

ABSTRAK

Nuriyanti Ayu Bassetyo, 2013. *“Strategi Marketing Politik Calon Incumbent Pilkada Periode 2013-2018 (Kajian Strategi Komunikasi Politik Tentang Tim Sukses Pasangan Cabup Noer Tjahja dan Heri Purnomo (Tjahaja Purnama) Di Kabupaten Sampang, Madura)”* Skripsi, Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Negeri Trunojoyo. Pembimbing: (1) Sri Wahyuningsih, S.Sos.,M.Si (2) Farida Nurul Rahmawati, S.S.M.Si

Komunikasi politik dalam pemilihan umum kepala daerah menjadi aspek penting untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi khalayak. Komunikasi politik secara konvensional merupakan kegiatan penyampaian pesan melalui saluran dan media yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan. Penelitian ini bermaksud untuk mengungkap fakta-fakta ilmiah (scientific findings) berkaitan dengan komunikasi politik yang dilakukan oleh calon incumbent Bupati dalam PILKADA tahun 2012. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi marketing politik yang digunakan oleh Tim Sukses Noer Tjahja selaku calon incumbent Bupati Sampang 2012.

Penelitian ini menggunakan perspektif marketing politik Nursal yang memiliki Tahapan dan strategi marketing politik. Dari proses eksternalisasi, calon incumbent melakukan obyektifikasi menyangkut persoalan sosial, isu politik, dan kemudian dilakukan tindakan pada tahap eksternalisasi. Penelitian ini, merupakan penelitian kualitatif. Dengan pengambilan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan kajian kepustakaan. Data-data yang terkumpul kemudian direduksi agar menjadi data yang beraturan sehingga dapat dianalisis secara maksimal.

Dalam memaknai realitas sosial dan politik ditingkatan masyarakat, calon incumbent melakukan pendekatan eksternalisasi dan obyektifikasi yang diwujudkan melalui berbagai kegiatan yang bersifat sosial dan kultural.

Kata Kunci : Komunikasi Politik, Marketing Politik, PILKADA Sampang, Calon Incumbent.

ABSTRACT

Nuriyanti Ayu Bassetyo, 2013. "*Political Marketing Strategy Incumbent Candidate Pilkada Period 2013-2018 (Studies About Team Success Couple regent Noer Tjahja and Heri Purnomo (Tjahaja Purnama) In Sampang regency, Madura)*" Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Cultural Studies, State University Trunojoyo. Advisors: (1) Under the guidance of Sri Wahyuningsih, S.Sos., M.Si (2) Nurul Farida Rahmawati, SSMSi

Political communication in the elections of regional heads become an important aspect to convey the message and influence the audience. Konvesional merupakan political communication activities and the delivery of messages through media channels carried by the communicator to communicant. This study intends to uncover scientific facts (scientific findings) related to political communication made by Regent incumbent candidate in the 2012 Election. The purpose of this study was to determine the political marketing strategy used by Team Success Noer Tjahja as the incumbent candidate Sampang Regent 2012.

Research in political marketing perspective Nursal use with Stages and political marketing strategy. Of the externalization process, candidates incumbent melakukan obyektifikasi concerning social issues, political issues, and then carried out the action on the stage of externalization. This study, a qualitative research. By collecting data through observation, in-depth interviews, and a review of the literature. The data collected is then reduced in order to be uniform so that the data can be analyzed to the fullest.

Of understanding of the social and political realities ditingkatan society, incumbent candidate externalizing and obyektifikasi approach is realized through a variety of activities that are social and cultural.

Keywords: Political Communication, Political Marketing, PILKADA Sampang, Incumbent Candidate.