

**POLITICAL MARKETING KANDIDAT DALAM PEMILIHAN KEPALA
DESA (STUDI KASUS PEMILIHAN KEPALA DESA GENTAN
KECAMATAN GANTIWARNO KABUPATEN KLATEN)**

Oleh

Rizki Zerunisa

NIM 10417144008

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *political marketing* yang dilakukan oleh setiap kandidat dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Desa Gentan Kecamatan Gantiwarno Kabupaten Klaten dan menjelaskan faktor-faktor yang menentukan kemenangan kandidat dalam Pilkades Desa Gentan tahun 2013.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan informan penelitian dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Data sekunder berupa laporan dan dokumen-dokumen resmi. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri yang dalam pelaksanaannya menggunakan alat bantu berupa pedoman wawancara dan pedoman observasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif, yaitu proses analisis dengan menggunakan tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kandidat dapat menerapkan *political marketing* dengan baik. Namun, *political marketing* yang dilakukan Pak Sudiman lebih progresif di banding Pak Saino. Pak Saino menggunakan pendekatan *political marketing* Partai Berorientasi Produk (*Product Oriented Party-POP*). Pak Sudiman menggunakan pendekatan *political marketing* Partai Berorientasi Pasar (*Market Oriented Party-MOP*). Kampanye dilakukan dengan menerapkan strategi *push* dan *pass political marketing*. Jaringan kekeluargaan, pemberian uang, rasa hutang budi menjadi dasar seseorang memberikan dukungan kepada salah satu kandidat. Faktor – faktor yang menentukan kemenangan Pak Sudiman adalah (1) pendekatan MOP mengarahkan melihat bagaimana pasar pemilih seperti kebutuhan pemilih, keinginan pemilih dan permasalahan pemilih (2) adanya dukungan dana dari pemodal sehingga mampu melakukan *money politic* (3) komunikasi kepada pemilih dilakukan lebih lama daripada Pak Saino sehingga mampu memblokir segala pergerakan dari kubu Pak Saino.

Kata kunci : *political marketing*, Pilkades