Abstraksi

Pertarungan politik membutuhkan jurus-jurus pemasaran seperti pemetaan segmen pemilih, demografi pemilih, psikografi pemilih, *brand positioning* kandidat, *brand personality* kandidat, tawar-menawar, transaksi, *public-relations*, media *planning*, media *buying*, media *placement*, pengelolaan isu dan even-even penting, riset dan seterusnya. Semakin cerdas rakyat pemilih, strategi persuasi harus semakin canggih pula. Berbagai konsultan pun dilibatkan untuk merumuskan strategi persuasi yang tepat, mulai dari ahli marketing, ideolog, penulis pidato, ahli statistik sampai perancang busana. Honor para konsultan pun juga mahal. Ini lah demokrasi yang lebih didominasi oleh proses marketing komunikasi. Dengan segala kelebihan dan kelemahan strategi politik yang telah disampaikan di atas Pungky, bisa menjalankan peran ideal-nya sebagaimana diisyaraktkan dalam pendekatan dramaturgi Erving Goffman. Seperti yang Goffman kemukakan, citra diri Pungky yang muslimah, amanah dan mudah bisa ditampilkan secara ideal dipanggung depan. Dan melahirkan sebuah citra diri yang rutin mengenai Pungky. Meski strategi Marketing komunikasi Pungky dipandang baik dan komprehensif, nyatanya Pungky tidak lolos ke Senayan akibat adanya faktor-faktor intervening, seperti perolehansuara partai (PBR) yang tidak memenuhi ambang PT.

Kata Kunci : Marketing Komunikasi, *brand positioning, brand personalit, public-relations, public-relations,* media *planning*