

Abstrak

Kekalahan pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur tahun 2018 menjadi pertanyaan besar. Dalam penelitian ini akan dibahas strategi marketing politik yang telah dilakukan oleh pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno serta factor yang menyebabkan kegagalan strategi kampanye yang telah disusun oleh tim sukses dan partai politik. Teori yang digunakan untuk menganalisis adalah strategi political marketing melalui marketing mix. Dari hasil temuan data, pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno secara product memiliki modal sosial untuk branding mereka. Pengorganisasian tim sukses, partai politik, dan relawan untuk menyetch pemilih secara langsung merupakan salah satu strategi pasangan ini. Namun pemilihan branding agamis dan nasionalis untuk pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno dalam Pilgub tidak efektif karena terlalu tradisional dengan kondisi masyarakat yang pemikirannya lebih rasional. Tidak solidnya antar partai koalisi membuat komunikasi kurang sehingga berpengaruh pada pelaksanaan kampanye. Kemudian kurangnya riset data pada saat diadakan debat membuat pasangan ini terlihat lemah. Pada akhirnya harus menerima kekalahan atas Khofifah Indar Parawansa dan Emil Elistianto Dardak sebagai competitor.

Kata kunci : strategi kampanye, marketing politik, pilgub

Abstrack

The defeat of the couple Saifullah Yusuf and Puti Guntur Soekarno in the 2018 East Java Governor Election is a big question. This research will discuss the political marketing strategies that have been carried out by the couple of Saifullah Yusuf and Puti Guntur Soekarno as well as the factors that cause the failure of the campaign strategies that have been formulated by the success team and political parties. The theory used to analyze is a political marketing strategy through a marketing mix. From the results of the data findings, the couple of Saifullah Yusuf and Puti Guntur Soekarno by product have social capital for their branding. Organizing success teams, political parties, and volunteers to tap voters directly is one of the strategies of this pair. However, the selection of religious and nationalist branding for the couple of Saifullah Yusuf and Puti Guntur Soekarno in the regional election was ineffective because it was too traditional with the conditions of society whose thinking was more rational. The lack of solidarity between coalition parties made communication less so that it had an effect on campaign implementation. Then the lack of data research at the time of the debate made this couple look weak. In the end, they had to accept the defeat of Khofifah Indar Parawansa and Emil Elistianto Dardak as competitors.

Keywords: campaign strategy, political marketing, pilgub

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah berkat rahmat Allah SWT akhirnya skripsi berjudul “Kegagalan Marketing Politik Pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur tahun 2018” dapat peneliti selesaikan dengan baik.

Kekalahan yang dialami pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti karena dari faktor produk politik, Saifullah Yusuf merupakan seorang kandidat incumbent. Partai yang mendukung pasangan ini juga memiliki suara paling besar di Jawa Timur yaitu PKB dan PDIP. Melihat pasangan ini memiliki modal politik yang besar, membuat peneliti ingin membahas bagaimana strategi kampanye yang telah dilakukan oleh pasangan Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno serta faktor yang menyebabkan kekalahan pasangan ini.

Segala upaya telah peneliti lakukan dalam proses penyelesaian skripsi ini, maka dari itu jika terjadi kesalahan yang tidak disengaja peneliti memohon maaf dengan setulusnya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menambah referensi.

Surabaya, 03 Agustus 2020



Febrilia Kasy Fillah