



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : ELIA AGUSTIANA
NIM : 55214110087
**Judul : PROGRAM KERJA SEBAGAI PEMASARAN POLITIK
PASANGAN HERMAN HN DAN YUSUF KOHAR
UNTUK MEMENANGKAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH
KOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2015**

ABSTRAK

Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah serentak di Kota Bandar Lampung terdapat tiga pasang calon walikota dan wakil walikota, tiga pasangan calon tersebut yaitu Tobroni Harun dan Komarunizar, Muhammad Yunus dan Ahmad Muslimin, Herman HN dan Muhammad Yusuf Kohar dari ketiga pasangan ini memiliki visi, misi serta tim pemenang dalam pemilihan kepala daerah serentak di Kota Bandar Lampung dari setiap pasangan tersebut.

Salah satu hal yang menarik untuk diteliti adalah pencalonan kembali Herman HN sebagai walikota *incumbent* (patahana) dalam pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Bandar Lampung tahun 2015 ini. Tentunya hal ini tidak terlepas juga dengan strategi pemenangan yang dilakukan oleh tim pemenangan Herman HN.

Strategi komunikasi pemasaran politik menjadi sangat penting mengingat Herman HN juga menghadapi rivalnya yaitu Tobroni Harun yang merupakan kandidat yang cukup diperhitungkan mengingat ia juga wakil walikota petahana yang ikut mencalonkan sebagai walikota pada pemilihan Walikota-Wakil Walikota Bandar Lampung periode 2016 – 2021.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana program kerja sebagai pemasaran politik pasangan Herman HN dan Yusuf Kohar untuk memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandar Lampung Tahun 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa strategi komunikasi pemasaran politik yang dilakukan pasangan Herman HN dan Yusuf Kohar untuk memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandar Lampung Tahun 2015. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kombinasi antara pengalaman Herman HN yang pernah menjabat sebagai Walikota Bandar Lampung dan Yusuf Kohar sebagai Ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Lampung, dijadikan sebagai nilai jual utama selama masa kampanye oleh tim kampanye pasangan Herman HN-Yusuf Kohar. Pasangan Herman HN dan Yusuf Kohar dapat dikatakan sebagai pasangan yang berpengalaman dalam memerintah Bandar Lampung.

Bukti nyata hasil kerja Herman HN selama menjadi Walikota Bandar Lampung 2010 – 2015 sangat melekat didalam hati masyarakat Bandar Lampung sebagai walikota yang sukses, dan Tim Herman HN sangat mengetahui dengan baik kondisi yang berpihak kepada mereka untuk dijadikan sebagai bukti tak terbantahkan pada Pilkada Kota Bandar Lampung 2015.

Kata Kunci : Program Kerja, Komunikasi Pemasaran Politik



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Name : **ELIA AGUSTIANA**
NIM : **55214110087**
Judul : *WORK PROGRAM AS POLITICAL MARKETING
COUPLE HERMAN HN AND YUSUF KOHAR
TO WIN THE REGIONAL CHOICE OF THE HEAD OF CITY BANDAR LAMPUNG*

ABSTRACT

At the simultaneous General Election in Bandar Lampung City there are three pairs of candidates for mayor and deputy mayor, the three candidate pairs are Tobroni Harun and Komarunizar, Muhammad Yunus and Ahmad Muslimin, Herman HN and Muhammad Yusuf Kohar from these three couples have vision, mission and The winning team in the simultaneous regional head elections in Bandar Lampung City from each pair.

One of the interesting things to be investigated is the nomination of Herman HN as the incumbent mayor (patahana) in the selection of Mayor and Vice Mayor of Bandar Lampung in 2015. Surely this can not be separated also by the winning strategy undertaken by Herman HN winning team.

Political marketing communication strategy becomes very important considering Herman HN also faces his rival, Tobroni Harun which is a considerable candidate considering he is also the vice mayor of Petahana who participated nominate as mayor in the election of Mayor of Bandar Lampung Mayor period 2016 - 2021.

The problem in this research is how the political marketing communication strategy of Herman HN and Yusuf Kohar couple to win the Election of Bandar Lampung City Head of Year 2015. The purpose of this research is to mengetahui and analyze the political marketing communication strategy by Herman HN and Yusuf Kohar pair to win Election of Head of Bandar Lampung City Region 2015. This research uses qualitative method with case study design.

The conclusion of this study is the combination of Herman HN experience who served as Mayor of Bandar Lampung and Yusuf Kohar as Chairman of Indonesian Entrepreneurs Association (Apindo) Lampung, serve as the main selling point during campaign period by Herman HN-Yusuf Kohar campaign team. The couple Herman HN and Yusuf Kohar can be regarded as experienced couples in reigning Bandar Lampung.

The real evidence of Herman HN's work as long as the mayor of Bandar Lampung 2010 - 2015 is very inherent in the hearts of the people of Bandar Lampung as a successful mayor, and Tim Herman HN very well know the conditions in favor of them to serve as an indisputable proof in the elections Bandar Lampung 2015.

Keywords: *Work Program, Political Marketing Communication*