

Abstrak

Dalam pilkada serentak di Kabupaten Sleman tahun 2015 yang lalu ada dua pasangan calon yang bertarung untuk memperebutkan posisi orang nomor satu di Kabupaten Sleman. Kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon “santun” tidak lepas dari peran tim sukses dari pembuatan ide-ide kreatif, cara-cara pendekatan terhadap para calon pemilih, hingga bagaimana cara memperkuat *positioning* pasangan calon tersebut. Penelitian ini menggambarkan tentang bagaimana *marketing* sangat berperan dalam dunia politik. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan pasangan calon “santun” dalam mendulang suara dari para pemilih. Metode yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu mengetahui fenomena tentang yang dialami objek penelitian holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan metode alamiah. Hasil dari penelitian adalah mengetahui bagaimana proses *marketing* politik yang dilakukan oleh pasangan calon “santun” dari proses *marketing* hingga strategi pendekatan pasar pada saat kampanye berlangsung. Kemenangan yang diperoleh pasangan calon “santun” tidak didapat dengan mudah, mereka harus melakukan kunjungan ke tiap kecamatan hingga desa-desa di Kabupaten Sleman. Pasangan calon “santun” juga merangkul tokoh, kelompok atau organisasi berpengaruh di Kabupaten Sleman seperti; partai politik, ormas, dan kelompok *supporter* sepak bola yang ada di Kabupaten Sleman. Faktor lain yang mempengaruhi kemenangan pasangan calon tersebut adalah faktor jabatan yang dimiliki oleh Sri Purnomo sebagai calon yang masih menjabat sebagai bupati Sleman pada periode sebelumnya, jadi kemenangan ini menjadikan Sri Purnomo sebagai bupati Kabupaten Sleman dalam dua periode.

Kata kunci: Kampanye, Pilkada, Strategi Marketing

Abstract

The elections Sleman in 2015, there was two pairs candidate who can for the number one person in Sleman Regency. Campaign conducted by “Santun” candidate can’t separated from creative ideas by successfull team, approach to electorate, until how to strengthen the candidate positiong. This research desicribe how marketing plays became an important role in politics. The pupose of this research is to know the impact of marketing communication to setting vote from the electorates. This research using qualitaive resaerch approach to know the concern of holistic object research by description utilizing scientific methodological.the result of this research is to know how to politcs marketing by candidat “santun” from marketing proccess until market approach strategy during campaign. Candidate victory not obtained early, they have to visit each district and villages in Sleman Regency. The pairs of candidates also built relationship with influencer figures, gruops, organizatin such as political parties, mass organization, and football supporter in Sleman. The other how affecting the candidates victory is positioning own by Sri Purnomo asa rgent officer in previous period and then this victory make Sri Purnomo became regent officer in two period.

Keywords: Campaign, Elections, Marketing Strategic