

ABSTRAK

Sesuai dengan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ciamis Nomor: 100/PL.01.9-Kpt/3207/KPU-Kab/VII/2019 Tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Ciamis Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019, dimana Partai Gerindra menempati urutan kedua dengan memperoleh 7 kursi, dan Heri Rafni Kotari merupakan calon Partai Gerindra sebagai urutan pertama dengan memperoleh 7500 suara dari Daerah Pemilihan 1 Kabupaten Ciamis. Dengan terpilihnya kembali Heri Rafni Kotari pada Pemilu Legislatif Tahun 2019, penulis menduga hal ini dikarenakan oleh marketing politik yang dijalankan oleh tim suksesnya, serta adanya kontribusi aktivitas relawan yang sangat aktif dalam mendukungnya dengan turut serta mensosialisasikan visi misinya ke pemilih. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan studi lapangan melalui wawancara dengan narasumber yang terkait dengan marketing politik Heri Rafni Kotari dalam Pemilu Calon Legislatif Tahun 2019. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data bahwa kemenangan HRK dalam Pileg Kabupaten Ciamis Tahun 2019, tak lepas dari marketing yang dijalankan, antara lain karena sosoknya yang sudah dikenal di masyarakat sebagai pelatih PSGC yang sukses dengan ikut serta dalam Liga 2 Indonesia, sehingga segmentasinya mengarah ke komunitas sepakbola yang ada di Kabupaten Ciamis. lebih dominan pada *push marketing* dengan berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat diberikan dorongan untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos paslon HRK yang selalu mensosialisasikan sejumlah alasan yang rasional maupun emosional kepada pemilih untuk bisa memotivasi mereka agar tergerak dan bersedia mendukung HRK, dengan mengeksploitasi keberhasilan-keberhasilan yang telah dicapai oleh HRK selama menjabat anggota DPRD Kabupaten Ciamis periode 2014-2018, dan sebagai pelatih PSGC yang sukses, disertai dengan penawaran program-program baru yang populis dan *up to date* sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kabupaten Ciamis.

Kata Kunci: Marketing Politik, Pemilihan Legislatif, Kabupaten Ciamis.

ABSTRACT

In accordance with the Decision of the Ciamis Regency Election Commission Number: 100 / PL.01.9-Kpt / 3207 / KPU-Kab / VII / 2019 Concerning the Determination of Elected Candidates for Members of the Ciamis Regency Regional Representative Council in the 2019 General Elections, where the Gerindra Party ranks second by obtaining 7 seats, and Heri Rafni Kotari is the first Gerindra Party candidate to get 7500 votes from the Electoral District 1 of Ciamis Regency. With the re-election of Heri Rafni Kotari in the 2019 Legislative Election, the author suspects this is due to the political marketing run by his success team, and the contribution of voluntary activities that are very active in supporting him by participating in socializing his vision and mission to the voters. This research is a descriptive study with a qualitative approach, because it is used to examine natural object conditions, where the researcher is a key instrument.

Data collection techniques used were documentation studies and field studies through interviews with informants related to political marketing Heri Rafni Kotari in the 2019 Legislative Candidate Election.

Based on the results of the study, the data obtained that the victory of HRK in the 2019 Ciamis Regency Legislature, could not be separated from the marketing that was carried out, partly because of his figure who was already known in the community as a successful PSGC trainer by participating in the League 2 of Indonesia, so that the segmentation led to the community. football in Ciamis Regency. more dominant in push marketing by trying to get support through stimulants given to voters. The public was encouraged to go to the voting booths and cast ballots for HRK who always socialized a number of rational and emotional reasons for voters to be able to motivate them to be motivated and willing to support HRK, by exploiting the achievements HRK had achieved while serving as a member of the Ciamis Regency DPRD. the 2014-2018 period, and as a successful PSGC trainer, accompanied by offers of new programs that are populist and up to date according to the needs of the people of Ciamis Regency.

Keywords: Political Marketing, Legislative Election, Ciamis Regency