

# Strategi Marketing Politik:

Studi Eksplorasi Terhadap Pandangan Pasangan dan Tim Sukses  
Kandidat TOTO (Suyoto & Setyo Hartono)  
Dalam Pilkada Kabupaten Bojonegoro 2007

SKRIPSI

File P 31  
Pra

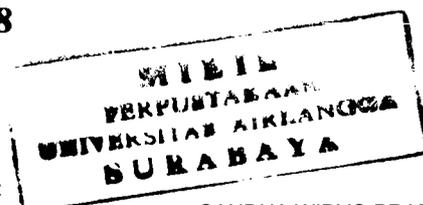


Disusun Oleh:

**GANDHA WIDYO PRABOWO**  
NIM : 070417346

**DEPARTEMEN ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**Semester Genap 2007/2008**



## ABSTRAKSI

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) yang dilaksanakan secara langsung membuka kran yang luas untuk penggunaan strategi marketing politik. Tidak terkecuali pada pilkada kabupaten Bojonegoro tahun 2007, pasangan calon Suyoto dan Setyo Hartono (TOTO) berhasil menggunakan strategi marketing politik yang tepat. Hingga mereka berhasil memenangkan persaingan merebutkan jabatan bupati dan wakil bupati. Sebagai calon yang baru, pasangan TOTO menggunakan isu perubahan sebagai *positioning* mereka. Sebab, lawan yang mereka hadapi adalah calon *incumbent*, yang pernah memegang jabatan sebagai bupati dan wakil bupati periode sebelumnya. Penerapan strategi marketing politik pasangan TOTO didisain dengan perancangan yang membutuhkan waktu cukup lama. Pada perancangannya, Suyoto melakukan beberapa hal. Pertama, Suyoto terjun langsung menemui masyarakat untuk menangkap isu-isu permasalahan yang ada di Bojonegoro. Kemudian diolahnya untuk menjadi sebuah program yang ditawarkan dalam kampanyenya. Program yang ditawarkan adalah memperbaiki pertanian, infrastruktur jalan, pendidikan dan sarana peribadatan, dan memberikan asuransi kesehatan bagi masyarakat miskin. Perancangan berikutnya adalah menentukan pasangan calon wakil bupati yang akan mendampingi. Suyoto memilih Setyo Hartono dengan pertimbangan bahwa isu yang diusung adalah isu perubahan, oleh karenanya membutuhkan figur baru yang belum diketahui oleh masyarakat Bojonegoro. Untuk mempersepsikan bahwa pasangan ini tidak terkait dengan kebijakan yang telah dilakukan *incumbent* pada masa terdahulu. Kemudian, pemilihan *brand image* TOTO dipilih karena mereka ingin mempersepsikan bahwa pasangan ini ingin menata kondisi Bojonegoro untuk menjadi lebih baik. TOTO yang dalam bahasa Jawa berarti menata, dimaksudkan untuk alasan ini. Pada sisi pelaksanaan strategi marketing politik, pasangan TOTO memilih metodenya dengan cara terjun langsung menemui masyarakat. Media yang digunakan dalam proses berinteraksi dengan masyarakat adalah panggung rakyat yang ada dalam masyarakat. Panggung ini seperti acara pengajian, pernikahan, sunatan, tahlilan, dan acara-acara lain yang diadakan oleh masyarakat. Tentu, pasangan TOTO juga melakukan pemetaan politik untuk mengetahui kekuatan internal dan kekuatan pesaing. Dari hasil pemetaan ini, dilaksanakan strategi marketing politik sesuai dengan karakteristik daerah yang akan dimasuki. Pelaksanaan strategi marketing politik yang dilakukan mengalami dinamika seiring dengan waktu yang berjalan. Secara keseluruhan, strategi marketing politik yang dilakukan pasangan TOTO berhasil memenangkan suara masyarakat Bojonegoro dan berhasil mengantarkannya menjadi pemimpin Bojonegoro.

**Key words:** Strategi Marketing Politik, Kampanye, Pilkada Bojonegoro, *Positioning*.