

**ANALISIS KEMENANGAN GUSTIN PRAMONA PADA
PEMILIHAN LEGISLATIF KOTA PADANG PERIODE
2009-2014 DAN PERIODE 2014-2019**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik Pada Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*



Pembimbing I: Prof. Dr. Sri Zul Chairiyah, MA

Pembimbing II: Dewi Anggraini, S.IP,M.Si

**JURUSAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

ABSTRAK

Billy Febrima Hidayat. 1310832012. Analisis Kemenangan Gustin Pramona Pada Pemilihan Legislatif Kota Padang Periode 2009-2014 dan Periode 2014-2019. Jurusan Ilmu Politik. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas, Padang. 2018. Dibimbing oleh Pembimbing I Prof. Dr. Sri Zul Chairiyah, MA dan Pembimbing II Dewi Anggraini, S.IP, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemenangan Gustin Pramona sebagai satu-satunya calon legislatif perempuan pada pemilihan legislatif Kota Padang periode 2009-2014 dan periode 2014-2019. Gustin Pramona merupakan caleg perempuan yang diusung oleh Partai Demokrat dari Kabupaten Solok yang berhasil mengalahkan tiga pesaing *incumbent* Partai Demokrat yang berasal dari daerah Kecamatan Koto Tengah dengan perolehan 1.391 suara. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti faktor kemenangan Gustin Pramona dalam pemilihan legislatif Kota Padang pada periode 2009-2014 dan periode 2014-2019.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori marketing politik, dengan indikator *Product, Promotion, Price, dan Place*. Adapun konsep yang digunakan adalah pemilihan umum dan keterwakilan perempuan dalam politik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tipe deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Gustin Pramona telah menjalankan *marketing politic* secara optimal. Pertama *Product* (Produk) dengan cara menawarkan program-program berbasis pembangunan dan bantuan dengan menggunakan komunikasi interpersonal yaitu tatap muka atau dialog. Dari aspek gender, Gustin Pramona merangkul perempuan yang memiliki kesenjangan sosial dan memberikan solusi atas permasalahan sosial yang ada dengan bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Kedua *Promotion* (Promosi), Gustin Pramona menggunakan media cetak dan media ruang seperti baliho, spanduk, sticker, kalender, dan kartu nama, dan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp sebagai media promosi dirinya. Ketiga *Price* (harga) harga yang dikeluarkan oleh Gustin Pramona merupakan pemenuhan segala kebutuhan kampanye dan sosialisasi dengan masyarakat. Keempat *Place* (Penempatan) tiga daerah yang menjadi target *marketing* yaitu Kelurahan Pasie Nan Tigo, Kelurahan Lubuak Buayo, dan Kelurahan Padang Sarai, dengan tidak meninggalkan kelurahan lain untuk mendapatkan tambahan suara. Gustin Pramona juga membentuk tim pemenangan yaitu Sahabat Gustin.

Kata Kunci : Pemilu Legislatif, Keterwakilan Perempuan, Marketing Politik (*Product, Promotion, Price, dan Place*)

ABSTRACT

Billy Febrima Hidayat. 1310832012. Triumph Analysis of Gustin Pramona on Legislative Election in Padang City Period 2009-2014 and Period 2014-2019. Political Science Department. Faculty of Social Sciences and Political Sciences. Andalas University, Padang. 2018. Advisor I by Prof. Dr. Sri Zul Chairiyah, MA and advisor II by Dewi Anggraini, S.IP, M.Si.

This research is background by Gustin Pramona triumph as the only one women legislative candidate on legislative election in Padang City period 2009-2014 and period 2014-2019. Gustin Pramona is women legislative candidate who is carried by Democrat Party from Solok Regency which is success beat three Democrat Party incumbent candidates from Koto Tangah Districts with 1.391 voices result. Therefore researcher interested for research factor of Gustin Pramona triumph on legislative election in Padang City period 2009-2014 and period 2014-2019.

Theory who is used in this research is political marketing theory, with indicators are product, promotion, price and place. Concept who is used are general election and women's representation in politics. Method who is used in this research is qualitative method with descriptive type. The way who is used in data collection is deep interview and documentation.

Result of research show that Gustin Pramona has done political marketing with optimal way. First, product is the way offer programs based development and assistance with interpersonal communication way is face to face or dialogue. From aspects of gender, Gustin Pramona embrace women who has social gap and give solution based on those social problem which is aim for welfare society. Second promotion, Gustin Pramona use print media, space media like billboard, banner, sticker, calendar and name card, and social media like Facebook and WhatsApp as herself promotion media. Third price, price is paid by Gustin Pramona is fulfillment campaign needs and socialization with society. Fourth, place, which is placement three places who to be marketing target, are Pasié Nan Tigo Village, Lubuak Buayo Village and Padang Sarai Village with not leave another village to get additional vote. Gustin Pramona also create the winning team called Sahabat Gustin.

Key Word : Legislative General Election, Women's Representation, Political Marketing (*Product, Promotion, Price, dan Place*)