

ABSTRAKS

Lya Ambarwati, B06210085, Marketing Komunikasi Politik (Studi Kasus Marketing Komunikasi Politik PT. Melia Sehat Sejahtera Dalam Penempatan Leader Sebagai Caleg Partai Politik Tertentu), Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : *Marketing Komunikasi Politik, Marketing, Komunikasi Politik, Caleg.*

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini yaitu: Bagaimana proses marketing komunikasi politik PT. Melia Sehat Sejahtera dalam penempatan leader sebagai caleg parpol tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis proses marketing komunikasi politik PT. Melia Sehat Sejahtera dalam penempatan leader sebagai caleg partai politik tertentu.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berguna untuk memberikan fakta dan mengenai proses, motif dan pola marketing komunikasi politik (studi kasus marketing komunikasi politik PT. Melia Sehat Sejahtera dalam penempatan leader sebagai caleg parpol tertentu), kemudian data tersebut di analisis dengan teori sistem, dan teori organisasi (teori jaringan). Sehingga akan diperoleh data yang mendalam tentang marketing komunikasi politik PT. Melia Sehat Sejahtera dalam penempatan leader sebagai caleg partai politik tertentu.

Hasil penelitian ini menjelaskan proses kegiatan marketing komunikasi politik dari PT Melia Sehat Sejahtera yang merupakan perusahaan multi level marketing dimana para *leader*/pimpinan tinggi sebuah jaringan multi level marketing dapat mencapai sebuah pintu masuk politik untuk mengikuti persaingan dalam penempatan leader sebagai caleg partai politik tertentu. Dalam prosesnya, merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh para pemimpin tertinggi dalam memberikan motivasi kepada para jaringan member dibawahnya agar memperkuat *loyalitas* para member pada perusahaan dan pemimpinnya. Selain itu motivasi juga diberikan kepada bibit calon pemimpin tinggi yang berada di kaki jaringan yang dianggap mampu serta layak untuk naik jabatan *leader* yang lebih tinggi. Dengan menggunakan media bisnis Multi Level Marketing (MLM), para *leader* dengan hirarki tertinggi otomatis memiliki modal suara banyak yang terhitung dari jumlah member jaringannya. Hingga pada akhirnya dapat memuluskan langkahnya dalam persaingan kursi caleg.