



**Strategi Marketing Politik Bramantyo Suwondo Anggota Dewan Perwakilan  
Rakyat Republik Indonesia Pada Pemilihan Umum Serentak Tahun 2019**

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik**

**Disusun Oleh :**

**Kanita Zahra Achmad**

**1910413061**

**PRODI ILMU POLITIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS**

**PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Kanita Zahra Achmad  
NIM : 1910413061  
Program Studi : Ilmu Politik

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

Jakarta, 26 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Kanita Zahra Achmad)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Kanita Zahra Achmad  
NIM : 1910413061  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Politik

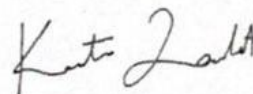
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI MARKETING POLITIK BRAMANTYO SUWONDO  
ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA  
PADA PEMILIHAN UMUM SERENTAK 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/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 27 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



(Kanita Zahra Achmad)

## PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR

NAMA : Kanita Zahra Achmad  
NIM : 1910413061  
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik  
JUDUL : Strategi Marketing Politik Bramantyo Suwondo Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Pada Pemilihan Umum Serentak Tahun 2019

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Dr. Ridwan, S.Sos., M.Si)

Penguji 1



(Dr. Ardli Johan Kusuma, S.IP., M.HI)

Penguji 2



(Restu Rahmawati, S.Sos., MA.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 3 Juli 2024

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan strategi marketing politik yang dijalankan oleh Bramantyo Suwondo pada saat mencalonkan diri menjadi anggota DPR RI dari daerah pemilihan Jawa Tengah VI pada Pemilihan Umum serentak tahun 2019. Dengan diberlakukannya sistem multipartai setelah era reformasi, partai politik menjadi menjamur di Indonesia sehingga mengakibatkan ketatnya persaingan yang dihadapi. Hal ini tidak hanya berlaku ditingkat nasional, namun juga di tingkat daerah salah satunya Bramantyo Suwondo yang berhasil memenangkan pemilihan legislatif tahun 2019. Teknik pengumpulan data wawancara dan studi pustaka berupa buku, berita, dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Adanya kesesuaian strategi yang dilakukan Bramantyo Suwondo sejalan dengan *Teori Marketing Politik* Niffeneger pada pemilu presiden 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari teori *political marketing* Bramantyo Suwondo menawarkan program kerja yang pro rakyat kecil dan fokus pada pembangunan pendidikan. Rekaman masa lalu menunjukkan bahwa elektabilitas Partai Demokrat bergantung pada kekuatan Susilo Bambang Yudhoyono. Bramantyo Suwondo memanfaatkan media offline dan online untuk kampanyenya. Bramantyo menggunakan harga ekonomi dan psikologi untuk mempengaruhi keputusan masyarakat. Strategi *segmentation, targeting, and positioning* menjadi penting dalam kemenangannya untuk merencanakan kampanye yang berhasil. Dengan pemahaman yang baik terhadap pemilih, ia dapat mempengaruhi preferensi dan perilaku pemilih serta mencapai tujuan politiknya.

**Kata Kunci :** *Marketing Politik, Pemilu 2019, Bramantyo Suwondo, Pemilu Legislatif.*

## ABSTRACT

*This research aims to determine the relationship between the political marketing strategies implemented by Bramantyo Suwondo when running for membership in the DPR RI from the electoral district of Central Java VI in the 2019 Simultaneous General Election. With the implementation of the multiparty system after the reform era, political parties have mushroomed in Indonesia, it is resulting in intense competition. This does not only apply at the national level, political parties need to create strategies at the regional level as well to win power, one of which is Bramantyo Suwondo, who succeeded in winning the 2019 legislative election. Data collection techniques include interviews and literature studies in the form of books, news and previous research journals. The suitability of the strategy carried out by Bramantyo Suwondo Political Marketing Theory Niffeneger in the 2019 presidential election. The research results show that, judging from the political marketing theory, Bramantyo Suwondo offers work programs that are pro-poor people and focus on educational development. Past records show that the electability of the Democratic Party depends on the strength of Susilo Bambang Yudhoyono. Bramantyo Suwondo utilized offline and online media for his campaign. Bramantyo uses economic and psychological prices to influence people's decisions. Segmentation, targeting, and positioning strategies are important in winning planning a successful campaign. With a good understanding of voters, he can influence voters' preferences and behavior and achieve his political goals.*

**Keyword: Political Marketing, 2019 Election, Bramantyo Suwondo, Legislative Election.**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dimampukan untuk menyelesaikan skripsi ini dan mampu menjalankan empat tahun dalam studi Ilmu Politik. Penulisan skripsi ini dilakukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Politik Program Studi Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. terselesaikannya skripsi ini tidak luput dari peran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Almarhumah Ibu saya tercinta, Ibunda Gadis Rien Novriani. Terima kasih penuh penulis sampaikan kepada beliau atas segala doa dan motivasinya dari atas sana. Terima kasih atas segala nasehat yang selalu diberikan sepanjang hidupnya yang kemudian menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Baharuddin Achmad selaku orang tua penulis. Terima kasih penuh penulis sampaikan kepada beliau karena telah mampu mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Bapak Dr. Ridwan, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing telah memberikan waktu, pikiran, saran-saran terbaik serta motivasi yang sangat berharga kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
4. Kedua kakakku, Rifqi Yafi Achmad dan Ailsa Agista Achmad. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis untuk menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
5. Novero Ramadant, seseorang yang telah kebersamai peneliti, menemani dan membantu peneliti dalam mengerjakan penelitian ini sampai pada titik akhir, mendengarkan segala keluh kesah peneliti, serta memberikan semangat, perhatian, pengertian, dukungan dan juga motivasi kepada peneliti dengan penuh kesabaran dan kasih sayang.

6. Elsa, Allymatul, Chintia, Vonita, Daffa, Izzan dan seluruh keluarga mahasiswa Ilmu Politik 2019 terima kasih telah kebersamai dan mewarnai segala perjalanan perkuliahan dari awal masa perkuliahan hingga menempuh perkuliahan di UPNVJ sampai akhir, terima kasih untuk segala dukungan dan motivasi yang selalu diberikan.



## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....	16
2.2.1 Pemilu Legislatif.....	16
2.2.2 <i>Marketing</i> Politik.....	18
2.2.3 Strategi <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i> Politik.....	21
2.3. Kerangka Pemikiran .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Objek Penelitian .....	24
3.2 Jenis Penelitian .....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4 Sumber Data .....	26
3.4.1 Data Primer.....	26
3.4.2 Data Sekunder.....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	27
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	29
4.1 Kondisi Geografi dan Demografi Provinsi Jawa Tengah (Sebagai Arena Persaingan Politik) .....	29
4.2 Dinamika Partai Demokrat Di Tengah Persaingan Partai Politik Pasca Reformasi .....	31
4.3 Profil Bramantyo Suwondo .....	35
4.4 Modal Sosial, Politik dan Ekonomi Bramantyo Suwondo Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 .....	36
4.5 Strategi <i>Marketing</i> Politik Partai Bramantyo Suwondo .....	39
4.5.1 <i>Product</i> (Produk) .....	39
4.5.2 <i>Price</i> (Harga) .....	53

4.5.3 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	62
4.5.4 <i>Place</i> (Tempat) .....	72
4.5.5 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i> .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran .....	85
5.2.1 Saran Praktis.....	85
5.2.2 Saran Teoritis.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Hasil Perolehan Kursi dan Persentase Kursi Pemilihan Legislatif Tahun 2009-2019 .....	3
Tabel 2 Tabel Hasil Perolehan Suara Calon Legislatif Pada Pemilu 2019 Dapil Jawa Tengah.....	4
Tabel 3 Tabel Hasil Perolehan Kursi dan Persentase Kursi Pemilihan Legislatif Daerah Pemilihan Jawa Tengah VI Pada Pemilu 2019 .....	6
Tabel 4 Tabel Jumlah Penduduk Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 .....	30

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambar Peta Jawa Tengah .....	29
Gambar 2 Bramantyo Suwondo .....	36
Gambar 3 Kampanye caleg online melalui media sosial .....	45
Gambar 4 Poin Prioritas Partai Demokrat.....	63
Gambar 5 Laporan Dana Kampanye Partai .....	63
Gambar 6 Kegiatan kampanye konvensional.....	62
Gambar 7 Kegiatan kampanye konvensional.....	62
Gambar 8 Kegiatan kampanye konvensional.....	63
Gambar 9 Kegiatan kampanye konvensional.....	63
Gambar 10 Kegiatan pembagian bantuan oleh caleg.....	64
Gambar 11 Kampanye caleg online melalui media sosial .....	64
Gambar 12 Pelaksanaan acara keagamaan caleg dengan tokoh agama .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	89
Lampiran 2 Lembar Form A1 Kontrak Penulisan Skripsi .....	90
Lampiran 3 Lembar Form A2 Kartu Bimbingan Skripsi.....	91
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing Sidang Skripsi.....	92
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	93
Lampiran 6 Surat Permohonan Riset .....	94
Lampiran 7 Transkrip Wawancara	