

**PEMASARAN POLITIK (*POLITICAL MARKETING*) SITTI IZZATI AZIZ
PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2014 DI PROVINSI SUMATERA
BARAT**

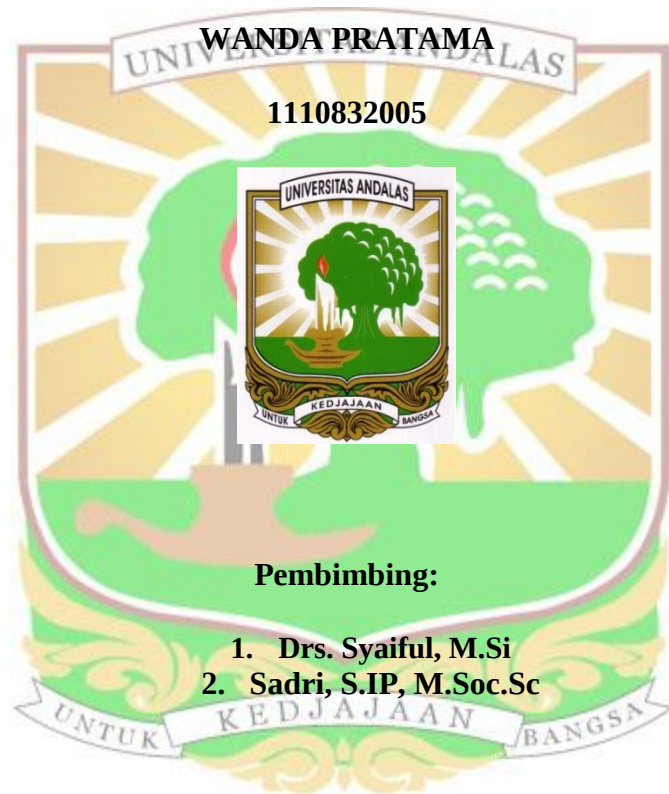
Skripsi

*Diajukan untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*

OLEH:

WANDA PRATAMA

1110832005



Pembimbing:

1. Drs. Syaiful, M.Si
2. Sadri, S.IP, M.Soc.Sc

JURUSAN ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2016

ABSTRAK

WANDA PRATAMA, 1110832005, Marketing Politik Sitti Izzati Aziz Pada Pemilu Legislatif Provinsi Sumatera Barat Tahun 2014. Sebagai pembimbing I Dr. Syaiful M.Si, dan pembimbing II Sadri S.IP M.soc, sc. Skripsi terdiri dari $\pm$ 107 halaman dengan 11 buku teori dan rujukan, 4 buku metodologi, 6 skripsi, 4 undang-undang, 4 jurnal, dan 3 situs internet.

Skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pemasaran politik (*political marketing*) Sitti Izzati Aziz caleg DPRD Provinsi Sumatera Barat dari partai Golkar pada Pemilu Legislatif Provinsi Sumatera Barat Tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemasaran politik (*political marketing*) yaitu *product*, *promotion*, *price*, dan *place* yang dilakukan oleh Sitti Izzati Aziz Pada Pemilu Legislatif Provinsi Sumatera Barat Tahun 2014.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori pemasaran politik (*political marketing*) menurut Andrew Lock & Phil Harris (1996) yaitu *product*, yang berarti kandidat atau gagasan-gagasan kandidat yang akan disampaikan ke masyarakat, *promotion* adalah pemilihan media dalam mempromosikan kandidat, *price* mencakup banyak hal yang dimulai dari harga ekonomi, psikologi, dan citra nasional, dan *place* adalah fokus daerah pendistribusian.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pada pelaksanaan pemasaran politik (*political marketing*) yang dilakukan Sitti Izzati Aziz, dari segi *product* adalah Sitti Izzati Aziz menggunakan konsep pembaruan terhadap masyarakat dan juga menjadikan figur ketenaran orang tuanya sebagai nilai jual produk politik yang dia dimiliki. Selain itu *promotion* yang dilakukan adalah melalui media ruang seperti baliho, spanduk, kalender, dan kartu nama, yang mana mencantumkan foto dan nama orang tuanya yang sudah sangat dikenal masyarakat. *Price* yaitu biaya yang dikeluarkan oleh Sitti Izzati Aziz adalah untuk kebutuhan kampanye seperti membuat baju, baliho serta kebutuhan kampanye lainnya. Dan yang menjadi *place* Sitti Izzati Aziz adalah kalangan menengah ke bawah seperti kelompok-kelompok tani yang ada di Kecamatan 2x11 Enam Lingsung. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa hal yang sangat dominan dari kemenangan Sitti Izzati Aziz adalah karena faktor figur orang tuanya yang sangat membantu terhadap dirinya dalam meraih suara pada pemilu legislatif dan juga kemampuan Sitti Izzati Aziz menjaga suara di daerah kampung halamannya yang merupakan daerah pemenangannya sehingga hal tersebut menjadikan Sitti Izzati Aziz terpilih kembali menjadi anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat periode 2014-2019.

Kata kunci : pemilu legislatif, marketing politik, product, promotion, price, place

ABSTRACT

WANDA PRATAMA, 1110832005, Political Marketing Sitti Izzati Aziz In legislative elections in West Sumatra province Year 2014. As a counselor I Dr. Syaiful M.Si, and counselors II Sadri S.IP M.soc, sc. Thesis consists of + 107 pages with 11 books and reference theory, methodology book 4, 6 theses, 4 laws, four journals, and 3 internet sites.

This thesis aims to explain political marketing Sitti Izzati Aziz West Sumatra Provincial Parliament candidate from the Golkar Party In West Sumatra Provincial Legislative Election 2014. This study aims to describe how the product, promotion, price and place are performed by Sitti Izzati Aziz On Election West Sumatra Provincial legislature of 2014.

This study used a qualitative approach with descriptive type. In this study the theory used is the theory of political marketing by Andrew Lock & Phil Harris is product, which means candidates or ideas candidate will delivered to the public, the Promotion is the selection of the media in promoting the candidate, the price includes a lot of things that starts from economics, psychology, and national image, and the place is a focus area of distribution.

The results of this study found that the implementation of political marketing is done Sitti Izzati Aziz, in terms of product is Sitti Izzati Aziz uses the concept of renewal of society and also make their parents fame figure as selling products that she owned the politics. Besides promotion is done is through the media space such as billboards, banners, calendars, and cards, which include photos and names of parents who are already known to the public. Price is the cost incurred by Sitti Izzati Aziz is for the needs of the campaign such as making clothes, billboards and other campaign needs. And that became the place Sitti Izzati Aziz was the middle to bottom like a farmer groups in the District Six Lingkung 2x11. From these results it appears that it is very dominant victory Sitti Izzati Aziz is due to factors figure his parents are very help against him in gaining a voice in the legislative election and also ability Sitti Izzati Aziz keep the noise in the hometown that is an area pemenangannya so that the make Sitti Izzati Aziz re-elected legislators of West Sumatra Province period 2014-2019.

Keywords: legislative elections, political marketing, product, promotion, price, place

