

ABSTRAK

Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman mengenai proses pelaksanaan marketing politik Aron - Subandrio dalam pemilukada bupati dan wakil bupati kabupaten sekadau tahun 2020. Topik permasalahan yang diangkat sangat menarik, karena pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati, pasangan calon petahana yang memiliki basis massa, kekuatan politik dan secara modal nilai ekonomi sudah memumpuni untuk meraih kemenangan, tetapi yang terjadi dalam kasus ini pasangan calon petahana kalah terhadap pasangan calon pendatang, dengan prolehan suara yang di akui oleh semua pihak menang dalam pemilukada di Kabupaten Sekadau namun perbedaan perolehan suara tidak signifikan berbeda, namun dalam sebuah kompetisi kemenangan tetap di akui meski persentasenya tidak signifikan berbeda. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif (wawancara dan dokumentasi) dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan, pada tahap penentuan informan masyarakat menggunakan metode alternatif penelitian riset masa pandemi covid-19 dengan memanfaatkan internet sebagai media untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan masalah penelitian. Dengan penggunaan teori marketing politik (Firmanzah 2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati pada pemilukada di Kabupaten Sekadau tahun 2020, di Kecamatan Sekadau Hilir dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu: *pertama* Produk, masyarakat melihat kandidat dari program kerja, serta rekam jejak kandidat seperti pasangan kandidat pernah memegang jabatan sebagai anggota DPRD Kabupaten Sekadau, Anggota DPRD tingkat Provinsi Kalbar dan berperan penting sebagai tokoh masyarakat serta memiliki jabatan penting di masing – masing partai khususnya partai Demokrat dan Partai Nasdem, pasangan kandidat Aron – Subandrio keduanya adalah alumni mahasiswa Universitas Tanjungpura mulai dari pendidikan S1 hingga menyelesaikan pendidikan S2. *Kedua* Promosi, berkaitan dengan cara kampanye, melalui optimalisasi visi – misi dan program kerja yang dimiliki oleh pasangan calon bupati dan wakil bupati Aron –Subandrio, door to door menyapa dan mendengar langsung keinginan masyarakat, serta memanfaatkan media cetak dan media sosial yaitu Facebook, Instagram, Youtube dan WhatsApp. *Ketiga* Harga, untuk keseluruhan biaya kampanye jumlahnya tidak dapat mereka sebutkan, namun untuk biaya atribut partai untuk mendukung kelancaran kampanye dinyatakan telah terakomodir oleh partai pengusung (disini adalah peran Partai Nasdem). *Keempat* Tempat, terkait dengan lokasi kampanye, dan cakupan kampanye seperti melakukan kampanye di beberapa tempat yang sudah di petakan oleh partai pengusung wilayah jangkauan cukup luas.

Kata Kunci: Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati, Marketing Politik, Produk, Promosi, Harga, Tempat dan Kandidat.

RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul “Marketing Politik Aron – Subandrio Dalam Pemilukada Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020” judul ini dipilih, dari fenomena kekalahan paslon petahana oleh paslon pendatang pada Pemilukada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Sekadau Tahun 2020, maka peneliti mengangkat judul penelitian “Marketing Politik Aron-Subandrio dalam Pemilukada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020”.

Hal ini tentunya sangat menarik untuk dibahas pada penelitian ini dengan identifikasi masalah; adanya ketidak puasan masyarakat terhadap kinerja pasangan petahana ketika menjabat sebagai Bupati di Kabupaten Sekadau Tahun 2020 dan kekalahan petahana terhadap pasangan baru. dengan prolehan suara yang signifikan berbeda, orientasi ini juga menunjukan/ menggambarkan kemampuan sistem partai politik untuk memenangkan pasangan calon pendatang, serta banyaknya faktor yang mempengaruhi, seperti ketidak puasan masyarakat dengan kinerja pemimpin terdahulu dan eksistensi/ pamor dari kandidat/ partai politik sangat kurang dari persepsi masyarakat.

Batasan masalah penelitian pada proses pelaksanaan marketing politik Marketing Politik Aron-Subandrio dalam Pemilukada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020, yang berada di Kecamatan Sekadau Hilir. Kecamatan Sekadau Hilir dipilih berdasarkan indeks atau jumlah

suara tertinggi kandidat yang menang pada Pemilu pada tersebut. Adapun teori yang digunakan yaitu teori Marketing Politik (Firmanzah, 2012, 200) menyangkut Produk, Promosi, Harga dan Tempat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis mengenai proses pelaksanaan marketing politik yang dilakukan oleh Aron-Subandrio dalam memenangkan Pemilu pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut: (1). Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mencari teori dalam informasi, mempelajari literatur, majalah-majalah ilmiah dan laporan-laporan. (2). Penelitian Lapangan (*Field Research*) Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan guna mengumpulkan informasi dan data-data, fakta yang ada dan bersifat relevan terkait permasalahan dalam penelitian. Namun penelitian ini tetap memperhatikan keadaan saat ini dengan mempertimbangkan metode alternatif penelitian riset masa pandemi. Berbagai kegiatan yang biasa dilakukan secara luring, kini harus beradaptasi dengan sistem daring. Hasil penelitian, ini menunjukkan bahwa pada Pemilihan Bupati dan wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020, yang berada di Kecamatan Sekadau Hilir dipengaruhi oleh: *Pertama* Faktor Produk marketing politik Partai Nasdem dalam mengusung kemenangan pasangan calon bupati-wakil bupati Sekadau terpilih tahun 2020-2025 yaitu Aron-Subandrio memiliki visi misi yaitu Sekadau Baru Sekadau Maju dan program kerja unggulan

yakni infrastruktur, perkebunan, pertanian, perikanan untuk kesejahteraan (IP3K). Program Kerja lainnya yaitu Sektor pendidikan dan kesehatan. Gambaran produk politik yakni mencakup *platform partai* yakni kandidat Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati menawarkan solusi untuk masalah yang dirasakan oleh masyarakat terhadap pembangunan infrastruktur, ekonomi, pendidikan, *past record* atau rekam jejak dari kandidat, yang paling berkesan adalah ketika kandidat Aron-Subandrio pernah menjabat sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sekadau. Peran Aron-Subandrio sebagai wakil rakyat di masyarakat Sekadau membuat nama kandidat sebagai orang yang berpengaruh di daerah tersebut dan *personal characteristic* dilihat dari figur Paslon Aron-Subandrio yang *humble* dan ramah kemudian sering melakukan komunikasi kepada masyarakat mengenai apa yang menjadi masalah pokok di masyarakat.

Kedua Faktor Promosi Marketing Politik Partai Nasdem dalam Pemenangan Aron-Subandrio dengan cara *Door to Door Campaign* (DTDC) kemudian Partai Nasdem menunjukkan strategi utama untuk melakukan Promosi yaitu media cetak seperti banner, poster, media elektronik dan media online kemudian promosi yang dilakukan media sosial yaitu melalui Instagram, Facebook dan Grup Whatsapp. Kemudian Partai Nasdem memasarkan lewat jargon Pasangan Aron-Subandrio “PAS” dan takeline yaitu “Sekadau Baru” “Sekadau Maju”. Program kerja yang dipromosikan adalah program kerja IP3K dan program kerja lainnya dari sektor pendidikan dan sektor kesehatan.

Ketiga Faktor Harga Marketing Politik Partai Nasdem dalam Pemenangan Aron-Subandrio secara ekonomis menyampaikan dana yang dikeluarkan juga mengakomodasi kaos, atribut dan kampanye.

Berdasarkan harga sosial mengacu masyarakat merasa tenang dengan dengan latar belakang dari Paslon Aron-Subandrio. Sedangkan citra kandidat diketahui pemilih merasa yakin dengan Paslon Aron-Subandrio dapat membawa perubahan Kabupaten Sekadau. *Keempat* Tempat Marketing Politik Partai Nasdem dalam Pemenangan Aron-Subandrio adalah dengan mengatur penyebaran wilayah pelaksanaan kampanye dilakukan di beberapa titik misalnya di Dusun Sungai Kunyit Kecamatan Sekadau Hilir, Desa Setawar Kecamatan Sekadau Hulu, SP 2 Sopan Pelangkan, Desa Seberang Kapuas, Kecamatan Sekadau Hilir, dusun Odong, dusun Jopo, Cupang Gading, dusun Poring, Kiatak dan lain sebagainya. Cara hadir kampanye dilakukan dengan berdialog kepadamasyarakat untuk mengetahui apa yang menjadi permasalahan dalam masyarakat. Cakupan kampanye sudah cukup merata ke daerah-daerah di Kabupaten Sekadau.

Faktor dominan yang memberikan pengaruh besar terhadap Marketing Politik Aron-Subandrio dalam Pemilukada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Sekadau Tahun 2020 adalah faktor produk Figur. *past record atau* rekam jejak dari kandidat, yang paling berkesan adalah ketika kandidat Aron-Subandrio pernah menjabat sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sekadau. Peran Aron-Subandrio sebagai wakil rakyat di masyarakat Sekadau membuat nama kandidat sebagai orang yang berpengaruh di daerah tersebut dan *personal characteristic* dilihat dari figur Paslon Aron-Subandrio yang *humble* dan ramah kemudian sering melakukan komunikasi kepada masyarakat mengenai apa yang menjadi masalah pokok di masyarakat.

Temuan penelitian yaitu menyangkut sarana Promosi, dengan cara *Door to Door Campaign* (DTDC) media cetak seperti banner, poster, media elektronik dan media online, promosi yang dilakukan media sosial yaitu melalui *Instagram*, *Facebook* dan *Grup Whatsapp*. Dari sekian promosi yang dilakukan oleh partai pengusung yang tidak kalah penting ialah jargon kampanye “Sekadau Baru - Sekadau Maju”serta program kerja yang dinilai oleh masyarakat masuk akal dapat terwujud pada kepemimpinan Aron – Subandrio. Program kerja yang dipromosikan adalah program kerja IP3K dan program kerja lainnya dari sektor pendidikan dan sektor kesehatan. Untuk saran penelitian, agar terciptanya hubungan dua arah (*feedback*) antara kandidat dengan masyarakat diperlukannya usaha sistem,metode dan riset mengenai kebutuhan masyarakat (*policy-problem-solving*). Diharapkan partai politik dan kandidat untuk saling mendukung secara penuh dalam bukti kerja nyata kepada masyarakat, hal ini dilakukan untuk menimbulkan *feedback* dan dukungan dari masyarakat.