

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Izzatul Ummah

No. Mahasiswa : 20130530220

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : ISIPOL

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : Penerapan *Political Marketing* Sri Purnomo dalam  
Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sleman tahun 2015.

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi Ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 15 Agustus 2017

Siti Izzatul Ummah

## KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji syukur Alhamdulillah atas berkat rahmat dan pertolonganMu penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Penerapan *Political Marketing* Sri Purnomo pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2015”, guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata -1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2017. Shalawat dan salam penulis moho kepada kepada Allah atas dikirimnya Rosulullah yang telah menuntun kami dari kepada ajaran yang paling mulia yaitu Islam.

Skripsi ini disusun tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada :

1. Allah SWT beserta Rasul-nya Nabu Muhammad SAW
2. Bapak Dr. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Mbak Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing pertama
5. Pak Taufiqur Rahman, S. IP., MA., Ph. D yang telah membimbing saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Dosen penguji mas Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn dan Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn., M.Sn terimakasih telah memberikan saran dan masukan dalam skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi dan Staff Ilmu Komunikasi pak Jono, Pak Mur, Pak Yul, Mbak Siti yang tidak bisa disebut satu persatu, terima kasih telah menjadi pusat informasi yang baik dan staff perpustakaan pusat UMY.

Harpan penulis pada skripsi ini, semoga dapat bermanfaat untuk teman-teman. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan segala bimbingan, dukungan, kritik dan saran yang membangun demi kebaikan bersama. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi kita semua umumnya dan bagi penulis khususnya. Terima kasih.

Yogyakarta, 15 Agustus 2017

Penulis

Siti Izzatul Ummah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puja dan puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad atas semua anugerahnya telah memberikan saya waktu dan kesempatan untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi Strata-1 (S-1). Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk:

8. Kedua Orang tua **H. Bakar Hamzah S. Ag** dan **Hj. Asiah Ahmad S. Pd**, kakak **Muh. Urwatul Khairi**, dan Adik **Gina Zahira Sofa** yang selalu memanjatkan doa, semangat dan dukungan, sekaligus moril maupun secara material dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa tak hentinya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini seperti yang diharapkan.
9. Dr. Salam Al-Farisi M. Sn, Muslimin, S. Sn, Ibu HJ. Hapsah, Bapak H Ikhwan, yang selalu menuntun dan mendukung dalam proses menyelesaikan skripsi
10. Keluarga besar Biro Humas dan Protokol Sekda NTB yang telah memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman kurang lebih satu bulan lebih, terima kasih Mas Aji, Mbak Ade, Mbak Putri, Mas Dadang, terima kasih untuk semua staff yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Keluarga besar AMC Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman selama 2 bulan masa magang, terima kasih dr. Upi, dr. Vivy, mbak Gracea, Mbak Nani, Mbak Rina, mbak Veny, Mas Lingga, dan seluruh staff AMC lainnya.

12. Keluarga besar DPD PAN Sleman, pak **Sadar**, Mas **Dhanil**, Mas **Ikhsan**, mas **Sandro**, Mas **Niko** dan Khususnya **Eka Anisa, S. I.Kom** sahabat yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk saya.
13. Marhalah “**Zafarza AL-Ittisyara**” Alumni 2013 Pondok Pesantren Nurul Haramain NW Narmada Lombok Barat
14. Sahabat terbaikku **Dian Pratiwi, S. I.Kom, Haris Abdurrahman, S. I.Kom, Febriansyah, S. I.Kom, Hery Setiawan, S. I.Kom, Safira Insan Zahida, Naila Nadila, Indah AL-Fiani, Muh. Rivai Mz, Raga Pratama, dan Ahmad Fauzi**, Teman-teman Ilmu Komunikasi 2013
15. Anak Filsafat kampus tetangga “**Abdul Muhaimin**” terima kasih untuk dukungan, doa dan salah satu faktor terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Diajeng Bantul 2015 **Endah Mulya, S. I.Kom** dan **Faza yudiansyah, S. I.Kom** yang telah menemani sehingga saya bisa berada di titik kebahagiaan yang penuh pilu.
17. Seluruh teman-teman kelas E Ilmu Komunikasi 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dan Ilmu Komunikasi 2016, aiysah, **Nabila, Fajar, Sari, Annisa**, dkk
18. Seluruh teman-teman *Public Relations* 2013
19. Seluruh Dosen Pengajar dan seluruh staff Ilmu Komunikasi
20. Teman-teman **KKN 023** khususnya **Ulfa De Iswara, S.IP** dan **M. Nurfajri Mahardika, S. T** yang telah menemaniku selama proses skripsi

21. Mbak dan mas: mbak **Dwi Haryanti**, Mbak **Asih Prambudi, S. IP**, kak **Yoga Dwi, S.IP**, Mas **Eko Santoso, S. IP**, yang telah memberikan semangat kepada saya
22. Teman-teman luar kampus : Baiq Meza Astutui, S. Fst, dek Putri Nurlika,  
GENG MAWAR
23. Teman-teman terbaik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala doa, nasehat serta dukungan kalian.

*“Never hope others to change  
Never hope situation to change  
Never hope anything to change  
If you yourself changes  
Everything will change”*

- **Ustz H. Khairi Habibullaj, S. Ag**

*“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”*

- **Anis Baswedan**

*“The most powerful words in creative thinking “:*

- *What if ?*
- *Why not ?*
- *What else ?*
- *What more ?*

- **Dino Patti Djalal**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
.....	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI. ....	iii
.....	
HALAMAN PERSEMBAHAN . ....	iv
.....	
KATA PENGANTAR . ....	vii
.....	
DAFTAR ISI . ....	ix
.....	
DAFTAR TABEL . ....	xii
.....	
DAFTAR GAMBAR. ....	xiii
.....	
ABSTRAK . ....	xv
.....	
ABSTRACT . ....	xvi
.....	
BAB I PENDAHULUAN	



A. Latar Belakang Masalah.....	1
.....	1
B. Rumusan Masalah. ....	11
.....	11
C. Tujuan Penelitian. ....	12
.....	12
D. Manfaat Penelitian. ....	12
.....	12
E. Kajian Teori	
a. Pemasaran politik ( <i>Political Marketing</i> ).....	13
.....	13
b. Strategi ( <i>mind share</i> ).....	14
.....	14
c. Taktik ( <i>market share</i> ).....	20
.....	20
d. Manfaat / Value ( <i>heart share</i> ).....	27
.....	27
F. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian.....	30
.....	30
2. Lokasi Penelitian.....	32
.....	32

3. Teknik Pemilihan Informan. ....	32
4. Teknik pengumpulan data. ....	33
5. Teknik analisis data. ....	34
6. Uji validitas data. ....	35

**BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN**

A. Profil Sri Purnomo. ....	37
B. Profil Sri Muslimatun .....	39
C. Profil Kabupaten Sleman ..	41
D. Prestasi Sri Purnomo .....	45
E. Tim sukses Sri Purnomo. ....	46
F. Visi dan Misi calon Kepala Daerah Kabupaten Sleman 2015 Sri Purnomo	

1. Visi.....	48
2. Misi . .....	49

**BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

**A. Sajian Data**

1. Strategi sebagai “ <i>mind share</i> ” . .....	56
2. Taktik sebagai “ <i>market share</i> ” . .....	61
3. Manfaat / value sebagai “ <i>heart share</i> ”.....	82
4. Faktor pendukung dan faktor penghambat tim pemenangan Sri Purnomo dalam pelaksanaan Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2015 .....	92

**B. Pembahasan.....**

..... 95

1. Analisis penerapan <i>political marketing</i> Sri Purnomo dan tim pemenangan dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2015. ....	96
---	----

a. Strategi ( <i>mind share</i> ) <i>political marketing</i> Sri Purnomo saat kampanye...	96
b. Taktik ( <i>market share</i> ) <i>political marketing</i> Sri Purnomo masa kampanye	104
c. Manfaat atau <i>value (heart share)</i> Sri Purnomo terhadap masyarakat.....	106
2. Analisis efektivitas penggunaan media tim pemenangan Sri Purnomo	112

#### BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan. ....	116
B. Saran .....	119

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel II. 1 Pembagian Wilayah Administrasi Kabupaten Sleman .....	.42
Tabel II. 2 Tim Kampanye Tim Pemenangan.....	46
Table II. 3 Tim Kampanye Tingkat Kecamatan.....	47
Table II. 4 Penjelasan Misi . .....	50

## Daftar Gambar

Gambar I. 1 Kostum kampanye Sri Purnomo .....	6
Gambar I.2 Model Sembilan Elemen Inti Pemasaran.....	15
Gambar I.3 Strategi Positioning <i>Political Marketing</i> . ....	16
Gambar II. 1 Foto Sri Purnomo.....	39
Gambar II. 2 Foto Sri Muslimatun.....	40
Gambar III. 1 Foto Sri Purnomo.....	61
Gambar III.2 Foto Sri Purnomo saat menghadiri takziah.....	62
Gambar III.3 Foto Banner Sri Purnomo masa kampanye.....	70
Gambar III.4 Foto Kaos kampanye paslon nomor urut 2.....	71
Gambar III.5 Foto Sri Purnomo saat menghadiri Lomba Burung Kicau Mania.....	71
Gambar III.6 Foto Sri Purnomo.....	72
Gambar III.7 Foto Sri Purnomo.....	72
Gambar III.8 <i>Facebook</i> "Santun" tim pemenangan Sri Purnomo.....	75
Gambar III.9 Konten yang ditampilkan tim pemenangan "Santun".....	75
Gambar III.10 <i>Twitter</i> "Santun" tim pemenangan Sri Purnomo .....	76
Gambar III.11 Konten yang ditampilkan tim pemenangan "Santun".....	77

Gambar III. 12 Instagram “Santun” tim pemenangan Sri Purnomo .....	78
Gambar III. 13 Website “Santun” Tim Pemenangan Sri Purnomo.....	79
Gambar III. 14 Konten yang ditampilkan tim pemenangan “Santun”.....	81
Gambar III. 15 Foto paslon nomor urut 2. ....	83
Gambar III. 16 Foto Sri Purnomo saat menghadiri kerja bakti.....	84
Gambar III. 17 Foto Sri Purnomo saat menghadiri pengajian di beberapa masjid .	87
Gambar III.18 Foto kedekatan Sri Purnomo dengan Pemuda Sleman . ....	87
Gambar III. 19 Website sebagai proses delivery Sri Prunomo masa kampanye. ....	89
Gambar III. 20 Facebook sebagai proses delivery Sri Purnomo .....	90
Gambar III. 21 Twitter sebagai proses <i>delivery</i> Sri Purnomo .....	90
Gambar III. 22 Foto tokoh <i>influencer</i> pada kampanye “santun”. ....	91
Gambar III. 23 Foto tokoh <i>influencer</i> pada kampanye “santun”. ....	92
Gambar III. 24 Media analiyzer “Santun.....	114
Gambar III. 25 Hasil media analyzer “Santun” .....	115