

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Konsentrasi Publik Relations

Teguh Satriawan

20120530285

Pelaksanaan *Pass Marketing* Politik TGB-Amin (Tuan Guru Bajang-Muhammad Amin) dalam Pemilukada Nusa Tenggara Barat 2013-2018

Tahun Skripsi : 2017, 110 Halaman+Lampiran

Daftar Pustaka 12 Buku+4 Surat Kabar+2 Jurnal+3 Skripsi+13 Media Online

Kemenangan TGB-Amin pada pemilukada Nusa Tenggara Barat dengan perolehan suara sebanyak 1.038.638, merupakan kemenangan periode kedua, berdasarkan dari pencapaian tersebut dengan berbagai alasan, peneliti ingin mengetahui lebih jauh lagi seperti apa setrategi yang digunakan Tuan Guru Bajang dan Muhammad Amin sehingga memperoleh dukungan dari masyarakat. Pada pemilukada 2013, penyampaian politik melalui kehadiran para influencer sebagai tokoh yang mendukung penuh kemenangan pasangan kandidat TGB-Amin, merupakan salah satu setrategi yang paling mendominasi dibandingkan dengan setrategi lainnya. Maka dari itu penelitian ini akan terfokus pada setrategi *pass marketing* yang dilakukan tim pemenangan Tuan Guru Bajang dan Muhammad amin.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pelaksanaan *pass marketing* tim pemenangan TGB-Amin pada pemilukada Nusa Tenggara Barat tahun 2013-2014. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini, adalah deskriptif kualitatif. Metode tersebut akan berusaha menggambarkan setrategi yang diimplementasikan oleh tim pemenangan kandidat pasangan TGB-Amin.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, setrategi *pass marketing* yang telah diterapkan TGB-Amin dapat dikatakan sesuai prosedur dengan teori-teori yang terdapat dalam ilmu political marketing, faktor-faktor *pass marketing* yang kemudian paling berpengaruh dimasyarakat adalah munculnya tokoh nasional dan beberapa tokoh lokal serta nama besar atau figure Syaikh Maulana Zainudin Abdul Majid sebagai tokoh yang mendukung pencalonan TGB-Amin. Melihat temuan tersebut peneliti menyatakan strategi *pass marketing* lebih efektif dibandingkan dengan setrategi-setrategi yang lainnya.

Kata kunci : TGB-Amin, Perolehan suara, *Pass marketing*