

ABSTRAK

***POLITICAL MARKETING* KANDIDAT DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA DI DESA AIR RINGKIH KECAMATAN REBANG TANGKAS KABUPATEN WAY KANAN**

Oleh :

MUHAMMAD ICHSAN NURYANDA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *political marketing* yang dilakukan oleh setiap kandidat dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Desa Air Ringkih Kecamatan Rebang Tangkas Kabupaten Way Kanan dan menjelaskan faktor-faktor yang menentukan kemenangan kandidat dalam Pilkades Desa Air Ringkih tahun 2016.

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.

Namun, *political marketing* yang dilakukan calon Mutholib lebih progresif di banding Kasdianto dan M. Juarsa. Kasdianto dan M. Juarsa menggunakan pendekatan *political marketing* Partai Berorientasi Produk (Product Oriented Party-POP). Mutholib 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.

Kata kunci : *political marketing*, Pilkades

ABSTRACT

POLITICAL MARKETING CANDIDATES IN THE ELECTION OF THE HEAD OF VILLAGE IN AIR RINGKIH VILLAGE, REBANG TANGKAS SUB- DISTRICT, WAY KANAN REGENCY

By

MUHAMMAD ICHSAN NURYANDA

This study aims to determine the political marketing done by each candidate in the Village Head Election (Pilkades) Village Air Ringkih District Rebang Tangkas Kabupaten Way Kanan and explain the factors that determine the victory of the candidate in the election of Village Head Air Ringkih 2016.

The type of this research is descriptive research. The type of data used is primary data and secondary data. Primary data is the result of interview with informant of research and result of observation conducted by researcher. Secondary data in the form of reports and official documents. The instrument of research is the researcher himself who in the implementation using aids in the form of interview guides and observation guidelines. Data collection techniques used in the form of interviews, observation, and documentation. Technique examination of data validity using source triangulation.

However, political marketing by Mutholib candidate is more progressive than Kasdiawan and M. Juarsa. Kasdiawa and M. Juarsa use the political approach of Product Oriented Party (POP). Mutholib used the market-oriented political marketing approach (MOP). The campaign is done by implementing push strategy and political marketing pass. The kinship network, the giving of money, the sense of indebtedness to the foundation of a person gives support to one of the candidates.

Keywords: political marketing, Pilkades