

ABSTRAK

Gading Angga Pratama. 150531100072. Ilmu Komunikasi. MARKETING POLITIK SEBAGAI STRATEGI KAMPANYE POLITIK SYAHRI MULYO – MARYOTO BIROWO (Studi Kasus Kemenangan Syahri Mulyo - Maryoto Birowo Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tulungagung 2018).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kampanye politik serta penerapan *marketing* politik yang dilakukan Syahri Mulyo - Maryoto Birowo terkait kemenangannya dalam pilkada kabupaten Tulungagung 2018. Dalam kampanye politik penggunaan *tools Markting* politik melalui pendekatan STP (segmentasi, *targeting*, *postioning*) dan 3P (*push marketing*, *pull marketing* dan *pass Marketing*) bisa menjadi sebuah pendekatan baru dalam kampanye untuk memenagkan pemilu.

Metode pengumpulan data menggunakan wawancara serta studi dokumentasi. Informan dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman dan teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan kemenangan Syahri - Maryoto dalam Pilkada Kabupaten Tulungagung 2018 karena citra dan *positioning* nya yang tepat pada target pemilihnya. Syahri - Maryoto lebih mengedapankan *pull marketing* untuk menyetuh langsung pemilih. Selain itu ada botoh dan politik yang menjadi faktor kemenangan Syahri - Maryoto.

Kata kunci: *Markting* politik, Sahto, botoh

ABSTRACT

Gading Angga Pratama. 150531100072. *Communication Department. POLITIC MARKETING AS A POLITIC CAMPAIGN STRATEGY USED BY SYAHRI MULYO – MARYOTO BIROWO (A Case Study of the Winning Election of Syahri Mulyo – Maryoto Birowo in the Election of Regional Head of Tulungagung Regency in 2018)*

This study aims at understanding the politic campaign and politic marketing used by Syahri Mulyo-Maryoto Birowo in the election of regional head of Tulungagung Regency in 2018. In the politic campaign, the use of politic tools marketing through STP (segmentation, targeting, positioning) and 3P (push marketing, pull marketing, and pass marketing) approach can be used as a new approach in the campaign to win the election.

This study employed interview and documentation as method of the study. This study used purposive sampling to choose the informants as the participants. This study used Miles and Huberman as data analysis technique and triangulation to validate the data.

The results of the data show that the winning election of Syahri Mulyo- Maryoto Birowo in the election of regional head of Tulungagung Regency in 2018 is gained through their image and positioning precisely performed to the targets. Syahri-Maryoto sets up more on push marketing to directly engage with the voters. Besides, botoh and money politic becomes another factor of the winning election of Syahri Mulyo – Maryoto Birowo.

Keywords: politic marketing, Sahto, botoh