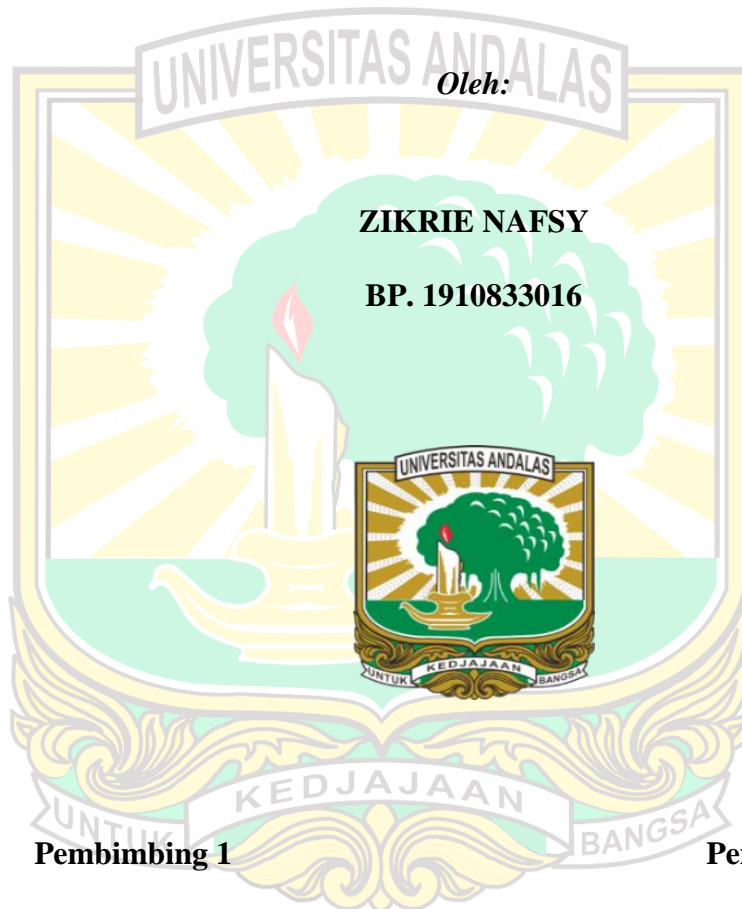


**MARKETING POLITIK MUSTAPA PADA PEMILIHAN KEPALA DESA
PULAU LINTANG KECAMATAN BHATIN VIII KABUPATEN
SAROLANGUN TAHUN 2021**

SKRIPSI



Pembimbing 1

Pembimbing II

Dr. Indah Adi Putri, M. IP

Andri Rusta, S. IP. M. PP

DEPARTEMEN ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023

ABSTRAK

Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memberi penjelasan tentang *marketing* politik Mustapa calon kepala desa Pulau Lintang pada Pemilihan Kepala Desa Pulau Lintang tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *marketing* politik yang diterapkan oleh Mustapa pada Pemilihan Kepala Desa Pulau Lintang tahun 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Andrew Lock dan Phil Harris (1996) tentang *marketing* politik yakni *product*, dimana memiliki arti kandidat atau calon memiliki konsep atau gagasan yang akan ditawarkan kepada masyarakat, *promotion* yaitu pemilihan metode atau cara-cara melakukan promosi kandidat kepada pemilih, *price* membahas beberapa hal seperti harga ekonomi hingga harga psikologis kandidat dan *place* merupakan fokus daerah distribusi produk politik yang ditawarkan kandidat. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa yang dilakukan Mustapa pada Pemilihan Kepala Desa Pulau Lintang tahun 2021, dalam pelaksanaannya pertama *product* politik yang dibawa Mustapa adalah konsep harapan baru dan latar belakang pernah menjabat sebagai anggota dewan perwakilan rakyat menjadi daya tarik produk politik yang dimiliki Mustapa kepada masyarakat. Dari sisi *promotion*, Mustapa juga melakukan promosi dirinya kepada masyarakat dengan mengadakan pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat dan mengundang semua lapisan masyarakat dalam pertemuan tersebut hingga mendatangi langsung rumah-rumah masyarakat. Dari sisi *price*, mengenai pengeluaran biaya yang digelontorkan oleh Mustapa untuk mencukupi kebutuhan kegiatan kampanye yang dilakukannya bersama tim sukses yaitu biaya pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat dan menyediakan barang olahraga untuk kebutuhan pemuda dan kebutuhan kegiatan kampanye lainnya. Penempatan (*place*) yang dilakukan Mustapa adalah menargetkan semua kalangan masyarakat yang ada di empat dusun yang ada di desa Pulau Lintang, dengan usaha tersebut sesuai dengan indikator *marketing* politik hingga Mustapa dapat terpilih setelah beberapa kali pencalonan menjadi kepala desa Pulau Lintang periode 2021-2026.

Kata kunci : Pemilihan Kepala Desa, Marketing Politik, Sarolangun, Demokrasi Lokal



ABSTRACT

This thesis was written with the aim of providing an explanation of Mustapa's political marketing for the Pulau Lintang village head candidate in the 2021 Pulau Lintang Village Head Election. This research aims to describe political marketing applied by Mustapa in the 2021 Pulau Lintang Village Head Election. This research uses a qualitative approach case study. In this study, researchers used the theory put forward by Andrew Lock and Phil Harris (1996) regarding political marketing, namely product, which means that candidates or candidates have concepts or ideas that will be offered to the public, promotion, namely the selection of methods or ways of promoting candidates to voters, price discusses several things such as economic prices to candidates' psychological prices and place is the focus of the political product distribution area offered by candidates. The results of this study reveal that the political marketing carried out by Mustapa in the 2021 Pulau Lintang Village Head Election, in its first implementation, the political product brought by Mustapa is the concept of new hope and the background of having served as a member of the people's representative council is the attraction of Mustapa's political products to the community. In terms of promotion, Mustapa also promotes himself to the community by holding meetings with public figures and inviting all levels of society to the meeting and visiting people's homes directly. From the price side, regarding the costs incurred by Mustapa to meet the needs of the campaign activities he carried out with the success team, namely the cost of meeting with community leaders and providing sports equipment for the needs of youth and the needs of other campaign activities. The placement (place) carried out by Mustapa is targeting all people in the four hamlets in Pulau Lintang village, with this effort Mustapa can be elected after several nominations to become the village head of Pulau Lintang for the 2021-2026 period.

Keywords: Village Head Election, Political Marketing, Sarolangun, Local Democracy

