

ABSTRAK

Penelitian ini mempelajari mengenai peran dan pengaruh partai politik khususnya partai Golongan Karya dalam kemenangan Khofifah Indar Parawansa dan Emil Elistyanto Dardak pada pemilihan gubernur Jawa Timur 2018. Studi kasus mengenai strategi pemasaran politik partai Golongan Karya dalam masa kampanye Khofifah-Emil di kota Surabaya. Dalam penelitian ini ditemukannya peran partai Golongan Karya lebih besar dari partai lainnya dalam mengkampanyekan Khofifah-Emil. Partai Golongan Karya adalah partai yang berdiri tahun 1969 pada masa akhir pemerintahan Soekarno, yang didirikan oleh militer dan hingga kini masih eksistensi dalam Pemilihan umum di Indonesia. Ditemukannya peran partai Golongan Karya ini yaitu kualitatif dengan analisa deskriptif yakni suatu model penelitian yang berusaha menjelaskan serta menggambarkan fenomena yang ada dan atau menggambarkan fenomena yang pernah terjadi sebelumnya.

Kata Kunci: Pemasaran Politik, Pemilihan Kepala Daerah, Partai Politik

ABSTRACT

This study learned about the role and influence of political parties, especially the party of the Work Group in the victory of Khofifah Indar Parawansa and Emil Elistyanto Dardak in the East Java 2018 governor election. A case study of the party political marketing strategy of the Golongan Karya party in the Khofifah-Emil campaign in Surabaya city. In this study, the role of the party of the Karya Group was greater than the other parties in campaigning for Khofifah-Emil. The Golongan Karya Party is a party that was founded in 1969 during the late Soekarno government, which was founded by the military and is still in existence in general elections in Indonesia. The discovery of the party role of this Group of Work is qualitative with descriptive analysis, namely a research model that seeks to explain and describe phenomena that exist and or describe phenomena that has occurred before.

Keywords : Political Marketing, Regional Head Elections, Party Politics