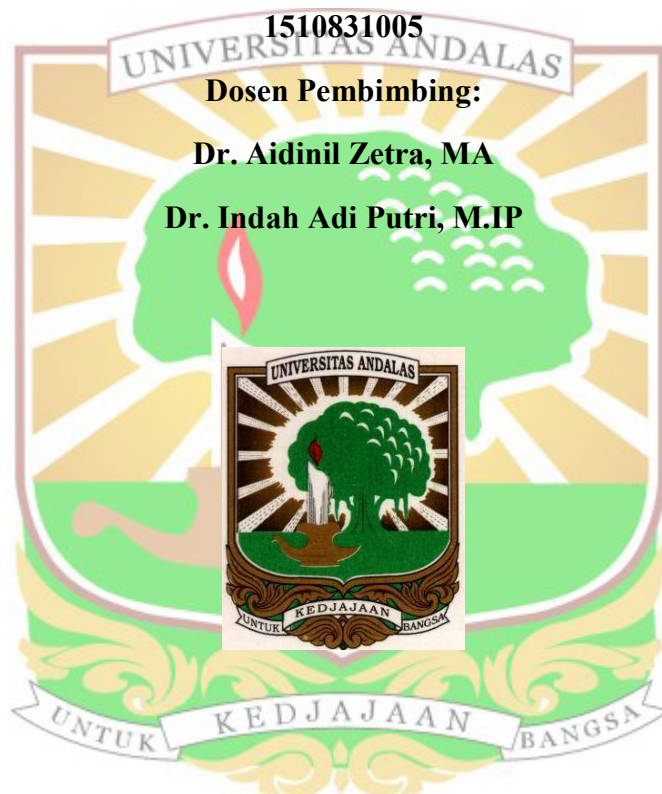


**MARKETING POLITIK MUHAMMAD GHANDI FAISAL
SIREGAR DI KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN
PADA PEMILIHAN ANGGOTA DPRD PROVINSI
SUMATERA UTARA TAHUN 2019**

Skripsi

OLEH :

ARDI AL MUPALI PRANATA



JURUSAN ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2021

ABSTRAK

Ardi Al mupali Pranata. 1510831005. Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Judul Skripsi : marketing politik Muhammad Gandhi Faisal Siregar di Kabupaten Labuhan Batu Selatan Pada Pemilihan anggota DPRD Provinsi Sumatera Utara Tahun 2019.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena politik yang terjadi pada pemilihan legislatif Kabupaten Labuhan Batu Selatan tahun 2019. Salah satu fenomena yang menarik adalah kemenangan calon legislatif Muhammad Gandhi Faisal Siregar yang di usung Partai Amanat Nasional. Pada awal kampanye, Muhammad Gandhi Faisal Siregar ragu bisa menang, akan tetapi dengan proses *marketing* politik yang dilakukan dan modal sosial yang dimilikinya, sehingga berhasil memenangkan kontestasi pemilihan legislatif di dapil 6 yaitu Kabupaten Labuhan Batu Utara, Labuhan Batu dan Labuhan Batu Selatan dan berhasil meraih suara tertinggi di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan *marketing* politik Muhammad Gandhi Faisal Siregar yaitu Produk, Promosi, Harga, Tempat yang dilakukan pada Pemilihan Legislatif di Kabupaten Labuhan Batu Selatan tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus. Dengan menggunakan teori *marketing* politik menurut Firmanzah (2012) yaitu 4p : Produk, Promosi, Harga, Tempat, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pelaksanaan *marketing* politik Muhammad Gandhi Faisal Siregar dilihat dari produk, Muhammad Gandhi Faisal Siregar menawarkan konsep pembangunan dan gagasan pembaharuan kepada pemilih dengan memanfaatkan isu politik dan identitas diri, dengan memanfaatkan modal sosial Muhammad Gandhi Faisal Siregar dan bapaknya. Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media kartu nama, stiker, kalender dan baliho. Harga dari segi ekonomi dana yang dikeluarkan untuk mencetak kartu nama, stiker, kalender, baliho dan relawan, dari segi psikologis Muhammad Gandhi Faisal Siregar menghadirkan suasana yang nyaman terhadap masyarakat pemilih dengan memanfaatkan modal sosial yang dimiliki dan menjaga komunikasi yang baik dengan pemilih sehingga menciptakan citra yang baik kepada pemilih. Tempat Muhammad Gandhi Faisal Siregar adalah basis suara yang dimilikinya periode lalu dan memanfaatkan beberapa perusahaan serta jaringan kekerabatan hingga marga dirinya dan juga memanfaatkan rekan kerja istri dan adiknya seperti golongan ASN (Aparatur Sipil Negara). Modal sosial yang dimiliki oleh Muhammad Gandhi Faisal Siregar dan bapaknya juga menjadi faktor penting dalam mendukung proses *marketing* Politik Muhammad Gandhi Faisal Siregar pada pemilihan umum.

Kata kunci: Pemilu Legislatif, *marketing* politik, produk, promosi, harga, tempat, modal sosial

ABSTRACT

Ardi Al mupali Pranata, Department of Political Science, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Thesis Title: Political Marketing of Muhammad Gandhi Faisal Siregar in Labuhan Batu Selatan Regency in the Election of DPRD members of North Sumatra Province in 2019.

This research is motivated by political phenomena that occurred in the legislative elections of Labuhan Batu Selatan district in 2019. One interesting phenomenon is the victory of legislative candidate Muhammad Gandhi Faisal Siregar who is under the National Mandate Party. At the start of the campaign, Muhammad Gandhi Faisal Siregar doubted he could win, but with the political *marketing* process he carried out and the social capital he had, he succeeded in winning the legislative election contestation in electoral district 6, namely Labuhan Batu Utara, Labuhan Batu and South Labuhan Batu districts and was successful. won the highest votes in Labuhan Batu Selatan Regency. This research aims to explain Muhammad Gandhi Faisal Siregar's political *marketing*, namely Products, Promotions, Prices, The place was carried out in the Legislative Election in Labuhan Batu Selatan Regency in 2019. This research used a qualitative approach with case study research. By using Political *marketing* theory according to Firmanzah (2012), namely 4p: Product, Promotion, Price, Place, the results of the research show that in the implementation of political *marketing* Muhammad Gandhi Faisal Siregar seen from the product, Muhammad Gandhi Faisal Siregar offers the concept of development and ideas of renewal to voters by exploiting political issues and self-identity, by utilizing the social capital of Muhammad Gandhi Faisal Siregar and his father. Promotions are carried out using business cards, stickers, calendars and billboards. The price is from an economic point of view of the funds spent to print business cards, stickers, calendars, billboards and volunteers. From a psychological point of view, Muhammad Gandhi Faisal Siregar presented a comfortable atmosphere to the voters by utilizing their social capital and good communication with voters to create a good image to voters. Muhammad Gandhi Faisal Siregar's place was the voice base he had in the past period and took advantage of several companies and kinship networks to his clan and also took advantage of his wife and younger colleagues like the ASN (State Civil Apparatus) class. The social capital owned by Muhammad Gandhi Faisal Siregar and his father was also an important factor in supporting Muhammad Gandhi Faisal Siregar's Political *marketing* process in the general election.

Keywords: legislative election, political *marketing*, product, promotion, price, place, social capital