



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

ABSTRACT

Political marketing is very important as an instrument used by candidates in winning the election category. This was also done by Indra Utama in winning the legislative elections in Bengkulu Tengah Regency. Indra Utama was the one who won the 2019 legislative election from the Gerindra party, where in 2014 he won the legislative election from the PDIP party and in 2019 followed the contestation from the Gerindra Party. This study aims to determine and describe the victory of Indra Utama in the legislative elections in Central Bengkulu Regency 2019. The theory used is the Lees-Marshment Market Oriented Party. The paradigm of this research is konstruktivis, this type of research is descriptive with a qualitative approach to the case study research method. The results of the research showed that from the eight stages, the stage of market research, communication and campaign was an important step in winning Indra Utama. In market research Indra Utama already knows the needs of the community and the main sensory social capital which is the village head and candidat defense. Communication and campaigns conducted by Indra Utama are more dialogical communication, where in the electoral area is a rural area where dioalogical communication is an effective communication in attracting public sympathy..

Keywords: *political marketing, legislative candidates, and legislative elections*



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

ABSTRAK

Marketing politik sangat penting sebagai instrumen yang digunakan oleh para kandidat dalam strategi memenangkan pemilu. Hal ini juga yang dilakukan oleh Indra Utama dalam memenangkan pemilihan legislatif di Kabupaten Bengkulu Tengah. Indra Utama merupakan salah satu yang memenangkan pemilihan legislative tahun 2019 dari partai Gerindra, dimana dia pada tahun 2014 pernah memenangkan pemilihan legislatif dari partai PDIP dan tahun 2019 mengikuti kontestasi dari Partai Gerindra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan kemenangan Indra Utama pada pileg DPRD Kabupaten Bengkulu Tengah 2019. Teori yang digunakan Lees-Marshment Market Oriented Party. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis, jenis penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan dari delapan tahap tersebut, tahap riset pasar, komunikasi dan kampanye merupakan tahapan yang penting dalam kemenangan Indra Utama. Di riset pasar Indra Utama sudah mengetahui kebutuhan masyarakat dan modal social Indra Utama yang merupakan kepala desa dan kandidat pertahanan. Komunikasi dan kampanye yang dilakukan Indra Utama lebih ke komunikasi dialogis, dimana di daerah pemilihan merupakan daerah pedesaan yang mana komunikasi dialogis merupakan komunikasi yang efektif dalam menarik simpati masyarakat.

Kata Kunci: Marketing politik, calon legislatif, dan pemilihan legislatif