



POLA KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK BUPATI PURWAKARTA

(Studi Fenomenologi Kegiatan “Gempungan” di Kabupaten Purwakarta)



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 Budiarto, 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 Budiarto, 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,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
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 kebenarannya.

Jakarta, 13 Maret 2011

Rohendi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang dan rahmat-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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Penulis

Karya ini kupersembahkan untuk :

Bapak (Alm.) dan Ibu.

*Untuk istriku tercinta (Neni Sugihartati) dan
anak-anakku tersayang (Irfan Muhammad Mahdian,
Arham Atulia Rafsanjani dan Urtiyah Kamilia Nisrina).*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA