Fanani, Mbak Umi Musyarofah, Eni, Ridwan, Dhina Rahmawati, Wahyu, (maaf) seluruh pengurus dan anggota IKBJ dan Pakurojo yang tidak dapat saya sebut namanya satu persatu.

14. Teman-teman kampus Afni, Rahma, Budi, Rani, Vita, Anok, Lia, Dewi, dan teman-teman yang lain yang tidak dapat saya sebutkan.

Kepada semua pihak sebagaimana di dalam menyusun penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan dan jauh dari sempurna baik secara teknis maupun nonteknis. Hal tersebut karena kekurangan dan keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan sekali kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga dengan penulisan skripsi ini dapat menjadi salah satu sumbangan pikiran, pengetahuan yang bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Yogyakarta, Juli 2008

Penyusun

(Ahmad Riyadi)

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Ahmad Riyadi

Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Dalam Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung (Studi kasus pada pasangan calon Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono dalam memenangkan Pilkada Langsung di Kabupaten Bojonegoro)

Tahun Skripsi: 2008, xvi + 132 hlm + 5 halaman lampiran + 4 tabel + 44 gambar

Daftar Buku 23 Buku (1984+2007) + 2 Media Cetak (2007) + 3 Sumber Online (2006+2007)

Studi ini berusaha mengungkap strategi komunikasi pemasaran politik yang digunakan tim sukses pasangan Suyoto-Setyo Hartono dalam memenangkan pemilihan kepala daerah langsung pada 10 Desember 2007, lalu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran politik yang diterapkan oleh tim sukses pasangan Suyoto-Setyo Hartono dalam pilkada Bojonegoro dan untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran politik tersebut. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain strategi komunikasi dan pemasaran politik. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif studi kasus. Data diperoleh dari informan kunci yakni pasangan Suyoto-Setyo Hartono dan Ketua Tim Sukses Heli Suharjono, Sekretaris Tim sukses Agus Susanto Rismanto, H. Sidiq Nurhadi, Anas Abdul Ghofur, Bram Priambodo, M. Daniel Bustomi, serta didukung dengan dokumen seperti surat kabar, meteri iklan atau advertorial, foto, CD rekaman, dan dokumentasi-dokumentasi yang lain. Hasil penelitian ini memperlihatkan, tim sukses pasangan Suyoto-Setyo Hartono telah menerapkan teori Adman Nursal yakni 9P yaitu *Positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing, pass marketing* dan *polling*. Sehingga Suyoto-Setyo Hartono telah memenangkan pilkada langsung pada 10 Desember 2007, lalu. Setelah mencermati hasil pilkada di Kabupaten Bojonegoro, maka dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas pemilih menginginkan adanya perubahan Daerah Bojonegoro menuju kehidupan yang lebih baik. Figur Suyoto-Setyo Hartono yang mau berbaur dan berkomunikasi langsung dengan masyarakat diharapkan dapat membuat kehidupan dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik sehingga tercipta *good governance*.

ABSTRACT

**Yogyakarta University of Muhammadiyah
The Faculty of Politics and Social
Communication Department
concentrated in Public Relations**

Ahmad Riyadi

Strategy of Marketing Communication in Public Election Politically

**(Study of Case in Acted to Candidates of Drs. Suyoto, M.Si and Drs. Letkol.
(Purn) Setyo Hartono, the Winner of Public Election in Bojonegoro Regency)**

**Research Paper: 2008, xvi + 132 pages + 5 pages of enclosures+ 4 tables + 44
pictures**

**23 books of Bibliography (1984 + 2007) 2 Mass Medias(2007) + 3 On line
Sources (2006 + 2007)**

This research is to show the strategy of marketing communication politically which is used by success team of candidates of Suyoto-Setyo Hartono in getting the win of public election hold in December 10th, 2007. the goal of this research is for knowing how the strategy could be able to act by the team and what the factors which are supported and pursued in political way. The theories set which are used such as the communication strategy and political marketing and the research method is study of descriptive case. The data are from the key informant as the doers. They are both of the candidates and the leader of success team and the members. It is also supported by the documents such as the news paper, subject of advertising or advertorial, photos, CD record, and others. The result of this research showed that the team adopted *the theory of Adman Nursal* with his 9P. These are *positioning, policy, person, party, presentation, push marketing, pull marketing, pass marketing, and polling*. So, the candidates of Suyoto-Setyo Hartono had been the winner in public election which was hold. After we had being observed the result of public election in Bojonegoro, we can also conclude that the majority of the electors want to have changes for people of Bojonegoro. The figures of Suyoto-Setyo Hartono who want to take care and communicate with people directly are hoped to able to make the people's life to be better especially in economic field and to create the *good governance*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
D. Kerangka Teori	7
1. Strategi Komunikasi	8
2. Pemasaran Politik	13
3. Pendekatan Terhadap Pemilih	30
4. Segmentasi Pasar	36
E. Metode Penelitian	38
1. Jenis Penelitian	38
2. Lokasi dan Objek Penelitian	39
3. Waktu Penelitian	39
4. Pengumpulan Data	39
5. Informan Penelitian	41
6. Jenis Data	42
7. Teknik Analisis Data	43

BAB II	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	46
A.	Gambaran Wilayah Kabupaten Bojonegoro	46
B.	Segmentasi Pasar	47
C.	Profil Pasangan Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono	53
	1. Profil Drs. Suyoto M.Si	53
	2. Profil Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono	57
D.	Tim Sukses Pilkada	58
E.	Motto, Visi, Misi, dan Program Kerja 2008-2013	61
	1. Motto Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono	61
	2. Visi Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono	61
	3. Misi Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono	63
	4. Program Kerja Drs. Suyoto, M.Si dan Drs. Letkol. (Purn.) Setyo Hartono	64
BAB III	PEMBAHASAN	67
	1. Strategi Komunikasi Pemasaran Politik	67
	2. Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Politik	74
	a. Pemasaran Politik	74
	b. Faktor Penghambat Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Politik	122
	c. Faktor Pendukung Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Politik	124

BAB IV KESIMPULAN	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran	129
a. Bagi obyek penelitian atau subyek penelitian	129
b. Bagi penelitian selanjutnya	130

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Sembilan Elemen Political Marketing	18
Gambar I.2	Kerangka Umum Komunikasi Pemasaran	23
Gambar II.1	Pola Kerja Tim Relawan atau Tim Sukses	66
Gambar III.1.	Suyoto, saat berdiskusi dengan pengunjung dan pedagang yang ada di pasar Temayang Kec. Temayang	80
Gambar III.2.	Suyoto saat berdiskusi dengan petani di Kec. Temayang	80
Gambar III.3.	Suyoto saat membagikan stiker kepada ibu-ibu pedagang	81
Gambar III.4.	Suyoto saat membagikan kalender di Pasar Kec. Ngasem	81
Gambar III.5.	Suyoto saat membeli makanan "Gethuk" di Pasar Kec. Ngasem	82
Gambar III.6.	Suyoto saat berkunjung di rumah warga di Kec. Ngasem	82
Gambar III.7.	Suyoto saat bersama pemuda dalam suatu acara pernikahan di Kec. Ngasem	83
Gambar III.8.	Suyoto saat berkunjung di SD Kec. Temayang	83
Gambar III.9.	Suyoto usai Solat Jumat mengadakan diskusi dengan para jamaah di masjid Kec. Ngambon	84
Gambar III.10 dan III.11.	Suyoto bersalaman dengan anak-anak	

yang sedang bermain layang-layang di Kec. Kedungadem	84
Gambar III.12. Suyoto juga ikut menyaksikan hiburan Tayub	85
Gambar III.13. Suyoto melihat buruh petani yang sedang membajak sawah di Kec. Temayang	85
Gambar III.14. Suyoto saat menyapa seorang nenek saat nenek ini baru pulang dari sawah	86
Gambar III.15. Suyoto saat membagikan stiker kepada tukang becak yang mangkal di Pasar Kec. Temayang	86
Gambar III.16. Suyoto saat foto bersama dengan pedangan dan pengunjung pasar di Pasar Kec. Ngasem	87
Gambar III.17. Suyoto membeli jeruk Pasar Kec. Temayang	87
Gambar III.18. Suyoto saat bersama para suporter Boro Mani saat menyaksikan sepak bola di Stadion Letjen Soedirman Bojonegoro	88
Gambar III.19. Suyoto saat bersalaman dengan simpatisan dalam kampanye putara kedua di Kec. Balen	94
Gambar III.20. Suyoto saat bersalaman dengan simpatisan dalam kampanye putara kedua di Kec. Sugihwaras	94
Gambar III.21. Suyoto saat berorasi di truk terbuka di Kec. Sukosewu	95
Gambar III.22 Suyoto saat bersalam dengan pendukung di Kec. Ngambon	97

Gambar III.23. Suyoto bersama istrinya Siti Mafudhoh saat berorasi di Kec. Kalitidu	97
Gambar III.24. Suyoto bersama isterinya Siti Mafudhoh di atas becak dikerumuni pendukungnya	99
Gambar III.25. Suyoto bersama isterinya Siti Mafudhoh sesudah turun dari becak menuju alun-alun Bojonegoro	99
Gambar III.26. Suyoto saat berorasi di depan ribuan pendukungnya di alun-alun Bojonegoro	100
Gambar III.27. Seorang ibu-ibu sedang berorasi bersama Suyoto	100
Gambar III.28. Ribuan simpatisan pasangan Suyoto-Setyo Hartono saat menghadiri kampanye putaran keempat di alun-alun Bojonegoro	101
Gambar III.29 Tampilan blog milik Suyoto	102
Gambar III.30. Spanduk yang dipasang di jalan	103
Gambar III.31. Baliho yang dipasang di jalan	103
Gambar III.32. Stiker yang dibagikan ke masyarakat	104
Gambar III.33 dan III.34. CD yang dibagikan ke masyarakat	105
Gambar III.35. Kalender yang dibagikan ke warga	107
Gambar III.36. Contoh surat kontrak politik dengan warga	108
Gambar III.37. III.38. III.39. III.40. Desain iklan	112
Gambar III.41. Suyoto berdiskusi dengan pamong	114

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Media/Sarana/Tempat dan Marketing Mix Komunikasi Pemasaran Politik Pilkada Kabupaten Bojonegoro 2007	74
Tabel III.2	Daftar Kunjungan Suyoto dan Setyo Hartono di Kecamatan se-Bojonegoro	76
Tabel III.3	Marketing Mix yang digandakan	99
Tabel III.4	Jadwal Penayangan Iklan dan Advertorial	106