



(Sumber: <https://news.detik.com/>)

Judul Skripsi :

STRATEGI MARKETING POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) PROVINSI KALIMANTAN BARAT DALAM PEMILU LEGISLATIF 2019

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik S.1

Nama : Bunga Amalia

NIM : 1810413096



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL “VETERAN JAKARTA”**



SKRIPSI

**STRATEGI MARKETING POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH
PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) PROVINSI KALIMANTAN
BARAT DALAM PEMILU LEGISLATIF 2019**

Bunga Amalia

1810413096

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Bunga Amalia
NIM : 1810413096
Program Studi : Ilmu Politik

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Januari 2023

Yang menyatakan,



Bunga Amalia

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Bunga Amalia
NIM : 1810413096
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI MARKETING POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH
PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) PROVINSI KALIMANTAN
BARAT DALAM PEMILU LEGISLATIF 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 pangkatan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 11 Januari 2023

Yang menyatakan,



Bunga Amalia

**STRATEGI MARKETING POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH
PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) PROVINSI KALIMANTAN
BARAT DALAM PEMILU LEGISLATIF 2019**

*POLITICAL MARKETING STRATEGY REGIONAL LEADER COUNCIL OF
WEST KALIMANTAN PROVINCE DEMOCRATIC NATIONAL PARTY
(NASDEM) IN THE 2019 LEGISLATIVE ELECTIONS*

Oleh:
Bunga Amalia
1810413096

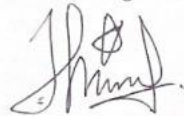
SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Politik

Telah Disetujui Oleh Tim Pembimbing Pada
Tanggal Seperti Tertera Di Bawah Ini

Jakarta, 11 Januari 2023

Pembimbing Utama



Dr. Ardli Johan Kusuma., S.IP, M.H.I

Pembimbing Pendamping



Dr. Deni Angela., S.Sos., M.I.P



Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Tahun 2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Bunga Amalia
NIM : 1810413096
Program Studi : Ilmu Politik
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING POLITIK DEWAN PIMPINAN
WILAYAH PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) PROVINSI
KALIMANTAN BARAT DALAM PEMILU LEGISLATIF 2019

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan 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 I



Dr. Ardli Johan Kusuma., S.IP., M.H.I

Penguji I



Dr. Nurdin

Penguji II



Dr. Deni Angela., S.Sos., M.I.P

Ketua Program Studi



Restu Rahmawati., S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 18 Januari 2023
Ujian : Sidang Skripsi

STRATEGI MARKETING POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) PROVINSI KALIMANTAN BARAT DALAM PEMILU LEGISLATIF 2019

Bunga Amalia

ABSTRAK

Banyaknya jumlah partai politik pasca reformasi menyebabkan tingginya persaingan karena masyarakat dihadapkan pada banyak alternatif pilihan di tiap pemilunya. Partai politik jelas membutuhkan cara dan metode yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan politik. Strategi marketing politik dibutuhkan guna membangun komunikasi serta meyakinkan konstituen bahwa kandidat atau partai politik merekalah yang paling layak dipilih. Kalimantan Barat menjadi salah satu dapil yang mengalami persaingan sengit antar partai politik. Meskipun demikian, partai Nasdem menjadi salah satu partai politik dengan peningkatan perolehan suara dan kursi paling signifikan pada pemilu legislatif tahun 2019 di Kalimantan Barat. maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing politik DPW partai Nasdem provinsi Kalimantan Barat dalam meningkatkan jumlah perolehan suara dan kursi pada pemilu legislatif 2019.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanasi dengan metode studi kasus (*case study*). Teori yang digunakan adalah teori marketing politik oleh Niffenegger (1989) yaitu marketing-mix 4p (*product, promotion, price* dan *place*) yang didukung oleh strategi pendekatan pasar oleh Smith dan Hirst (2001) yaitu *segmentation, targeting* dan *positioning*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu pertama, wawancara mendalam (*indepth interview*) sebagai data primer penelitian dengan teknik penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling*. Kedua, dokumentasi sebagai data sekunder penelitian.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa DPW Nasdem Kalimantan Barat melakukan strategi marketing politik dengan konsep 4P yaitu memasarkan platformnya berupa visi-misi, program kerja dan kandidatnya sebagai produk partai (*product*) lewat adanya penggunaan media sosial dan kegiatan blusukan atau *door to door* (*promotion*), adanya perhitungan harga ekonomi berupa dana partai dan dana kampanye, harga psikologis dan citra partai (*price*), dan membuat strategi penyebaran di berbagai daerah di Kalimantan Barat lewat strukturisasi organisasi internal partai (*place*). Selain itu untuk mendukung keberhasilan strategi bauran 4P tersebut, DPW Nasdem Kalimantan Barat juga melakukan strategi pendekatan pasar lewat segmentasi demografis berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan kelas sosial. Kemudian *targeting* berdasarkan perilaku pemilih dengan target pemilih cerdas dan *positioning* Nasdem

sebagai partai yang partai yang membawa restorasi perubahan dan merangkul seluruh masyarakat menuju kemajuan Indonesia.

Kata Kunci: pemilu legislatif, partai nasdem, dewan pimpinan wilayah, marketing politik 4P, *segmentation, targeting, positioning*

**POLITICAL MARKETING STRATEGY REGIONAL LEADER COUNCIL OF
WEST KALIMANTAN PROVINCE DEMOCRATIC NATIONAL PARTY
(NASDEM) IN THE 2019 LEGISLATIVE ELECTIONS**

Bunga Amalia

ABSTRACT

The large number of post-reform political parties has led to high competition because people are faced with many alternative choices in each election. Political parties clearly need the right ways and methods to be able to win political competition. A political marketing strategy is needed to build communication and convince constituents that their candidate or political party is the most worthy of being elected. West Kalimantan is one of the electoral districts experiencing fierce competition between political parties. Nonetheless, the Nasdem party became one of the political parties with the most significant increase in vote and seat gains in the 2019 legislative elections in West Kalimantan. then the purpose of this research is to find out how the political marketing strategy of the DPW party Nasdem West Kalimantan province in increasing the number of votes and seats won in the 2019 legislative elections.

This research uses a qualitative approach and the type of research used is explanatory research with the case study method. The theory used is political marketing theory by Niffenegger (1989), namely the 4p marketing-mix (product, promotion, price and place) which is supported by the market approach strategy by Smith and Hirst (2001) namely segmentation, targeting and positioning. There are two data collection techniques used in this study: first, in-depth interviews as the primary research data with the technique of determining informants by purposive sampling. Second, documentation as secondary research data.

The research results obtained show that the West Kalimantan DPW Nasdem carries out a political marketing strategy with the 4P concept, namely marketing its platform in the form of vision and mission, work programs and candidates as party products (products) through the use of social media and door to door (promotion) activities. , there is a calculation of economic prices in the form of party funds and campaign funds, psychological prices and party image (price), and making strategies for dissemination in various regions in West Kalimantan through the internal party organizational structure (place). In addition to supporting the success of the 4P mix strategy, the West Kalimantan DPW Nasdem also implemented a market approach strategy through demographic segmentation based on gender, age, occupation and social class. Then targeting based on voter behavior by targeting intelligent voters and positioning Nasdem as a party that brings restoration of change and embraces the whole society towards the progress of Indonesia.

Keywords: legislative election, nasdem party, regional leader council, 4P political marketing, segmentation, targeting, positioning

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Marketing Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Nasional Demokrat (Nasdem) Provinsi Kalimantan Barat Dalam Pemilu Legislatif 2019”. Peneliti memilih topik ini karena partai Nasdem menjadi salah satu partai politik dengan peningkatan perolehan suara dan kursi paling signifikan pada pemilu legislatif tahun 2019 di Kalimantan Barat. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat meraih gelar S-1 Sarjana Sosial pada program studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua peneliti yaitu, Ibu Mimi Meiyana dan Bapak Benyamin Adhyaksa yang sampai sekarang masih diberikan kesehatan jasmani dan rohani untuk dapat bisa melihat putrinya lulus dan mendapat gelar S-1nya.
2. Kedua kakak peneliti yaitu, Nadya Sharavina dan Jihan Azalika yang turut memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing 1 yaitu, Bapak Dr. Ardli Johan., S.IP., M.H.I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing 2 yaitu, Bapak Dr. Deni Angela., S.Sos., M.I.P yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Informan peneliti yaitu, Bapak Syarif Amin Muhammad, Abang Ryan Adhyatma, dan Bapak Herri Junius Nge yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk dijadikan informan dan membantu peneliti untuk memberikan data-data dan informasi yang berguna untuk menunjang penelitian ini.

6. Sahabat semasa kuliah yang peneliti sayangi dan cintai Azzahra Salsabilla, Bella Cantika, dan Christine Tobing yang sudah menjadi teman peneliti dari awal semester sampai sekarang yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk peneliti.

Demikian ucapan ini peneliti sampaikan. Tanpa mengurangi rasa hormat dan rasa terimakasih, mungkin banyak nama yang peneliti tidak bisa sebutkan satu-satu. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta semua pihak yang memiliki kaitan dengan bidang kajian ini.

Jakarta, 11 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bunga Amalia', written in a cursive style.

Bunga Amalia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Praktis	14
1.4.2. Manfaat Akademis	15
1.5. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Konsep dan Teori Penelitian	16
2.2. Marketing Politik.....	16
1. <i>Product</i> (Produk)	18
2. <i>Promotion</i> (Promosi)	19
3. <i>Price</i> (Harga)	19
4. <i>Place</i> (Tempat).....	20
2.3 Strategi Pendekatan Pasar	20
1. <i>Segmentation</i>	20
2. <i>Targeting</i>	21
3. <i>Positioning</i>	22

2.4. Partai Politik	22
2.5. Pemilu dan Sistem Kepartaian	23
2.6. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Objek Penelitian	27
3.2. Jenis Penelitian	27
3.3. Sumber Data	28
1. Data Primer	28
2. Data Sekunder	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data	28
1. Wawancara	29
2. Dokumentasi	29
3.5. Teknik Analisis Data	30
1. Reduksi Data	30
2. Penyajian Data	30
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data	31
3.6. Tabel Waktu Penelitian	32
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	34
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
A. Profil Provinsi Kalimantan Barat	34
1. Kondisi Geografi dan Demografi Provinsi Kalimantan Barat	34
2. Pemilu Legislatif 2019 di Provinsi Kalimantan Barat	36
B. Profil Partai Nasional Demokrat (NASDEM)	41
1. Sejarah Partai Nasdem	41
2. Visi dan Misi Partai Nasdem	43
3. Makna Logo Partai Nasdem	44
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan	47
A. Strategi Marketing Politik DPW Nasdem Provinsi Kalimantan Barat	47
1. Konsep, Gagasan, Ideologi, Program Kerja dan Sistem Rekrutmen Caleg (Product)	47
2. Pemilihan Media Dalam Memasarkan Produk Partai (Promotion)	54
3. Nilai Ekonomi, Psikologis dan Citra Nasional (Price)	59
4. Target/Distribusi Penyebaran Produk Partai (Place)	67
5. Segmentasi, Targeting, dan Positioning Partai Nasdem	69

BAB V.....	76
KESIMPULAN & SARAN	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nama Informan Wawancara	29
Tabel 2. Tabel Waktu Penelitian	33
Tabel 3. Jumlah Pemilih Pada Pemilu Legislatif 2019 di Provinsi Kalimantan Barat Berdasarkan Kabupaten Kota	38
Tabel 4. Jumlah Kursi dan Suara DPRD Provinsi Kalimantan Barat Pada Pemilu 2014 dan 2019.....	39
Tabel 5. Jumlah Suara Partai Nasdem PerKabupaten Kota	41
Tabel 6. Nama Caleg DPRD Terpilih Partai Nasdem Kalimantan Barat Tahun 2019	41
Tabel 7. Susunan Kepengurusan DPW Nasdem Provinsi Kalimantan Barat	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2. Logo Partai Nasdem.....	44
Gambar 3. Program Rekrutmen Nasdem Memanggil.....	49
Gambar 4. Silaturahmi Bertemu Masyarakat Penerima Bantuan BPS di Kab. Kuburaya.....	56
Gambar 5. Akun Instagram Syarif Amin Muhammad.....	57
Gambar 6. Silaturahmi Partai Nasdem se-Kalimantan Barat.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Riwayat Hidup	85
Lampiran 2. Lampiran Surat Riset	87
Lampiran 3. Lampiran Transkrip Wawancara	89
Lampiran 4. Lampiran Dokumentasi Wawancara	129