

**ANALISIS STRATEGI MARKETING POLITIK PASANGAN BUPATI DAN WAKIL
BUPATI SUGIRI SANCOKO DAN LISDYARITA DALAM PILKADA SERENTAK
TAHUN 2020 DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

**Andri Kurniawan
NIM: 17240549**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO**

2021

**ANALISIS STRATEGI MARKETING POLITIK PASANGAN BUPATI DAN WAKIL
BUPATI SUGIRI SANCOKO DAN LISDYARITA DALAM PILKADA SERENTAK
TAHUN 2020 DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi
Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
ANDRI KURNIAWAN
NIM. 17240549

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2021


HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Andri Kurniawan / 17240549 ini,

Telah di periksa dan di setujui untuk di uji.

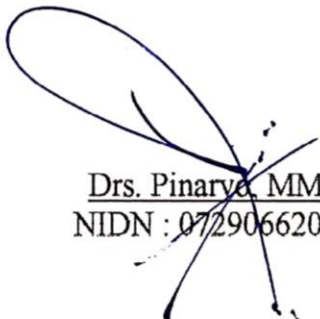
Ponorogo, 13 Juli 2021

Dosen Pembimbing I



Eli Purwan, S.Sos., M.Ikom
NIDN : 0702088201

Dosen Pembimbing II



Drs. Pinarva MM
NIDN : 0729066201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Andri Kurniawan

Telah di pertahankan di depan penguji

Pada hari : Senin

Tanggal : 26 Juli 2021

Pukul : 10.00 S/d 11.00 WIB

Dewan Penguji

Penguji I



Krisna Megantari, MA
NIDN : 0724048604

Penguji II



Drs. Pinaryo, MM
NIDN : 0729066201

Penguji III



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN : 0702088201

Mengetahui,

Dekan



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 1986032520130913

MOTTO

*“Kemenangan Hakiki adalah ketika Kemenangan itu dirasakan
Manfaatnya oleh orang Lain”*

(Andri Kurniawan)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan ridho Allah, skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang spesial dalam hidup saya, yaitu :

1. Yang pertama skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua; Ayahanda Yateno dan Ibunda Sumiyem yang do'a keduanya menjadi dasar untuk kesuksesanku saat ini dan di masa yang akan datang.
2. Kepada keluarga besar yang selalu mendukung saya dan selalu memberikan bantuan di saat saya membutuhkan.
3. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mencurahkan ilmunya, khususnya kepada Ibu Eli Purwati, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran sehingga dapat terselesaikannya tulisan saya ini.
4. Kepada pengurus Panti PAYAMUBA yang telah memberikan arahan, pengalaman dan ilmunya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi.
5. Kepada teman dan sahabat, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017.
6. Kepada seseorang yang telah menemani hari-hariku selama ini dan yang selalu mengingatkan saat jenuh dan lalai menerpa..

Dan kepada semua orang yang telah membantu kelancaran tulisan saya ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu..

Andri Kurniawan

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andri Kurniawan

Alamat : Dukuh Mlokolegi Desa Temon Kecamatan Sawoo, Ponorogo

Nim : 17240549

Program Studi : Ilmu Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“Analisis Strategi Marketing Politik Pasangan Bupati dan Wakil Bupati Sugiri Sancoko dan Lisdyarita dalam Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Ponorogo” adalah observasi, pemikiran dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, Juli 2021

Yang menyatakan,


(Andri Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Marketing Politik Pasangan Bupati dan Wakil Bupati Sugiri Sancoko dan Lisdyarita Dalam Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Ponorogo** ini, dapat terselesaikan.


Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu Peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Eli Purwati, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pemikiran dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo, terima kasih atas pembelajarannya.
5. Semua Informan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang tua, keluarga dan orang terdekat dan rekan yang telah memberikan dukungan.
7. Rekan-rekan garis muda LKSA PAYAMUBA.
8. Kepada IMM Komisariat jendral soedirman, BEM Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan PC IMM Ponorogo terima kasih atas berbagai pengalamannya.

Peneliti menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka saran dan kritik yang konstruktif sangat peneliti harapkan demi perbaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat..

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ponorogo, Juli 2021


Andri Kurniawan

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI MARKETING POLITIK PASANGAN BUPATI DAN WAKIL BUPATI SUGIRI SANCOKO DAN LISDYARITA DALAM PILKADA SERENTAK TAHUN 2020 DI KABUPATEN PONOROGO

ANDRI KURNIAWAN
NIM. 17240549

Skripsi ini berjudul Strategi Marketing Politik Pasangan Bupati Dan Wakil Bupati Sugiri Sancokodan Lisdyarita Dalam Pilkada Serentak Tahun 2020 Di Kabupaten Ponorogo Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Analilis strategi marketing politik pasangan bupati dan wakil bupati sugiri Sancoko dan lisdyarita dalam pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Ponorogo dan untuk mengetahui kendala yang dialami Sugiri Sancoko dan Lisdyarita dalam menjalankan Strategi Marketing Politik pada Pilkada Kabupaten Ponorogo tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data digunakan metode wawancara dan dokumentasi. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dan mengetahui tentang Dalam penelitian ini informan yang akan menjadi narasumber berjumlah 15 orang. Terdiri dari 3 Tim sukses Sugiri Sancoko dan Lisdyarita, 4 Pengurus Kecamatan yang ada di Ponorogo, 8 orang tokoh masyarakat.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pada strategi Push marketing, Sugiri Sancoko dan Lisdyarita langsung berkomunikasi dengan masyarakat dengan menerapkan promosi yang tepat sasaran seperti mengadakan pertemuan rutin, ngopi bareng, Membangun komunikasi politik, dengan calon, penekanan inovatif membuat Komitmen dengan calon pemilih. Strategi pass marketing yang dilakukan oleh Sugiri Sancoko dan Lisdyart adalah merekrut pemuda dan pemilih pemula dalam barisan yang dibuat dalam bentuk sebuah organisasi yang bernama Semut Ireng, Alap-alap Sember Nyowo yang semua lapisan masyarakat Kabupaten Ponorogo mulai dari ulama, tokoh-tokoh adat dan tokoh masyarakat masuk dalam satu barisan dan pada Strategi pull marketing adalah dengan menjadikan Sugiri Sancoko dan Lisdyarita sebagai produk politik yang mudah diinterpretasikan dan merupakan representasi dari pemilihnya. .

Kendala yang dihadapi Sugiri Sancoko dan Lisdyarita dalam menjalankan Strategi Marketing Politik pada Pilkada Kabupaten Ponorogo tahun 2020 pada aspek *price* marketing politik yaitu kekurangan dana kampanye dan komunikasi tim kampanye antar partai pendukung yang kadang-kadang kurang baik.

Kata Kunci: Strategi Marketing Politik, Bupati dan Wakil Bupati, Pilkada Serentak

ABSTRACT

POLITICAL MARKETING STRATEGY FOR THE COUPLE OF REGENT AND VICE REGENT SUGIRI SANCOKO AND LISDYARITA IN THE 2020 SIMULTANEOUS ELECTIONS IN PONOROGO REGENCY

**ANDRI KURNIAWAN
NIM. 17240549**

This thesis is entitled Winning Strategy for the Pair of Regents and Deputy Regents Sugiri Sancoko and Lisdyarita in the 2020 Simultaneous Regional Head Elections in Ponorogo Regency. experienced by Sugiri Sancoko and Lisdyarita in carrying out the winning strategy in the 2020 Ponorogo Regency Election.

This research use descriptive qualitative approach. In collecting data, interview and documentation methods were used. As for the informants in this study are the people who are involved and know about In this study the informants who will be the resource persons amounted to 15 people. Consisting of 3 successful teams, Sugiri Sancoko and Lisdyarita, 4 sub-district administrators in Ponorogo, 8 community leaders.

From the results of the study, it is known that in the Push marketing strategy, Sugiri Sancoko and Lisdyarita directly communicate with the community by implementing targeted promotions such as holding regular meetings, drinking coffee together, building political communication, with candidates, innovative emphasis on making commitments with prospective voters. The pass marketing strategy carried out by Sugiri Sancoko and Lisdyart was to recruit youth and novice voters in a line that was formed in the form of an organization called Semut Ireng, Alap-alap Samber Nyowo from all walks of life in Ponorogo Regency starting from ulama, traditional leaders and community leaders. The community is included in one line and the pull marketing strategy is to make Sugiri Sancoko and Lisdyarita as political products that are easy to interpret and represent the voters.

Constraints faced by Sugiri Sancoko and Lisdyarita in carrying out the Political Marketing Strategy in the 2020 Ponorogo Regency Election in the aspect of political price marketing, namely the lack of campaign funds and the sometimes poor communication between the supporting parties of the campaign team.

Keywords: Political Marketing Strategy, Couple Of Regent and Vice Regent, Simultaneous Regional Elections

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori.....	6
D. Kerangka Pikir.....	28
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	30
B. jenis dan Pendekatan Penelitian	30
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
D. Data dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis Data	34

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Marketing Politik Pasangan Sugiri Sancoko dan Lisdyarita) 38

B. Kendala yang Dihadapi Pasangan Sugiri Sancoko dan Lisdyarita dalam Menjalankan Strategi Marketing Politik pada Pilkada Kabupaten Ponorogo Tahun 2020 48

BAB V: KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan 52

B. Implikasi 53

B. Saran-saran 53

DAFTAR PUSTAKA 55

LAMPIRAN-LAMPIRAN 57



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kerangka Pikir	19



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Alur model penelitian menurut Miles dan Huberman.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Pedoman Wawancara
2. Transkrip Wawancara.....
3. Dokumentasi Penelitian.....

