

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran politik pasangan Sambari-Qosim dalam Pemilihan Kepala Daerah Gresik 2015. Tingkat elektabilitas pasangan Sambari dan Qosim yang masih tinggi serta soliditas antar keduanya yang tidak pecah dalam Pilkada 2015 membuat bentuk pemasaran politik yang dilakukan memiliki kemudahan untuk meraih suara terbanyak pada Pemilihan Kepala Daerah Gresik tahun 2015. Pertanyaan penelitian yang muncul ialah strategi pemasaran politik seperti apakah yang dilakukan Sambari dan Qosim bersama tim pemenangan dalam Pilkada Gresik 2015. Untuk menjawab pertanyaan politik tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek penelitian adalah pasangan Sambari dan Qosim, anggota tim pemenangan dari partai pengusung yaitu PKB dan Partai Demokrat serta tim sukses Sambari-Qosim lainnya. Hasil penelitian ini ialah pasangan Sambari dan Qosim melakukan strategi pemasaran politik dengan melakukan pendekatan dan branding politik yang sudah dilakukan sejak Sambari dan Qosim menjabat sebagai Bupati dan Wakil Bupati Gresik 2010. Penyampaian pembangunan yang sudah dilakukan Sambari dan Qosim juga menjadi strategi pemasaran politik mereka dalam menyampaikan kepada masyarakat. Tingkat elektabilitas yang masih cukup tinggi juga membuat banyaknya relawan Sambari dan Qosim untuk menjadi pendukung dalam pemenangannya. Banyaknya aspek pendukung kemenangan Sambari dan Qosim sehingga dapat memperoleh suara terbanyak di seluruh 18 kecamatan kabupaten Gresik, sehingga Sambari dan Qosim terpilih kembali sebagai Bupati dan Wakil Bupati Gresik tahun 2015.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran politik, Pemilihan Kepala Daerah, Gresik