



**SKRIPSI:**

**Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiah dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota  
Depok Tahun 2019**

**Nama : Annisa Nurul Adzany**

**NIM : 1710413037**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2021**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Politik**

**Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiah dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota  
Depok Tahun 2019**

**ANNISA NURUL ADZANY**

**1710413037**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NEGERI VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PRODI ILMU POLITIK**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Annisa Nurul Adzany

Nim 1710413037

Tanggal : 17 Juli 2021

Jakarta, 17 Juli 2021



Annisa Nurul Adzany

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Nurul Adzany  
Nim 1710413037  
Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Menyetujui untuk memberikan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non-exclusive Royalti Free Right) atas karya saya yang berjudul :

“Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiyah dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Depok Tahun 2019”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama sebagai peneliti hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya untuk dengan benar.

Jakarta, 17 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Annisa Nurul Adzany

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan:

Nama : Annisa Nurul Adzany

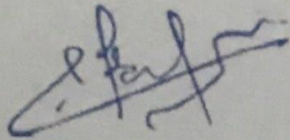
Nim 1710413037

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiyah dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Depok Tahun 2019

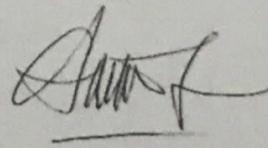
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Penguji dan Pembimbingan serta telah diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama



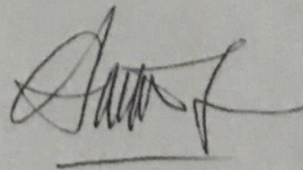
Dr. Asep Kamaluddin N.

Pembimbing Pendamping



Anwar Ilmar

Kepala Program Studi Ilmu Politik



Anwar Ilmar

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal Ujian : 28 September 2021

# **Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiyah dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Depok Tahun 2019**

Annisa Nurul Adzany

## **Abstrak**

Setiap waktu sistem pemilu dan persaingan caleg memiliki menghadapi perubahan berbagai dinamika. Hal ini berdampak pada strategi yang digunakan caleg untuk memenangkan pemilu. Marketing politik dapat menjadi strategi dalam menawarkan dan mempromosikan parpol ataupun kandidat. Terpilihnya Qonita Luthfiyah pada pemilu legislatif Kota Depok tahun 2019 salah satunya dipengaruhi oleh strategi marketing politik yang telah di rumuskan dengan baik untuk menarik atensi masyarakat. Kemenangan tersebut dibantu oleh Tim Sukses Qonita Luthfiyah dalam berkontestasi.

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data-data primer dan sekunder dari wawancara, studi pustaka maupun rekaman audio-visual. peneliti menganalisa menggunakan 9 model elemen marketing politik yang dikemukakan oleh Adman Nursal.

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa Strategi marketing politik yang dominan digunakan oleh Qonita Luthfiyah yaitu *Push Marketing* atau *door to door*, pertemuan dengan masyarakat secara langsung dengan kegiatan sosialisasi dan bentuk kepedulian kepada masyarakat yang terkena bencana alam yang mengakibatkan rumah atau jalanan rusak, yang ada kehilangan keluarga atau secara materi. Namun dilain strategi itu ada peran besar dari tim sukses Qonita Luthfiyah , peran besar tersebut turut membabantu jalannya kampanye sampai pada akhirnya Qonita Luthfiyah mendapatkan suara dan kursi di Pileg 2019. Tim sukses tersebut turut serta turun ke masyarakat dengan branding Qonita Luthfiyah dimata masyarakat.

**Kata Kunci :Strategi, Marketing Politik, Qonita Luthfiyah, Pileg DPRD Kota Depok.**

# **Qonita Luthfiah's Political Marketing Strategy in Depok City DPRD Legislative Election 2019**

Annisa Nurul Adzany

## **Abstract**

The electoral system and candidate competition have various dynamic changes in each period. Those have an impact on the strategies used by candidates to win the election. Political marketing can be a strategy in offering and promoting political parties or candidates. The election of Qonita Luthfiah in the 2019 Depok City legislative election was influenced by a well-defined political marketing strategy to attract the attention of citizens. The victory was assisted by the Qonita Luthfiah Success Team in the contest.

The approach of this research is qualitative research. Using qualitative and descriptive as a type of the research. The data sources used are primary and secondary data from interviews, literature studies and audio-visual recordings are used for primary and secondary data sources. The researcher analyzes using 9 models of political marketing elements proposed by Adman Nursal.

Based on the data analysis, it is concluded that the dominant political marketing strategy used by Qonita Luthfiah is *Push Marketing* or door to door. She met with the people directly through outreach activities and a form of concern for the people, especially those who lost their families or materially as a result of natural disasters that damaged settlements and roads. But on the other hand, there is a big role for Qonita Luthfiah's success team. The successful team participated in the community by branding Qonita Luthfiah in the opinion of the people. This big role helped run the campaign until finally Qonita Luthfiah elected as a legislative member of the 2019 DPRD Kota Depok.

**Key word : Strategy, Political Marketing, Qonita Luthfiah, legislative election DPRD Kota Depok**

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang sebesar-besarnya peneliti panjtkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah Subhanau Wata'ala yang mana telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiyah dalam Pemilu Legislatif DPRD Kota Depok Tahun 2019 ” untuk memenuhi syarat guna meraih gelar sarjana jurusan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Sungguh amat tak terasa perjuangan penelitian skripsi dalam kurun waktu kurang lebih satu semester ini menjadikan peneliti memiliki bekal dan persiapan yang akan dihadapi dikemudian hari.

Perjuangan peneliti dalam penyelesaian penelitian ini terdapat dukungan-dukungan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena kesadaran hal tersebut, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasi kepada sebua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian penelitian skripsi ini, yaitu kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan karunia-Nya, peneliti diberikan kesehatan dan kesempatan dalam menyelesaikan Skripsi ini hingga selesai.
2. Orang Tua yang telah memberikan do'a kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
3. Bapak Anwar Ilmar, S.sos., M.IP sebagai Kaprodi Ilmu Politik FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
4. Dr. Asep Kamaluddin Nashir, S.Ag.,M.Si selaku dosen pembimbing 1, dan juga Bapak Anwar Ilmar, S.sos., M.IP selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan kritik dan masukan-masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen Prodi Ilmu Politik FISIP UPN ‘Veteran’ Jakarta;
6. Para Narasumber yang sudah membantu dan bersedia untuk di wawancara: Ibu Qonita Luthfiyah, sebagai narasumber utama; Bapak Ubay Maulana, sebagai narasumber kedua.
7. Agra Prasetya yang telah membantu dari pertama drama skripsi ini dimulai yaitu pemuntukan proposal sampai penelitian skripsi selesai. Yang setia mendengarkan tangisan, keluhan, segala cerita drama yang saya lalui selama penelitian skripsi.



8. Windy orchid yang sudah membantu dalam masalah teknis yaitu peminjaman laptop, dikarenakan laptop saya yang sudah rusak menjadi sangat rusak disaat penelitian skripsi ini berlangsung.
9. Saya juga mengapresiasi kepada diri saya karena sudah mampu dan terus ingin berjuang ditengah pandemi covid-19, ppkm universe yang berjilid-jilid dan badai yang mengguncang segenap jiwa raga saya namun dalam penelitian skripsi tidak mengecilkan hati saya untuk lulus dan menjadi sarjana politik.
10. Serta seluruh pihak dan khususnya orang-orang terdekat peneliti yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini melalui dukungan moral dan semangat;

Jakarta, 7 juli 2021



Annisa Nurul Adzany

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>16</b>
1.1 Latar Belakang .....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian .....	22
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>22</b>
1.4.1 Manfaat Akademis .....	22
1.4.2 Manfaat Praktis .....	22
<b>1.5 Sistematika Penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2 Alur Pemikiran .....	29
2.3 Konsep Pemilu.....	30
2.4 Konsep Strategi.....	30
2.5 Konsep Marketing Politik.....	31
2.5.1 <i>Push Marketing</i> .....	31
2.5.2 <i>Pass Marketing</i> .....	31
2.5.3 <i>Pull Marketing</i> .....	32
2.5.4 <i>Positioning</i> .....	32
2.5.5 <i>Person</i> (Figur) .....	33
2.5.6 <i>Party</i> (Partai) .....	33
2.5.7 <i>Presentation</i> (Presentasi) .....	33

2.5.8 <i>Policy</i> (Kebijakan).....	33
2.5.9 <i>Polling</i> (Survey) .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Pendekatan Penelitian.....	35
3.3 Sumber Data dan Jenis Data .....	36
3.3.1 Sumber Data .....	36
3.3.2 Jenis Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.....	36
3.4.1 Wawancara .....	36
3.4.2 Studi Dokumentasi .....	37
3.5 Analisis Data.....	37
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	38
<b>BAB IV DINAMIKA PEMILU KOTA DEPOK.....</b>	<b>40</b>
4.1 Kota Depok.....	40
4.1.1 Sejarah Kota Depok.....	40
4.1.2 Sosial, Ekonomi, Budaya, dan Politik Masyarakat Kota Depok .....	41
4.2 Sistem Pemilu di Kota Depok.....	44
4.2.1 Sistem Pemilu Tahun 2009 & 2014.....	44
4.2.2 Sistem Pemilu tahun 2019 .....	48
4.3 Peta Politik Depok .....	49
4.3.1 Geo Politik Dapil 6 (DPC Kota Depok) .....	50
4.3.2 Keluhan dan Kebutuhan Masyarakat Dapil 6 .....	53
4.3.3 Kontestasi Caleg Pada Daerah Pemilihan.....	58
4.4 Profil Qonita .....	63
4.4.1 tim sukses Qonita.....	64
<b>BAB V MARKETING POLITIK QONITA LUTHFIYAH PADA PEMILU LEGISLATIF KOTA DEPOK TAHUN 2019 .....</b>	<b>65</b>
5.1 Analisa strategi Marketing Politik Qonita Luthfiah .....	65
5.2 Aspek Paling Dominan dari Strategi Marketing Politik Qonita Luthfiah dalam Pileg 2019 Kota Depok.....	82
5.3 Faktor Pendukung.....	83

5.4 Faktor Penghambat .....	84
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>86</b>
6.1 Kesimpulan.....	86
6.2 Saran .....	87
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR SINGKATAN

BPS	Badan Pusat Statistik
Caleg	Calon Legeslatif
Dapil	Daerah pemilihan
DCT	Daftar Calon Tetap
DPC	Dewan Pimpinan Cabang
DPD	Dewan Perwakilan Daerah
DPP	Dewan Pimpinan Pusat
DPRD	Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
DPR RI	Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia
DPT	Daftar Pemilih Tetap
Golkar	Golongan Karya
KPK	Komisi Pemberantasan Korupsi
KPU	Komisi Pemilihan Umum
MK	Mahkamah Konstitusi
OTT	Operasi Tangkap Tangan
PAN	Partai Amanat Nasional
PDIP	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Pemilu	Pemilihan Umum
Pileg	Pemilihan Legislatif
Pilpres	Pemilihan Presiden
PKB	Partai Kebangkitan Bangsa
PKS	Partai Keadilan Sosial
PPP	Partai Persatuan Pembangunan
TPS	Tempat Pemungutan Suara
UU	Undang-Undang
UUD	Undang-Undang Dasar

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 Perolehan Suara Pileg PPP .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 2 Jumlah Penduduk Dapil 6 Kota Depok .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 3 Anggota DPRD Dapil 6 Kota Depok 2019 .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 4 Perincian Waktu Penelitian .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 5 Jumlah Penduduk Kecamatan Sawangan.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 6 Jumlah Penduduk Kecamatan Bojongsari.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 7 Jumlah Penduduk Kecamatan Cipayung.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 8 Perolehan Suara Kandidat Anggota Legislatif dari PPP pada Pileg tahun 2014 .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 9 Perolehan Suara Pileg PPP .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 10 Jumlah Perolehan Suara Anggota PPP Pileg DPRD Kota Depok 2019 ...</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 11 Hasil Perhitungan Perolehan Suara Calon Legislatif Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Dapil 6 (Sawangan, Bojongsari, Cipayung. ....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1 Peta Kota Depok.....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 2 Kandidat Anggota Legislatif PPP terpilih DPRD Kota Depok tahun 2019 .....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 3 Qonita Luthfiyah .....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 4 Qonita Luthfiyah dan Tim Suksesnya sedang melakukan Sosialisasisecara langsung dengan Masyarakat.....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar 5 Qonita Luthfiyah dan tim sukses sedang menggelar reses dengan masyarakat di Jl. Jati RT.005 RW.004 No.38 Kel. Sawangan .....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 6 Pemasangan Spanduk Qonita Luthfiyah Saat Kampaye Pemilu 2019 di samping Jalan .....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 7 Pamflet Qonita Luthfiyah yang Disebarkan Melalui Media Sosial Saat Kampaye Pemilu 2019 .....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 8 Tim Sukses Qonita Luthfiyah sedang membagikan kertas berupa form survey .....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 9 Tim Sukses bersama salah satu masyarakat yang mendapatkan sticker dan kaos bergambar Qonita Luthfiyah .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 10 Tim Sukses bersama salah satu masyarakat yang sedang membagikan Brosur yang berisi profile Ibu Qonita Luthfiyah .....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 11 Tim Sukses Qonita Luthfiyah bersama salah satu masyarakat yang menunjukkan simbol Qonita Luthfiyah .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 12 Qonita Luthfiyah sedang meninjau pelaksaan perbaikan rumah tidak layak huni dikelurahan Kedaung, kecamatan Sawangan.....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 13 Tim Sukses Qonita Luthfiyah bersama RT RW Kelurahan Duren Seribu, Kota Depok sedang pertemuan tatap muka. ....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 14 Tim Sukses Qonita Luthfiyah bersama Pemuda Milenial ketika mensosialisasikan sosok Qonita Luthfiya di acara Car Free Day Telaga Golf, Sawangan.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 15 Qonita Luthfiyah dan Tim Suksesnya dengan kalangan ulama yaitu KH. Agus Rahmat, ketua FPI Kota Depok, di markas FPI Kota Depok Bale Rombeng, Cipayung. ....</b>	<b>82</b>

