

**STRATEGI MARKETING POLITIK NON PETAHANA
DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DESA
SURUH KECAMATAN SUKODONO KABUPATEN
SIDOARJO TAHUN 2022**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Politik



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :
DITA AISYAH SUPRAYANA
NIM. I71218046

**PRODI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

**PERNYATAAN
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dita Aisyah Suprayana
NIM : I71218046
Program Studi : Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Marketing Politik Non Petahana dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 30 Agustus 2023

Yang menyatakan



Dita Aisyah Suprayana
NIM: I71218046

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan pembimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Dita Aisyah Suprayana

NIM : I71218046

Program Studi : Ilmu Politik


Yang berjudul :

“Strategi Marketing Politik Non Petahana dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kababupaten Sidoarjo Tahun 2022”

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana S.Sos dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 30 Agustus 2023

Pembimbing


(Dr. H. Anđi Suwarko, S.Ag, M.Si)
NIP : 197411102003121004

PENGESAHAN

Skripsi oleh Dita Aisyah Suprayana dengan judul “Strategi Marketing Politik Non Petahana dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022” telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 12 September 2023.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag, M.Si
NIP : 197411102003121004

Penguji II



Prof. Dr. H. Abdul Chalik, M.Ag
NIP : 197306272000031002

Penguji III



Holilah, S.Ag., M.Si
NIP : 197610182008012008

Penguji IV



Ajeng Widya Prakasita, M.A
NIP : 199502232020122025

Surabaya, 12 September 2023

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abdul Chalik, M.Ag
NIP : 197306272000031002



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DITA AISYAH SUPRAYANA
NIM : 171218046
Fakultas/Jurusan : FISIP / ILMU POLITIK
E-mail address : ash.subhi10@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI MARKETING POLITIK NON PETAHANA DALAM PEMENANGAN

PEMILIHAN KEPALA DESA SUKUH KECAMATAN SUKODONO KABUPATEN

SIDOARJO TAHUN 2022

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(DITA AISYAH SUPRAYANA)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Dita Aisyah Suprayana, 2023. *Strategi Marketing Politik Non Petahana Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022.* Skripsi Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Strategi Marketing Politik, Non Petahana, Pilkades.

Penelitian berjudul “*Strategi Marketing Politik Non Petahana Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022.*” Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini. Pertama, bagaimana strategi marketing politik non petahana dalam pemenangan pemilihan kepala desa Suruh kecamatan Sukodono kabupaten Sidoarjo tahun 2022. Kedua, apa saja faktor yang mendukung dan menghambat kemenangan non petahana pada pemilihan kepala desa Suruh kecamatan Sukodono kabupaten Sidoarjo tahun 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan teknik pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk menjelaskan fenomena kemenangan non petahana terpilih pada pilkades di desa Suruh adalah teori marketing politik milik Philip B Niffenegger.

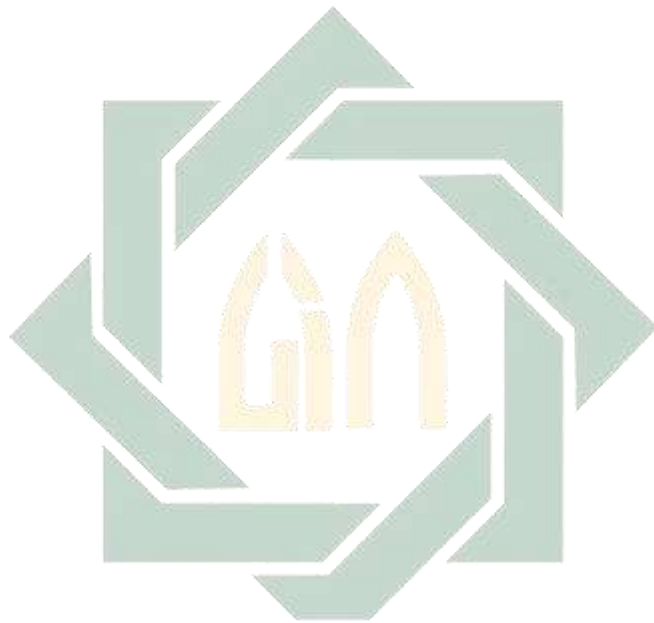
Temuan penelitian ini meliputi, pertama strategi marketing politik yang digunakan oleh kandidat non petahana ialah kandidat non petahana dapat mengemas produk yang menarik, lalu menyusun strategi promosi yang efektif, kemudian mengelola *fundraising* (pengumpulan dana kampanye dan menggunakannya secara tepat), dan merumuskan metode dan saluran kampanye kandidat secara pribadi ke pemilih. Pengemasan produk meliputi rekam jejak masa lalu kandidat dan karakteristik personal kandidat pada masa lalu. Strategi promosi yang efektif meliputi kontak kandidat langsung kepada pemilih, menggaet pihak lain untuk dukungan pemilih, membangun citranya melalui media. Menyusun pembiayaan yang tepat meliputi penggalian dana sampai pengelolaan operasionalisasi dana. Merumuskan metode dan saluran kampanye personal meliputi kepribadian jujur dan ramah kandidat non petahana, dukungan dari para tokoh berpengaruh.

Faktor pendukungnya meliputi citra positif yang dibangun dan ditampilkan oleh kandidat non petahana, antitesa dari kepala desa sebelumnya yang memiliki citra yang kurang baik, dikenal oleh masyarakat Suruh karena kepribadiannya yang jujur dan ramah, dukungan dari para tokoh berpengaruh di desa Suruh, tim sukses yang bekerja secara sistematis dan terstruktur, dukungan pembiayaan dana kampanye dari pengusaha Suruh, lalu program/promosi kampanye yang konsisten dan di rencanakan dari 1 tahun sebelumnya. Faktor penghambatnya meliputi intimidasi dari kandidat politik lain, praktik ilmu/dukun yang dilakukan oleh kandidat lainnya untuk dapat memenangkan pilkades, ajakan dari kandidat lainnya untuk keluar saat hari tenang sebelum melakukan pencoblosan, hubungan kekerabatan dengan petahana yang citranya tidak bagus, latar belakang kandidat non petahana yang dulunya sebagai petani dan tamatan sekolah menengah pertama.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konseptual.....	7
BAB II	11
KAJIAN TEORITIK	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kerangka Teori.....	22
a) Teori Marketing Politik	22
b) Konsep Pemilihan Kepala Desa	36
BAB III.....	40

METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Pendekatan Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Pemilihan Subyek Penelitian	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Teknik Analisis Data.....	44
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47
G. Sistematika Pembahasan	48
BAB IV	50
PENYAJIAN DAN ANALISA DATA.....	50
A. Penyajian Data	50
1) Profil Desa Suruh	50
2) Profil Kandidat Non Petahana.....	64
a. Visi	65
b. Misi.....	65
c. Program Kerja	66
d. Sasaran Yang Ingin Dicapai	70
B. Analisa Data	72
a) Strategi Marketing Politik Non Petahana Dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022	72
1. Produk	72
2. Promosi.....	75
3. Harga	90
4. Place (Tempat)	93
b) Faktor Pendukung dan Penghambat Kemenangan Non Petahana Pada Pilkades di Desa Suruh Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022	96
BAB V.....	109
PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	1



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Peta Desa Suruh.....	50
Gambar 4.2	Foto Non Petahana	64
Gambar 4.3	Baliho dan Spanduk Kampanye Suwono	78
Gambar 4.4	Logo Suwono.....	79
Gambar 4.5	Banner Profil Suwono	79
Gambar 4.6	Banner Ucapan Hari Raya	80
Gambar 4.7	Banner Ucapan Hari Raya Versi 2	80
Gambar 4.8	Senam Sehat Masyarakat Desa Suruh	82
Gambar 4.9	Publisitas Jurnalis Independen	86
Gambar 4.10	Pemaparan Visi-Misi Calon Kepala Desa Suruh.....	87
Gambar 4.11	Pemaparan Visi-Misi Calon Kepala Desa Suruh.....	88
Gambar 4.12	Perolehan Suara Non Petahana 1	102
Gambar 4.13	Perolehan Suara Non Petahana 2.....	103
Gambar 4.14	Perolehan Suara Non Petahana 3.....	104
Gambar 4.15	Perolehan Suara Non Petahana 4.....	105
Gambar 4.16	Perolehan Suara Non Petahana 5.....	106
Gambar 4.17	Perolehan Suara Non Petahana 6.....	107

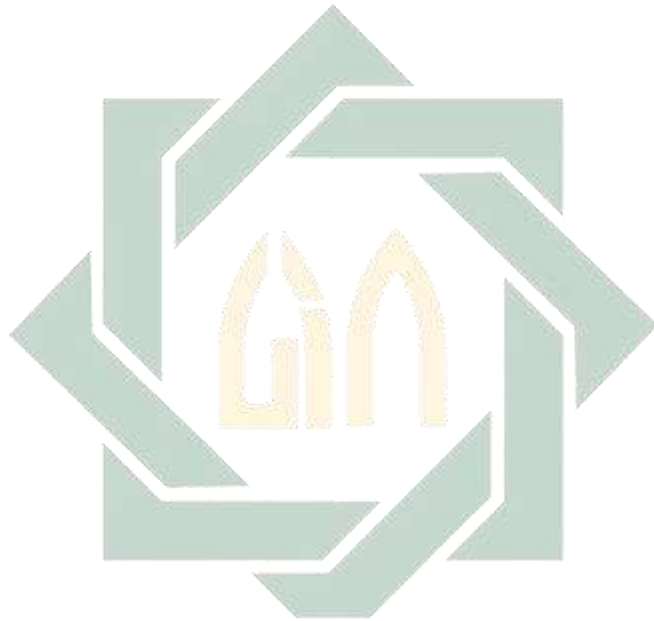
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Undang-Undang Desa	3
Tabel 1.2	Hasil Pemilihan Kepala Desa Suruh Tahun 2022	5
Tabel 2.1	Karakteristik Marketing Politik.....	25
Tabel 3.1	Narasumber Penelitian	41
Tabel 4.1	Batas-Batas Desa Suruh	50
Tabel 4.2	Jumlah Keseluruhan Penduduk Desa Suruh.....	51
Tabel 4.3	Jumlah Keseluruhan Penduduk Desa Suruh Menurut KK	51
Tabel 4.4	Kelompok Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.5	Kelompok Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.6	Kelompok Berdasarkan Golongan Umur	54
Tabel 4.7	Kelompok Berdasarkan Agama	54
Tabel 4.8	Kelompok Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
Tabel 4.9	Kelompok Berdasarkan Mata Pencaharian	55
Tabel 4.10	Prasarana Kesehatan.....	55
Tabel 4.11	Prasarana Pendidikan	56
Tabel 4.12	Prasarana Umum	56
Tabel 4.13	Kepala Desa yang menjabat di Desa Suruh	57
Tabel 4.14	Daftar Nama Aparat Pemerintah Desa Suruh	59
Tabel 4.15	Daftar Nama Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Suruh	59
Tabel 4.16	Daftar Nama LPMMD.....	60
Tabel 4.17	RT (Rukun Tetangga).....	60
Tabel 4.18	RW (Rukun Warga)	60
Tabel 4.19	DPT Desa Suruh.....	61
Tabel 4.20	DPT Setiap RW	62
Tabel 4.21	DPT Setiap RT	62
Tabel 4.22	Jumlah DPT Setiap TPS Untuk Pilkades Desa Suruh.....	63
Tabel 4.23	Daftar Panitia Pemilihan Kepala Desa Suruh Tahun 2022	63
Tabel 4.24	Pendistribusian Media Luar Ruang	77
Tabel 4.25	Tim Sukses Suwono	94

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Pemerintah Desa Suruh.....	58
Bagan 4.2 Struktur Tim Sukses Suwono.....	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Miftah Toha. *Birokrasi Politik dan Pemilihan Umum di Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia group, Cetakan ke-1, Oktober. 2014
- Hidayat, Endik. 2020. *Oligarki Dalam Kekuasaan Pilkadaes*. Jawa Timur: Airlangga University Press.
- Budiardjo, Miriam. 2017. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, Edisi revisi: Cetakan Keempatbelas, Maret.
- Schroder, Peter. 2003. *Strategi Politik*, Edisi Bahasa Indonesia; Jakarta.
- Tabroni, Roni. 2014. *Marketing Politik: Media dan Pencitraan di Era Multipartai*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik, antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Oktober , Cetakan ketiga.
- Firmanzah. 2010. *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik Pembelajaran Politik Pemilu 2009*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor. Edisi Pertama, Februari.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik, antara pemahaman dan realita*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Agustinova, Danu Eko. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis. Cetakan Pertama.
- Nasution. 2010. *Metodologi Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aspinall, Edward and Sukmajati, Mada. *Electoral Dynamics in Indonesia, Money Politic, Patronage and Clientelism at the Grassroots*. NUS Press Singapore. Page 3-28.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung. 2005. Hlm. 373-374.

Undang-Undang :

Perbup Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pemilihan Kepala Desa.

Permendagri Undang-Undang nomor 112 tahun 2014 tentang pemilihan kepala desa.

Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah

Undang-Undang No. 06 Tahun 2014 tentang Desa

Permendagri No. 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa

Permendagri No. 65 Tahun 2017 tentang Pemilihan Kepala Desa

Permendagri No. 72 Tahun 2020 tentang Pemilihan Kepala Desa

Permendagri No. 82 Tahun 2015 tentang Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Desa

Peraturan Bupati (PERBUP) tentang Peraturan Pelaksanaan Perda Kabupaten Sidoarjo No 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Desa

Jurnal :

Lees-Marshment, J., Conley, B., Elder, E., Pettitt, R., Raynauld, V., Turcotte, A. 2019. *Political Marketing: Principles and Application*. Third edition, Revised edition Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351136907>

Yakup Durmaz, Emre Direkci. A Theoretical Approach to Political Marketing. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*. Volume 15, Issue 10, Version 1.0, Year 2015.

Niffenegger, P.B. (1989). Strategies for Success from the Political Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 6 Iss 1 pp. 45 – 51. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000002539>

Hoegg, Joandrea and Lewis .V, Michael. The Impact of Candidate Appearance and Advertising Strategies on Election Results. *Journal of Marketing Research*. October 2011, Vol. 48, No. 5. Page 895-909. <https://www.jstor.org/stable/23033527>

Scott, C. James. Patron-Client Politics and Political Change in Southeast Asia. *The American Political Science Review*, Vol. 66, No. 1 (Mar., 1972), pp. 91-113. <http://www.jstor.org./stable/1959280>

Anang Fajrul Ukhwaluddin, Valina Singka Subekti. Politik Pencalonan Pasangan Suami-istri Pada Pemilihan Kepala Desa di Desa Sekaran Kabupaten Bojonegoro dan Desa Lember Kabupaten Lamongan. *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*. Vol. 4, No.1, May 2022.

Lesmana Rian Andika. Bahaya Patronase dan Klientelisme Dalam Pemilihan Kepala Desa Serentak. *Jurnal Kajian* Vol. 22 No. 3 September 2017.

Cindy Septiani Saputri, Muhammad Adnan, Neny Marlina. Strategi Kemenangan Arif Maskur Dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan Tahun 2018-2024. *Journal of Politic and Goverment Studies*. Vol. 11, No.1, Desember 2021.

Dinda Mirtanty, Agus Machfud Fauzi. Rasionalitas Masyarakat Dalam Memilih Calon Kepala Desa Nomor Satu Pada Pilkades di Desa Mojongapit. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 18, No. 2, 2021.

Rizki Budhi Suhara, Yusuf Sapari, Hedi Eka Kamaludin. Strategi Pemenangan Tim Sukses Dalam Pemilihan Kepala Desa Karangwangi Kec. Karangwareng Kab. Cirebon 2019-2024. *Jurnal Network Media*,

Vol. 5, No. 1, Februari 2022. ISSN (P) : 2569-6446. ISSN (E) : 2722-9319.

Alfian Muhazir. Strategi Political Marketing Kandidat dalam Pilkada Serentak Periode III di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 1, No.1, 20 Juli 2020.

Rachmawati, Imami Nur. Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, No. 1 (2017).

Dimas Ivan Anggara, Sulton, Ambiro Puji Asmaroini. Analisis Strategi Politik Calon Kepala Desa Incumbent dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Desa di Desa Balong Tahun 2019. *Jurnas: Jurnal Mahasiswa Universitas Muhammadiyah*. Ponorogo, 3(2): ISSN 2614-1434. ISSN 2614-4409. hlm 71-82.

Ahmad Solikin. Strategi Politik dalam Pilkada di Desa Tambang Minyak (Studi Kasus di Desa Mojodelik, Kecamatan Gayam, Kabupaten Bojonegoro). *JSPG; Journal of Social Politics and Governance* Vol.2 No.1 Juni 2020. Hlm 32-45.

Cholilah Suci Pratiwi, Faizah Bafadhal, Ade Siska Giovani. Strategi Marketing Politik Kepala Desa Petahana Pada Pilkada di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. Vol. 4. No. 4. November 2020. hlm 311-319.

Syella Agnesia Hutagalung. Strategi Pemenangan Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin di Kota Pekanbaru Tahun 2019. *JOM FISIP*. Vol. 8: Edisi II Juli Desember 2021.

Renata Maharani, Zidan Hizbullah. Comparative Political Marketing : Studi Kasus Kemenangan Paslon 01 Tatu-Pandji atas Paslon 02 Nasrul-Eki Pada Pilkada Kabupaten Serang 2020. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* .Volume XI No. 1/Juni 2021.