POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA

(Studi Fenomenologi Kegiatan "Gempungan" di Kabupaten Purwakarta)

TESIS

Oleh :

Nama Mahasiswa : ROHENDI
NIM : 55208110048

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
2011

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama	**:**	ROHENDI
2. NIM	**:**	55208110048
3. Jenjang Pendidikan	**:**	Strata Dua (S2)
4. Program Studi	**:**	Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi	**:**	Media dan Komunikasi Politik
6. Judul	**:**	POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA (Studi Fenomenologi Kegiatan “Gempungan” di Kabupaten Purwakarta)

Jakarta, 13 Maret 2011

Pembimbing Utama	Pembimbing II
Prof.Dr. Khomsahrial Romli, M.Si	Dr. Farid Hamid, M.Si

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul	:	POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA (Studi Fenomenologi Kegiatan "Gempungan" di Kabupaten Purwakarta)
2. Nama	:	ROHENDI
3. NIM	:	55208110048
4. Jenjang Pendidikan	:	Strata Dua (S2)
5. Program Studi	:	Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi	:	Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal	:	13 Maret 2011

Jakarta, 13 Maret 2011
Mengetahui,

1. Ketua Sidang

   Heri Budianto,S.Sos, M.Si (.....)

2. Penguji Ahli

   Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)

3. Pembimbing I
   Prof.Dr. Khomsahrial Romli, M.Si

   (.....)

4. Pembimbing II
   Dr. Farid Hamid, M.Si

   (.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul	:	POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA (Studi Fenomenologi Kegiatan "Gempungan" di Kabupaten Purwakarta)
2. Nama	:	ROHENDI
3. NIM	:	55208110048
4. Jenjang Pendidikan	:	Strata Dua (S2)
5. Program Studi	:	Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi	:	Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal	:	13 Maret 2011

Jakarta, 13 Maret 2011
Mengetahui,

5. Ketua Sidang

Heri Budianto,S.Sos, M.Si (.....)

6. Penguji Ahli

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)

7. Pembimbing I
Prof.Dr. Khomsahrial Romli, M.Si

(.....)

8. Pembimbing II
Dr. Farid Hamid, M.Si

(.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul	:	POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA (Studi Fenomenologi Kegiatan "Gempungan" di Kabupaten Purwakarta)
2. Nama	:	ROHENDI
3. NIM	:	55208110048
4. Jenjang Pendidikan	:	Strata Dua (S2)
5. Program Studi	:	Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi	:	Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal	:	13 Maret 2011

Jakarta, 13 Maret 2011
Disetujui dan diterima oleh,

Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof.Dr. Khomsahrial Romli, M.Si	Dr. Farid Hamid, M.Si

PERNYATAAN

Judul	**:**	**POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA** (Studi Fenomenologi Kegiatan "Gempungan" di Kabupaten Purwakarta)
Nama	**:**	ROHENDI
NIM	**:**	55208110048
Jenjang Pendidikan	**:**	Strata Dua (S2)
Program Studi	**:**	Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	**:**	Media dan Komunikasi Politik
Tanggal	**:**	13 Maret 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah saya nyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenaranya.

Jakarta, 13 Maret 2011

Rohendi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang dan rakhmat-Nya kepada penulis, sehingga saat ini masih diberikan kesehatan dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini. Sholawat serta salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW dan keluarganya.

Maksud penulis menyusun tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat menempuh ujian sarjana strata dua (S2) lengkap pada Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta.

Sebagaimana manusia biasa penulis ingin selalu semua yang diinginkan tercapai dengan sempurna, namun keterbatasan itu tak pernah lekang dan selalu menghampiri dalam mencapai kesempurnaan itu. Penulis yakin bahwa tesis ini adalah akhir dari upaya menuju kesempurnaan itu dan inilah usaha terbaik yang pernah penulis lakukan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Prof.Dr.H. Khomsahrial Romli,M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Farid Hamid,M.Si sebagai pembimbing II. Waktu, tenaga serta pikiran yang diberikan kepada penulis selama bimbingan adalah suatu pengorbanan yang sangat berharga. Tanpa bimbingan, dorongan, teguran, arahan, saran dan perbaikan-perbaikan yang dilakukan oleh Bapak-bapak Pembimbing, tesis ini tidak akan selesai pada waktunya.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Heri Budianto,M.Si, selaku Ketua Sidang Tesis dan Sekretaris Program Magister Ilmu Komunikasi UMB
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Penguji Ahli sidang tesis yang penulis lakukan.
3. Bapak/Ibu Dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang telah mendidik dan membimbing penulis selama kuliah.
4. Bapak Prof, Dr. Ibnu Hamad, M.Si yang sempat memberikan bimbingan penelitian kepada penulis ditengah kesibukanya.

5. Seluruh Staf sekretariat Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang telah banyak membantu penulis dalam pengurusan prosedur perkuliahan.
6. Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta yang memberikan kemudahan pada penulis dalam memperoleh data yang diperlukan.
7. Istri dan anak-anaku tersayang yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Kepada teman-teman penulis yang selalu mendukung dan memberikan dorongan hingga penulisan tesis ini selesai.

Untuk semua kebaikan ini, penulis hanya dapat mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan semoga dicatat sebagai kebaikan oleh Allah SWT.

Akhir kata penulis memohon maaf atas kekurangan yang terdapat dalam tesis ini, dan berharap agar tesis ini memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana umymelain itu semoga bermanfaat untuk mereka yang memerlukan informasi yang terkait dengan judul penelitian ini.

Jakarta, 13 Maret 2011

Penulis

Karya ini kupersembahkan untuk :

Bapak (Alm) dan Ibuku.

Untuk istriku tercinta (Neni Sugihartati) dan

anak-anakku tersayang (Irfan Muhammad Mahdian,

Irham Aulia Rafsanjani dan Irtiyah Kamilia Nisrina).

DAFTAR ISI

Abstract …….. i
Abstarksi ……. ii
Lembar Pengesahan ……. iii
Pernyataan …… iv
Kata Pengantar …… v
Daftar Isi …… vi
Daftar Tabel…… vii
Daftar Gambar…… viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah …… 1
1.2 Perumusan Masalah …….. 7
1.3 Tujuan Penelitian …….. 7
1.4 Manfaat Penelitian …… 8
1.4.1 Manfaat Teoritis
1.4.2 Manfaat Akademis
1.4.3 Manfaat Praktis

BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka …….. 9
2.1.1 Kajian penelitian terdahulu ……. 9
2.1.2 Prilaku Politisi : Prespektif Teoritis ……. 15
2.1.2.1 Teori Tindakan Sosial Max Weber ……. 16
2.1.2.2 Teori Fenomenologi Alfred Schutz …… 19
2.1.2.3 Teori Dramaturgis Erving Goffman …… 21
2.1.2.4 Teori Konstruksi Realitas Sosial Peter Berger dan Thomas Luckman …….. 24
2.1.3 Komunikasi Politik …… 27
2.1.3.1 Pesan politik …… 28
2.1.3.2 Kampanye politik …… 32

2.1.4 Pemasaran Politik ……. 34

2.1.4.1 Kampanye dan pemasaran politik …….. 39

2.1.4.2 Segmentasi dan positioning politik …… 41

2.1.4.3 Pemasaran produk politik …… 48

2.1.5 Modal Potensial Kandidat Incumbent …… 52

2.2 Kerangka Pemikiran …….. 59

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian ……..…….. 60

3.2 Paradigma Penelitian ……..… 61

3.3 Metode Penelitian …….. 65

3.4 Tempat dan Objek Penelitian ……. 69

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi …… 70

3.5.2 Wawancara ……. 71

3.5.3 Dokumentasi …… 72

3.6 Metode Analisis Data ……. 72

3.7 Teknis Pemeriksaan Keabsahan Data …….. 75

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Selayang Pandang Kabupaten Purwakarta …….. 80

4.1.2 Profil Bupati Purwakarta Periode 2008-2013 ……. 88

4.1.3 Visi Dan Misi Pembangunan di Kabupaten Purwakarta …… 93

4.1.3.1 Makna Visi Pembangunan Kabupaten Purwakarta …… 94

4.1.3.2 Makna Misi Pembangunan Kabupaten Purwakarta ….. 97

4.2 Hasil Penelitian …… 105
4.2.1 Profil Informan Penelitian …….. 105
4.2.2 Kegiatan Gempungan di Kabupaten Purwakarta …… 107
4.2.2.1 Gempungan Sebagai Metoda Sosialisasi Pelayanan Publik …. 108
4.2.2.2 Gempungan Sebagai Media Komunikasi Pembangunan ……. 114
4.2.2.3 Gempungan Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Politik … 121
4.2.2.3.1 Strategi Pendekatan Pasar Pemilih……. 123
4.2.2.3.2 Segmentasi dan Positioning Politik…… 125
4.3 Pembahasan Hasil penelitian ……. 132
4.3.1 Gempungan Sebuah Realisasi Janji Politik ……. 132
4.3.2 Kampanye Politik dalam Bingkai Kampanye Pembangunan … 134
4.3.3 Model Kampanye Politik Purwakarta …… 136

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kesimpulan ……..……...…… 138
5.2 Saran ……..……..…….. 141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA PENELITI

DAFTAR TABEL

			Hal.
1.	Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya ……..	14
2.	Tabel 2.2	Perbedaan kampanye pemilu dan kampanye politik ……	33
3.	Tabel 2.3	Segmentasi Pasar Pemilih ……..	45
4.	Tabel 4.1	Pembagian Wilayah Administratif Kabupaten Purwakarta ……..	81
5.	Tabel 4.2	Pejabat Bupati Kabupaten Purwakarta (Periode Purwakarta II) ……	82
6.	Tabel 4.3	Konstruksi Kegiatan Gempungan …….	106
7.	Tabel 4.4	Data Informan di Acara Gempungan …….	108
8.	Tabel 4.5	Daftar Kegiatan Dan Instansi Pemerintah Yang Melaksanakan ……..	111
9.	Tabel 4.6	Jumlah Pelayanan Masyarakat Secara Gratis Kegiatan Gempungan …..	119
10.	Tabel 4.7	Pola Strategi Pendekatan Pasar Pemilih Dalam Kegiatan Gempungan …	127
11.	Tabel 4.8	Pola Pemasaran Politik Dalam Kegiatan Gempungan …….	132
12.	Tabel 4.9	Tanggapan Masyarakat Terhadap Kegiatan Gempungan ……	135

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Pedoman wawancara untuk aparat pemerintah
2. Lampiran 2 Pedoman wawancara untuk peserta gempungan
3. Lampiran 3 Transkrip hasil wawancara dengan tim pengarah kegiatan Gempungan
4. Lampiran 4 Transkrip hasil wawancara dengan tim pelaksana kegiatan Gempungan
5. Lampiran 5 Transkrip hasil wawancara dengan peserta kegiatan Gempungan
6. Lampiran 6 Foto-foto kegiatan Gempungan
7. Lampiran 7 Buku Kontrak Politik Bupati Purwakarta
8. Lampiran 8 Surat Ijin pengumpulan data

DAFTAR FOTO

			Hal.
1	Foto 4.1	Gapura Indung (induk) memasuki Kota Purwakarta dari arah utara …….	30
2	Foto 4.2	Gapura Indung (induk) memasuki Kota Purwakarta dari arah selatan ……..	36
3	Foto 4.3	H. Dedi Mulyadi,SH dengan simbol Purwakarta Berkarakter ……..	40
4	Foto 4.4	Bupati Purwakarta Membuka Kegiatan Gempungan ……..	43
5	Foto 4.5	Pelayanan Sunatan Masal Gratis Pada Kegiatan Gempungan ……..	51
6	Foto 4.6	Pelayanan Kesehatan Gratis Pada Kegiatan Gempungan …….	59
7	Foto 4.7	Pelayanan KK,KTP dan Akta Kelahiran Gratis Pada Kegiatan Gempungan …….	80
8	Foto 4.8	Perpustakaan Keliling Pada Kegiatan Gempungan ……	86
9	Foto 4.9	Armada Pelayanan KTP/KK/Akta Kelahiran Gratis Pada Kegiatan Gempungan ….	87
10	Foto 4.10	Pelayanan KB Gratis Pada Kegiatan Gempungan ……	87
11	Foto 4.11	Gempungan Sebagai Pelayanan Publik Langsung …….	92
12	Foto 4.12	Pembukaan secara simbolis acara Gempungan ……	104
13	Foto 4.13	Bupati Purwakarta ikut serta dalam membagikan salah satu berkas pelayanan gratis..	104
14	Foto 4.14	Kaos Salah Satu kepala Dinas saat acara Gempungan …….	110
15	Foto 4.15	Sandi menangis saat menerima sumbangan dari para Kepala OPD……	112
16	Foto 4.16	Bupati Purwakarta Menjadi salah satu pemeran utama menemani	113
		Si Ohang (Pelawak TV Nasional Asli Jawa barat) …….	131

DAFTAR GAMBAR

			Hal.
1	Gambar 2.1	Proses Kompleksitas Komunikasi Politik …….	30
2	Gambar 2.2	Proses Marketing Politik ……	36
3	Gambar 2.3	Batas pengertian kampanye politik dan pemasaran politik …….	40
4	Gambar 2.4	Konstruksi Image …….	43
5	Gambar 2.5	Strategi Marketing Politik ……	51
6	Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran Penelitian ……	59
7	Gambar 3.1	Model Alur Analisis Data ……	73
8	Gambar 4.1	Peta Lokasi Kabupaten Purwakarta ……	80
9	Gambar 4.2	Gapura Sebagai Simbol Purwakarta Berkarakter ……	87
10	Gambar 4.3	Logo Kabupaten Purwakarta ……..	104
11	Gambar 4.4	Branding Purwakarta Berkarakter ……..	104
12	Gambar 4.5	Orientasi Tindakan Sosial Bupati Purwakarta ……..	122
13	Gambar 4.6	Pola Komunikasi Pemasaran Politik Bupati Purwakarta dalam Kegiatan Gempungan	132
14	Gambar 4.7	Model Kampanye Politik Bupati Purwakarta ……	137