

## ABSTRAKSI

Pemilihan Kepala Daerah Langsung merupakan kerangka kelembagaan baru di dalam merajut kehidupan politik yang lebih demokratis di daerah. Dimensi kekuasaan memberikan pandangan bahwa setiap warga negara berhak untuk meraih, mempertahankan dan melaksanakan kekuasaan yang ada. Semua warga negara memiliki kesempatan yang sama untuk bisa terpilih sebagai Kepala Daerah. Namun, modal yang dimiliki setiap warga Negara tidaklah sama. Oleh karena itu hal yang paling terpenting untuk mengakalinya adalah bagaimana merancang strategi pemenangan yang baik dan jitu serta ditunjang oleh perangkat organisasi yang hebat dalam pengoperasionalisasiannya.

Keberadaan organisasi kampanye politik merupakan fenomena yang unik dalam penyelenggaraan pemilihan Kepala Daerah. Bagi seorang calon, organisasi kampanye bertindak sebagai penyambung visi misi dengan langkah pemenangan. Pembentukan organisasi kampanye politik dianggap oleh para kandidat sebagai cara yang efektif dalam mengorganisir langkah-langkah pemenangan dalam pemilihan Kepala Daerah. Setiap organisasi kampanye politik pasti mempunyai kekhasan masing-masing yang mempengaruhi tingkat keberhasilannya dalam pemenangan kandidat.

Penelitian Kualitatif ini dilakukan di Mojokerto, dimana disinilah sebuah lembaga pemberdayaan masyarakat bernama M-CENTER, yang bisa dikatakan sebagai organisasi kampanye politik, berhasil menyusun strategi politik yang mampu memenangkan calon baru, Mustofa Kamal Pasha melawan calon incumbent. Wawancara mendalam dilakukan kepada anggota M-CENTER untuk mengetahui strategi politik yang dipakai untuk memenangkan Mustofa Kamal Pasha agar lebih memahami fenomena yang ada.

Dengan menggunakan frame teori marketing politik, diharapkan dapat memberikan ulasan mengenai bagaimana pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat. Marketing politik telah memberikan perspektif alternatif yang dapat digunakan oleh politikus atau kontestan politik untuk lebih mendekatkan diri dengan masyarakat, agar lebih efisien serta efektif dalam membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat. Sehingga melalui marketing politik, akan diketahui upaya pendekatan M-CENTER terhadap masyarakat, sebagai langkah strategis dalam memenangkan Mustofa Kamal Pasha dalam Pilkada kabupaten Mojokerto 2010.

**Kata Kunci** : Pemilihan Kepala Daerah Langsung, Strategi Politik, Marketing Politik, Organisasi Kampanye Politik, Kampanye