

## **ABSTRAK**

### **PERAN EVA DWIANA DALAM PEMASARAN POLITIK PADA PENCALONAN HERMAN HASAN NUSI SEBAGAI WALIKOTA BANDAR LAMPUNG PERIODE 2015-2020**

**Oleh  
MELISA HANDAYANI**

Pencalonan Herman Hasan Nusi pada Pemilihan Walikota 2015-2020 melibatkan peran Eva Dwiana dalam melaksanakan pemasaran politik. Peran perempuan menjadi kajian penting sebagai wujud kemajuan demokratisasi lokal yang memposisikan perempuan sejajar dengan laki-laki dalam konteks Pemilihan Walikota. Rumusan masalah: “Bagaimanakah peran Eva Dwiana dalam pemasaran politik calon Walikota Herman Hasan Nusi Tahun 2015?”

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif, dengan informan yaitu Eva Dwiana, perwakilan Tim Sukses Herman Hasan Nusi dan Parpol Pendukung. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Eva Dwiana melaksanakan peran yang aktif dalam pemasaran politik calon Walikota Herman Hasan Nusi Tahun 2015, dengan modal pemasaran politik, yang terdiri dari dukungan dari partai politik dan tim sukses yang solid, modal sosial berupa kepercayaan dari masyarakat, dan adanya jaringan-jaringan yang mendukung dan modal ekonomi berupa dukungan dana dalam melaksanakan pemasaran politik. Pendekatan pemasaran politik yang digunakan adalah strategi *push marketing* dilakukan secara langsung kepada calon pemilih, seperti pengajian ibu-ibu dan kelompok majelis taklim. Strategi *Pull marketing* dilakukan dengan pemasangan iklan pada media cetak. Strategi *pass marketing* dilakukan dengan menjalin sosialisasi kepada pengurus majelis taklim. Peran Eva Dwiana tersebut memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mendukung kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Tim Sukses dan partai politik pengusung Herman Hasan Nusi dan Yusuf Kohar.

Kata Kunci: Pemilihan Kepala Daerah, Modal Sosial, Ekonomi, Politik

## **ABSTRACT**

### **THE ROLE OF EVA DWIANA IN POLITICAL MARKETING ON CANDIDACY OF HERMAN HASAN NUSI AS MAYOR OF BANDAR LAMPUNG CITY PERIOD 2015-2020**

**By  
MELISA HANDAYANI**

Candidacy of Herman Hasan Nusi on Mayor Election 2015-2020 involving Eva Dwiana role in implementing the political marketing. The role of women became an important study as a form of local democratic progress that positions women equal to men in the context of the Mayor Election. Formulation of the problem: "What is the role of Eva Dwiana in political marketing on nomination of Herman Hasan Nusi as Mayor of Bandar Lampung City Period 2015-2020?"

This study uses qualitative research type, with informants Eva Dwiana, representative Herman Hasan Nusi Success Team and Supporters of political parties. Data were collected by interviews, and documentation. Data analysis was performed with the stages of data reduction, data presentation and conclusion.

The results of this study indicate that Eva Dwiana carry out an active role in the marketing of political candidates for mayor Herman Hasan Nusi 2015, with a capital of political marketing, which consists of the support of political parties and successful team that is solid, social capital of trust from the public, and their network that support and economic capital in the form of financial support in implementing political marketing. Political marketing approach used is push marketing strategy made directly to prospective voters, such as teaching mothers and groups taklim. Pull marketing strategy done by advertising in the print media. Pass marketing strategy done by establishing a board of dissemination to taklim. The role of Eva Dwiana provide a substantial contribution in support of the campaign conducted by the campaign team and political parties as bearers Herman Hasan Nusi and Yusuf Kohar.

Keywords: Local Elections, Social Capital, Economy, Politics