

RINGKASAN

Penelitian dengan judul “Strategi Pemenangan Sugono dalam Pemilihan Umum Anggota Legislatif Kabupaten Tegal Tahun 2019” bertujuan untuk memahami serta mendeskripsikan bagaimana strategi pemenangan yang dilakukan oleh Sugono dalam pemilihan umum anggota legislatif Kabupaten Tegal tahun 2019 dan untuk mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor yang mendukung serta menghambat strategi pemenangan yang dilakukan oleh Sugono dalam pemilihan umum anggota legislatif Kabupaten Tegal tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan dengan perspektif strukturalisme serta metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Penelitian ini berlokasi di wilayah Kabupaten Tegal dengan situs berada di Daerah Pemilihan VI. Teknik pemilihan informan yang digunakan dengan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Kemudian, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi, serta studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis interaktif. Sedangkan untuk keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini, yaitu strategi pemenangan yang dilakukan oleh Sugono di Kabupaten Tegal berawal dengan melakukan analisis terhadap segmentasi pasar. Hal ini bertujuan agar tipe pemilih yang sesuai dengan kapabilitas dan aksesibilitas dapat terjaring dengan maksimal dengan memanfaatkan *figure* Sugono sebagai mantan anggota DPRD dan mantan calon Wakil Walikota Tegal. Kemudian dengan melakukan konsep *positioning* yang bertujuan untuk membangun opini publik yang positif di mata masyarakat. Setelah penerapan segmentasi pemilih dan *positioning* dilakukan, selanjutnya adalah menerapkan konsep *marketing* politik untuk kemudian dijual kepada masyarakat. Penjualan ini dilakukan dengan berbagai cara seperti berkunjung ke rumah warga, *blusukan*, melakukan sosialisasi ke berbagai perkumpulan masyarakat, datang ke acara-acara sosial, datang ke acara pernikahan masyarakat, dan sebagainya. Modal politik, sosial, dan ekonomi yang sudah dimiliki oleh Sugono membuat dirinya mudah untuk dikenali oleh masyarakat merupakan faktor yang mendukung strategi tersebut dilakukan. Sedangkan faktor yang menghambat strategi pemenangannya adalah keminoritasan yang melekat dalam diri Sugono menyebabkan dirinya sering ditolak oleh warga ketika akan melakukan kampanye atau sosialisasi.

Kata Kunci: *Marketing* Politik, Strategi Pemenangan, Pemilihan Legislatif.

SUMMARY

The aim of this research article which titled "The Winning Strategy of Sugono in the Election of Tegal Regency Legislative Members in 2009" is to understand and describe the winning strategy that Sugono did in the Election of Tegal Regency Legislative Members in 2009 while also to understand it's supporting and hindering factors.

This study uses a constructivist paradigm and a structuralism perspective, qualitative research methods as the methods, and a case study approach as the research approach. This research is located in the area of Tegal Regency with the site in Electoral District VI. The technique of selecting informants used was purposive sampling and snowball sampling methods. Then, the data collection techniques used were interview, observation, and documentation study techniques. The data analysis technique used in this study is to use interactive analysis techniques. As for the validity of the data using source triangulation techniques.

The results of this study, namely the winning strategy carried out by Sugono in Tegal Regency began with analyzing market segmentation. This is intended so that the type of voter that suits their capabilities and accessibility can be maximally netted by utilizing the figure of Sugono as a former member of the DPRD and a former candidate for Deputy Mayor of Tegal. Then by carrying out a positioning concept that aims to build positive public opinion in the eyes of the public. After the application of voter segmentation and positioning is carried out, the next step is to apply the concept of political marketing to be sold to the public. This sale is carried out in various ways, such as visiting residents' homes, blusukan (directly visiting some certain places to know something), conducting socialization to various community associations, coming to social events, attending community weddings, and so on. The political, social, and economic capital that Sugono already owns makes him easily recognized by the public are factors that support this strategy. Meanwhile, the factor that hindered his winning strategy was the minority inherent in Sugono, which caused him to often be rejected by residents when conducting campaigns or socialization.

Keywords: *Political Marketing, Winning Strategy, Legislative Election.*