

ABSTRACT

POLITICAL MARKETING OF VILLAGE HEAD ELECTED IN ULAK PANDAN VILLAGE HEAD ELECTION, KISAM TINGGI DISTRICT, OGAN KOMERING ULU SELATAN REGENCY YEAR 2023

Political marketing is a way to market ideas, political ideas, vision and mission and work programs of candidate pairs in general elections, both presidential elections, legislative elections, regional head elections and village head elections.

The study aims to determine the Political Marketing conducted by Lopison, the elected village head of Ulak Pandan Village, Kisam Tinggi District, South Ogan Komering Ulu Regency. This research was conducted using the 4P Political Marketing theory (Product, Promotion, Price, Place). The research method used is qualitative with a case study approach. Then the data is obtained by means of observation, interviews, and documentation. This research will be carried out on October 28-November 10, 2023 in Ulak Pandan Village, Kisam Tinggi District, Kabuapeten, Ogan Komering Ulu, Selatan.

Based on the results of data processing, it is known that Lopison the elected village head is quite maximal in carrying out political marketing, the process of selecting the Village Head is seen from the promotion he conveyed not using Social Media but rather by meeting the community directly. The work program and ideas presented by Lopison at the time of nomination for the head of Ulak Pandan Village focused on road construction, bridge construction and clean water. The Ulak Pandan Village head election committee did not document and archive the election process until the inauguration process of the Village Head and Lopison had social capital because he was a figure close to the community.

It is expected that in promoting themselves as candidates for village head, candidates for village heads must be able to use social media as a form of socialization or promotion so that the community can communicate with candidates through social media so that the communication that is built into two-way communication and political marketing is carried out more optimally. The ideas and work programs submitted must be adjusted to the problems and realities faced by the community, then the village government through the village head election committee must document and / or archive the process of selecting the village head until the inauguration.

Keywords : Marketing, Politics, Elections, Village Head

ABSTRAK

Marketing politik adalah cara untuk memasarkan ide, gagasan politik, visi misi serta program kerja pasangan calon dalam pemilihan umum baik pemilihan presiden pemilihan legeslatif, pemilihan kepala Daerah dan pemilihan kepala Desa.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui Marketing Politik yang dilakukan oleh Lopison kepala Desa terpilih Desa Ulak Pandan Kecamatan Kisam Tinggi Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori Marketing Politik 4P (Produk,Promosi,Price,Place). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. kemudian data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober-10 November 2023 di Desa Ulak Pandan Kecamatan Kisam Tinggi Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.

Berdasarkan hasil olah data di ketahui bahwa Lopison kepala Desa terpilih cukup maksimal dalam melakukan Marketing Politik proses pemilihan Kepala Desa hal ini dilihat dari Promosi yang di sampaikan tidak menggunakan Media Sosial melainkan dengan cara menemui masyarakat secara langsung. Program kerja dan gagasan yang disampaikan oleh Lopison pada saat pencalonan kepala Desa Ulak Pandan yaitu berfokus pada Pembangunan jalan, pembangunan jembatan dan air bersih. Panitia pemilihan kepala Desa Ulak Pandan tidak mendokumentasikan dan mengarsipkan proses pemilihan hingga proses pelantikan Kepala Desa dan Lopison memiliki modal sosial karena dia merupakan sosok yang dekat dengan Masyarakat.

Diharapkan dalam mempromosikan diri sebagai calon kepala Desa maka calon kepala Desa harus dapat menggunakan Media Sosial sebagai bentuk sosialisasi atau promosi agar Masyarakat dapat berkomunikasi dengan kandidat melalui media sosialnya sehingga komunikasi yang terbangun menjadi komunikasi dua arah dan Marketing Politik yang dilakukan lebih optimal. Gagasan dan program kerja yang disampaikan harus di sesuaikan dengan Problematika dan realitas yang dihadapi oleh Masyarakat kemudian Pemerintah desa melalui Panitia pemilihan kepala desa harus mendokumentasikan dan atau mengarsipkan proses pemilihan kepala Desa hingga pelantikan.

Kata Kunci : Marketing, Politik, Pemilihan, Kepala Desa