

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui tentang Strategi *Marketing* Politik Dalam Demokrasi Desa. (Studi Kasus Kemenangan Ahmad Kartoyo Dalam Pemilihan Kepala Desa 2016 Di Desa Pawindan Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menggambarkan Bagaimanakah marketing politik yang dilakukan oleh Ahmad Kartoyo dalam pemilihan Kepala Desa di Desa Pawindan. Adapun teori yang penulis gunakan dalam usulan penelitian ini adalah teori *Marketing* politik. politik oleh Ahmad Nursal yang menggunakan pendekatan marketing politik 3P.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dengan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif dengan tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data dan kesimpulan. Validitas data menggunakan Triangulasi yang dilakukan untuk menjelaskan keabsahan data dengan menggunakan sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

(1) strategi *push marketing* yang dilakukan adalah memilih pemilih, menyiapkan strategi dan promosi. Kampanye dan promosi dilakukan dengan cara kunjungan langsung ke rumah-rumah warga dan ikut berpartisipasi dalam acara organisasi, seperti ikut hadir dalam acara BKMM Majelis Ta'lim;

(2) strategi *pull marketing* yang dilakukan yaitu penggunaan simbol dan *image* yang saling berhubungan, simbol disini yaitu simbol pakaian yang dimana kandidat dan tim sukses nya kompak menggunakan koko kotak-kotak dan mengadakan pengajian dilanjutkan mubaligh di rumah Ahmad Kartoyo, sedangkan *image* nya yaitu dalam Ahmad Kartoyo nya sendiri yang harus memiliki jiwa sosial yang tinggi sehingga masyarakat tertarik kepadanya. Selain itu, mempromosikan lebih luas lagi melalui media sosial dan media cetak;

(3) strategi *pass marketing* yang dilakukan mulai dari pemilihan Tim sukses, kalangan muda sehingga tokoh-tokong yang berperan penting. Sehingga dalam mempromosikan ketika berkampanye setidaknya sudah memiliki banyak perkiraan suara yang didapat nya.

***Kata Kunci : Strategi Politik, Marketing Politik, Demokrasi***