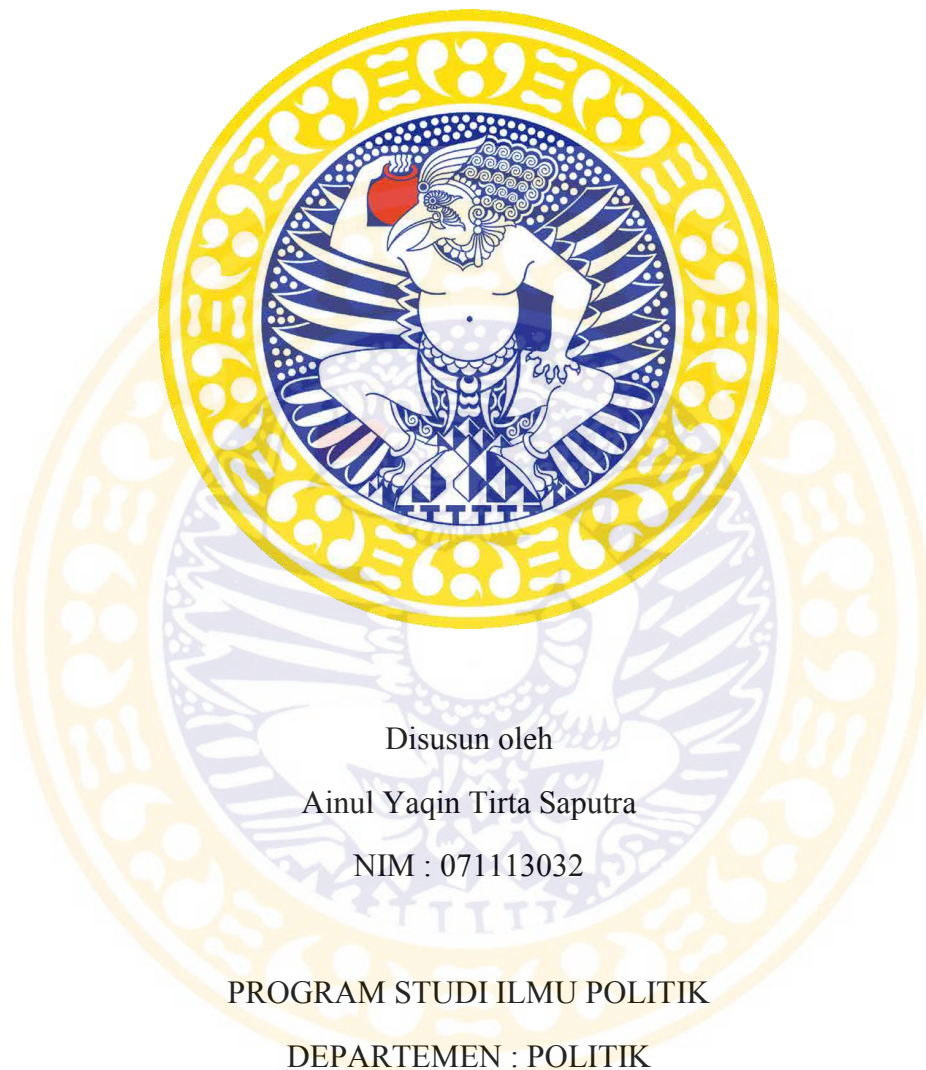


MARKETING POLITIK PARTAI GERINDRA DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF 2014
DI KABUPATEN GRESIK

SKRIPSI



Disusun oleh

Ainul Yaqin Tirta Saputra

NIM : 071113032

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

DEPARTEMEN : POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil/Tahun 2015/2016

MARKETING POLITIK PARTAI GERINDRA DALAM PEMILIHAN
LEGISLATIF 2014 DI KABUPATEN GRESIK

SKRIPSI



Disusun oleh

Ainul Yaqin Tirta Saputra

NIM : 071113032

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

DEPARTEMEN : POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil/Tahun 2015/2016

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Halaman pernyataan ini berisi pernyataan tentang orignalitas karya tulis dengan menuliskan kalimat:

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelas akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasika/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi Skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 10 Desember 2015

METERAI
TEMPEL
9B492ADF799995491

6000
ENAM RIBU RUPIAH

(*Ainul Yaqin Tirta Saputra*)
(Ainul Yaqin Tirta Saputra)

**MARKETING POLITIK PARTAI GERINDRA DALAM PEMILIHAN
LEGISLATIF 2014 DI KABUPATEN GRESIK**

Skripsi

Maksud: sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

Disusun oleh

Ainul Yaqin Tirta Saputra

NIM: 071113032

PROGRAM STUDI: ILMU POLITIK

DEPARTEMEN: POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
AIRLANGGA

Semester Genap Tahun 2015/2016

Halaman Persetujuan Pembimbing

JUDUL: MARKETING POLITIK PARTAI GERINDRA DALAM PEMILIHAN
LEGISLATIF 2014 DI KABUPATEN GRESIK

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.



Dosen pembimbing

Priyatmoko

Priyatmoko, Drs., M.A.

NIP. 195608181981031006

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi : Ilmu Politik

Departemen : Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada hari: Senin

Tanggal: 11-01-2016

Pukul: 17.00

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji



(Dr. Dwi Windyastuti Budi Hendrarti, Dra., M.A.)

NIP. 196109271988102001

Anggota



(Ucu Martanto, S.IP., M.A.)

NIP. 197903272009121003

Anggota



(Priyatmoko, Drs., M.A.)

NIP. 195608181981031006

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi marketing politik yang dilakukan DPC partai Gerindra Gresik dalam pemilihan legislatif 2014 di kabupaten Gresik. Marketing politik yang dilakukan partai Gerindra ini konsentrasi kepada figur-figur kuat di kabupaten Gresik, selain itu dari partai Gerindra juga memanfaatkan figur Prabowo Subianto yang pada saat itu juga menjadi calon Presiden. Pertanyaan penelitian yang muncul ialah strategi marketing politik seperti apakah yang diterapkan oleh partai Gerindra. Untuk menjawab pertanyaan politik tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan subjek penelitian ialah Ketua Umum DPC partai Gerindra Gresik, Ketua Bapil DPC partai Gerindra Gresik, calon legislatif yang menjadi anggota dewan dengan perolehan suara tertinggi di partai, dan tim sukses calon legislatif tersebut. Hasil penelitian ini ialah partai Gerindra menerapkan strategi marketing politik dengan variabel penguatan figur-figur yang akan menjadi calon legislatif partai Gerindra dan memanfaatkan figur Prabowo Subianto yang menjadi calon Presiden untuk bisa meraup suara tinggi sehingga partai Gerindra bisa menduduki urutan ke-3 terbesar di kabupaten Gresik, dan selain suara yang terbilang tinggi partai Gerindra bisa mengantarkan calon legislatifnya menjadi anggota DPRD kabupaten Gresik sebanyak 6 kursi yang mana pada pemilihan legislatif 2009 partai Gerindra hanya mengantarkan 1 calon legislatifnya menjadi anggota dewan di DPRD kabupaten Gresik.

Kata kunci : Marketing politik, Partai Gerindra, Figur caleg Gerindra

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, Kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi Marketing Politik partai Gerindra dalam pemilihan legislatif 2014 di kabupaten Gresik.

Skripsi ini menjelaskan secara keseluruhan strategi marketing politik yang dilakukan partai Gerindra Gresik. Alasan mengapa saya mengambil permasalahan ini karena partai Gerindra di kabupaten Gresik sangat menarik perhatian masyarakat luas karena keunggulannya dalam pemilihan legislatif 2014 dengan mengantarkan calon legislatifnya menjadi anggota dewan sebanyak 6 kursi.

Metode yang saya pakai ini ialah kualitatif dengan subjek penelitian menggunakan cara *purposive* sampling. Yang berkaitan ialah Ketua Umum DPC partai Gerindra, Ketua bapilu partai, caleg yang memiliki suara tertinggi di partai, dan beserta tim sukses dari caleg tersebut. Teori yang saya gunakan ialah teori Marketing Politik. Dan hasil dari skripsi ini ialah membuktikan bahwa partai Gerindra bisa mendapatkan kursi di dewan sebanyak 6 serta menjadi partai yang menempati urutan ke-3 karena melihat besar suara yang didapatkan karena pengaruh dari teknik marketing dan di tunjang langsung dengan figur individu caleg beserta figur Prabowo Subianto.

Skripsi saya bisa selesai tidak terlepas dari bentuk bimbingan dan perhatian penuh dari dosen pembimbing saya yaitu Drs. Priyatmoko, M.A dan support serta do'a dari kedua orang tua saya. Tidak lupa juga support yang sangat berarti dari pasangan saya Ajeng Niadharna, beserta senior saya yaitu Achmad Thufeil dan Arya Wiraraja. Juga support dari sahabat-sahabat dekat saya beserta teman-teman saya di jurusan ilmu politik angkatan 2011.

Terlepas dari semua itu, Kami menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka kami menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar kami dapat memperbaiki skripsi saya ini.

Akhir kata saya berharap semoga skripsi tentang marketing politik partai Gerindra dalam pemilihan legislatif 2014 di kabupaten Gresik ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Surabaya, 10 Desember 2015

Penulis

Ainul Yaqin Tirta Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2. Rumusan Masalah.....	I-7
1.3. Tujuan Penelitian.....	I-7
1.4. Manfaat Penelitian.....	I-8
1.5. Definisi Konsep.....	I-8
1.5.1. Partai Politik.....	I-8
1.5.2. Pemilihan Legislatif.....	I-10
1.5.3. Pemasaran Politik.....	I-11
1.6. Kerangka Teori.....	I-12
1.6.1. Marketing Politik.....	I-12
1.7. Metode Penelitian.....	I-21
1.7.1. Metode Dan Tipe Penelitian.....	I-21
1.7.2. Fokus Penelitian.....	I-21

1.7.3. Tipe Penelitian	I-21
1.7.4. Subjek Penelitian	I-22
1.7.5. Instrumen Penelitian	I-22
1.7.6. Lokasi Penelitian	I-22
1.7.7. Teknik Analisa Data	I-23
BAB 2 GAMBARAN UMUM	
2.1. Kondisi Demografi	II-1
2.1.1 Budaya Politik Gresik	II-2
2.1.2 Ekonomi Masyarakat Gresik	II-3
2.2. Sejarah	II-4
2.2.1. Sejarah Politik Gresik	II-4
2.2.2. Sejarah Partai Gerindra Gresik	II-4
2.3. AD/ART Partai Gerindra	II-5
2.3.1. Anggaran Dasar	II-5
2.3.2. Anggaran Rumah Tangga	II-9
BAB 3 TEMUAN DAN ANALISIS DATA	
3.1. Bentuk Pemasaran Politik Partai Gerindra dan Calon Legislatif Terpilih dalam Pemilihan Legislatif 2014	III-1
3.2. Marketing Politik Yang dilakukan Partai Gerindra dalam Menghadapi Pemilihan Legislatif 2014	III-6
3.3. Penerapan Marketing Politik dan Analisis Hasil yang diperoleh Partai Gerindra dalam Pemilihan Legislatif 2014	III-10
3.3.1. Model Penerapan Marketing Politik	III-10
3.3.2. Kondisi Perolehan Suara Setiap Daerah Pilihan	III-14
3.3.2.1 Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 1	III-15

3.3.2.2. Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 2	III-17
3.3.2.3. Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 3	III-18
3.3.2.4. Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 4	III-19
3.3.2.5. Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 5	III-20
3.3.2.6. Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 6	III-21
3.3.2.7. Perolehan Suara Daerah Pilihan Gresik 7	III-22
3.4. Implikasi Teoritik.....	III-24
BAB 4 PENUTUP	
4.1. Kesimpulan	IV-1
4.2. Saran	IV-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

BAB 3

Tabel 3.1 Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Dapil di Gresik	III-15
Tabel 3.2 Daftar Terpilih Dapil Gresik 1	III-16
Tabel 3.3 Daftar Terpilih Dapil Gresik 2	III-17
Tabel 3.4 Daftar Terpilih Dapil Gresik 3	III-18
Tabel 3.5 Daftar Terpilih Dapil Gresik 4	III-19
Tabel 3.6 Daftar Terpilih Dapil Gresik 5	III-21
Tabel 3.7 Daftar Terpilih Dapil Gresik 6	III-22
Tabel 3.8 Daftar Terpilih Dapil Gresik 7	III-23