

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

MARKETING POLITIK HARIJANTO MAMANGKEY DALAM PEMENANGAN
PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2019 DI KECAMATAN DULUPI

SKRIPSI

Oleh:

GOMMY PAPUTUNGAN


Nim :221416079

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Udin Hamim, S.Pd, SH, M.Si
NIP 197608142002121001

Pembimbing II


Rani Mahmud, S.Pd, M.A
NIP 198205032015041002

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan


Rasid Yunus, S.Pd., M.Pd
Nip.198402242008121003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Yang Berjudul:

MARKETING POLITIK HARIJANTO MAMANGKEY
DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF
TAHUN 2019 DI KECAMATAN DULUPI

Oleh:
GOMMY PAPUTUNGAN
NIM :221 416 079

Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Hari/Tanggal :Rabu, 08 Juli2020
Waktu : 08.00 WITA s/d Selesai

Dewan Penguji

1. Roni Lukum, S.Pd., M.Sc
2. NIP : 197303232000031002
3. Saleh Al Hamid, S.Ip., M.A
NIP : 198603272019031012
4. Dr. Udin Hamim, S.Pd, SH, M.Si
NIP : NIP : 19760814 2002121001
5. Ramli Mahmud, S.Pd., M.A
NIP :198205032015041002

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 


Gorontalo, Juli 2020

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Gorontalo


Dr. H. Zulacna Ngiu, M.Pd
NIP : 196705091998032002

ABSTRAK

Gommy Paputungan, 221416079, 2020. *Marketing Politik Harijanto Mamangkey Dalam Pemenangan Pemilihan Umum Tahun 2019 Di Desa Dulupi.* Skripsi, Jurusan Ilmu Hukum Dan Kemasyarakatan, Fakultas Ilmu Sosial. Pembimbing I Dr. Udin Hamim, S.Pd, SH, M.Si. Pembimbing II Ramli Mahmud, S.Pd, MA. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui bagaimana Marketing politik Harijanto Mamangkey dalam pemenangan pemilihan umum legislatif tahun 2019 di Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo serta factor yang mendorong eektivitas marketing politik Harijanto Mamangkey dalam pemilu legislative tahun 2019 di Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo. Adapun yang menjadi metode dalam penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan fenomenologis.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat strategi marketing politik yang dilakukan oleh Harijanto Mamangkey pada pemilu 2019 diantaranya. 1) produk kandidat tersebut mampu memenuhi kebutuhan masyarakat di kecamatan Dulupi dalam kehidupan sehari-hari. 2) promosi melalui alat peraga kampanye, tingkat pengenalan yang dilakukan oleh kandidat melalui baliho, stiker dan media sosial efektif dalam mempromosikan calon. 3) harga modal sosial dan memiliki modal ekonomi yang mampu sebagai pengusaha jagung membuat calon tersebut diterima dengan baik dalam masyarakat pemilih dan yang ke 4) penempatan (place) keberadaanya yang bersahaja dan penuh kesederhanaan membuat Harijanto Mamangkey diterima disetiap lapisan masyarakat. Atas produk marketing tersebut, terdapat faktor yang mendukung strategi marketing politik lewat *prevorence* dan rekam jejak kandidat.

Keywords: Politik Marketing, Harijanto Mamangkey, General Election

ABSTRACT

Gommy Paputungan, 221416079, 2020. *Political Marketing of Harijanto Mamangkey in Winning General Election 2019 in Dulupi Village.* Skripsi, Department of Law and Society, Faculty of Social Science, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Dr. Udin Hamim, S.Pd.,SH, M.Si., and the co-supervisor is Ramli Mahmud, S.Pd., MA.

The problem discussed in this research was the political marketing of Harijanto Mamangkey in winning general election 2019 in Dulupi Village. The objectives of the research were 1) to find out the method of political marketing of Harijanto Mamangkey in winning general election 2019 in Dulupi Sub-district, Boalemo District, and 2) to find out factors which drive the effectiveness of political marketing of Harijanto Mamangkey in winning general election 2019 in Dulupi Sub-district, Boalemo District.

Method applied in this research was phenomenological in which the researcher played a role as a primary instrument that involved directly in collecting data through techniques of observation, interview, and documentation.

The research finding and discussion found that: there were four successes of Harijanto Mamangkey in every political event which were 1) Product, 2) Promotion, 3) Price, and 4) Place as well as there were two factors which drive the effectiveness of political marketing of Harijanto Mamangkey which were 1) Performance, and 2) Track Record.

Therefore, Harijanto Mamangkey could place himself in a political marketing side that was in accordance with the need of the voters, as well as his life simplicity has made the voters feel satisfied with his person.

Keywords: Political Marketing, Harijanto Mamangkey, General Election

