



Strategi Pemasaran Politik Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Sumbawa Tahun 2020

Dedi Supriadi¹, Aldi Apriansyah², Titin Sri Jannah³

^{1,2,3}Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

E-mail: dedi.supriadi@uts.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-05-22 Revised: 2023-06-15 Published: 2023-07-01 Keywords: <i>Strategy; Political Marketing; District Head.</i>	The couple of H. Mahmud Abdullah and Dewi Noviany in the General Election for the Regional Head of Sumbawa Regency in 2020. The method used in this research is a qualitative method with a case study research model, while the data collection technique uses three stages, namely observation in-depth interviews, and documentation or study literature related to the problem to be studied. The results of this study show the strategy used by the couple H. Mahmud Abdullah and Dewi Noviany in 2020 Sumbawa Regency Regional election, the results of the research show that this pair uses a political marketing strategy by implementing the fourth 4P (Product, Promotion, Price, Place) This strategy was very effective in bringing this pair to the position of regional head of the Sumbawa district in 2020.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-05-22 Direvisi: 2023-06-15 Dipublikasi: 2023-07-01 Kata kunci: <i>Strategi; Pemasaran Politik; Kepala Daerah.</i>	Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany pada pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Sumbawa tahun 2020. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan model penelitian studi kasus, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan tiga tahapan yakni obserpasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau studi pustaka berkaitan dengan permasalahan yang ingin diteliti. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran politik yang digunakan pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany pada pemilihan umum Kabupaten Sumbawa tahun 2020, hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan ini menggunakan strategi pemasaran politik dengan menerapkan 4P (<i>Product, Promotion, Price, Place</i>) ke empat strategi ini sangat efektif mengantarkan pasangan ini menduduki jabatan kepala daerah kabupaten Sumbawa tahun 2020.

I. PENDAHULUAN

Pemilihan Umum Kepala Daerah secara serentak yang berlangsung pada tanggal 09 Desember 2020 mengantar pasangan Drs. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd, M.Pd menjadi bupati dan wakil bupati Kabupaten Sumbawa masa bakti 2020-2024. Terdapat lima kandidat atau pasangan calon yang akan bersaing untuk dapat memperoleh suara terbanyak, diantaranya: H. M. Husni Djibril, B.Sc dan DR. H. Muhammad Ikhsan, M.Pd dengan nomor urut 1 dengan partai pendukung dari PKB, PDIP, dan PAN, Nurdin Ranggabarani, SH., MH., dan H. Burhanuddin Jafar Salam, SH. Mh dengan nomor urut 2 dengan partai pendukung dari PPP dan Domokrat, Ir. Talifuddin, M.Si., dan Sudirman, S.IP yang merupakan Paslon perseorangan ini mengantongi 30.223 dukungan dengan nomor urut 3, Drs. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd, M.Pd dengan nomor urut 4 dengan partai pendukung dari Golkar, Nasdem, PKS, dan Ir. H. Syarafuddin Jarot, M.P dan Ir. H. Mokhlis, M.Si dengan nomor urut 5 dengan partai pen-

dukung dari Gerindra, Berkarya, Hanura, dan PKPI.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat metode pemasaran politik apa saja yang digunakan oleh pasangan ini dalam memenangkan kontestasi politik di Kabupaten Sumbawa, berkaitan dengan itu penulis mencoba menggandengkan dengan teori marketing politik yang digagas oleh Firmansyah 2012 didalam bukunya yang dipopulerkan Neil-Borden pada 1950, dalam proses Political Marketing digunakan penerapan 4P bauran marketing, yaitu:

1. Produk (product) berarti partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas ideologi. Baikdimasalah maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.
2. Promosi (promotion) adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang di mix sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media perlu dipertimbangkan.

3. Harga (Price), mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologi semisalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan Negara.
4. Tempat (place) Tempat berkaitan erat dengan cara hadir dan distribusi pesan dari kandidat ke masyarakat sebagai pemilih. Partai politik dan kandidat mendistribusikan pesan dengan cara kunjungan ke daerah-daerah tertentu dan juga tempat-tempat seperti pasar tradisional (Firmanzah, 2012:211).

Dari empat metode yang disampaikan oleh Firmansyah maka penulis mencoba menganalisis bagaimana bagaimana strategi pemasaran politik yang dilakukan oleh pasangan ini dalam memperoleh suara terbanyak dan mengantarkan mereka pada kursi kedudukan menjadi kepala daerah Kabupaten Sumbawa pada tahun 2020.

II. METODE PENELITIAN

Dilihat dari objek dan metode analisis yang digunakan, maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang berfokus pada Strategi Pemasaran Politik pasangan Drs. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany, S.Pd, M.Pd Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Sumbawa Tahun 2020. Informan adalah orang yang dipercaya menjadi informasi oleh peneliti yang akan memberikan informasi secara detail untuk melengkapi data yang ada pada peneliti.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap yakni *observasi* dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan hasil penelitian yang optimal *wawancara* mendalam dengan informan yang diyakini memiliki kompetensi atas masalah yang diteliti diantaranya para relawan dan tim sukses, sedangkan yang ke tiga adalah studi dokumentasi dimana data yang didapat secara tidak langsung, baik berupa dokumen, arsip, buku-buku, artikel dan beberapa sumber dari internet sebagai pendukung penelitian ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Politik H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sumbawa Tahun 2020 dengan menggunakan 4 P.

1. H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany Sebagai Prodak Politik

Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany hadir menjadi prodak politik pada Pemilihan kepala Daerah di Kabupaten Sumbawa pada tahun 2020 karena didukung oleh beberapa hal, diantaranya:

- a) Didukung oleh partai politik
- b) Memiliki relawan dan masa pendukung
- c) Dan didukung oleh elit-elit politik local

Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany memiliki tiga partai pengusung yang kuat dan memiliki pengaruh besar, yaitu PKS, NasDem, dan Golkar. Selain ketiga partai pengusung tersebut, pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany juga memiliki partai pendukung yaitu PBB yang sudah memiliki jaringan disemua line. Selain itu, pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany beserta para tim juga telah membangun dan memiliki beberapa sayap-sayap relawan yang diharap mampu membangun jaringan sampai ke tingkat bawah. Seperti yang disimpulkan oleh ketua umum tim relawan yang menyebutkan bahwa:

"Kami para tim juga telah membangun beberapa sayap-sayap relawan, diantaranya seperti Perempuan Gemilang, Jaguar, Bawa Maras, Laba-Laba, Putri Semaris, Muslimah Gemilang, Garda ZR, dan lain-lain. Sayap relawan ini terbangun ditingkat kabupaten dan diharapkan masing-masing sayap relawan mampu membangun jaringan sampai tingkat bawah, baik tingkat desa, dusun, dan lain-lain" (wawancara dengan Chandra Wijaya Rayes, 24 April 2022).

Hal yang sama disampaikan oleh partai pengusung yaitu Sekertaris DPD partai Golkar menyebutkan bahwa:

"Disamping kita mensosialisasikan visi misi pasangan calon, kemudian dibentuk juga tim khusus perempuan seperti sayap-sayap relawan dari kalangan perempuan seperti perempuan gemilang yang khususnya bermain dikalangan perempuan" (wawancara dengan Abdul Hakim, 17 Mei 2022).

Perempuan gemilang merupakan induk dari sayap-sayap relawan khusus untuk

pemilih perempuan dan terbentuk di 24 kecamatan, adalah cabang relawan khusus perempuan misalnya, relawan bidadari, putri semaris, dan muslimah gemilang yang awalnya bernama cadar gemilang khusus untuk para perempuan-perempuan yang memakai cadar. Selain terbentuknya sayap-sayap relawan yang diperuntukkan khusus untuk perempuan, terdapat juga sayap relawan campuran antara laki-laki dan juga perempuan seperti jaguar, bawa maras, garda depan, ZR, Laba-laba, payung kobar, angkatan muda gemilang, generasi muda gemilang dan panzer. Dari setiap kelompok relawan sebenarnya tidak ada perbedaan, hanya saja berbeda nama dan tentunya para relawan berkumpul serta membuat relawan sesama grup agar mudah saling komunikasi dan berkoordinasi.

2. Model Promosi H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany

Pada pilkada Kabupaten Sumbawa Tahun 2020 ada beberapa cara yang dilakukan pasangan calon dan tim sukses untuk menyampaikan dan merealisasikan gagasan-gagasan politik yang mereka miliki, salah satunya dengan melakukan kampanye dan memasang sepanduk sebagaimana diatur oleh KPU. Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany juga melakukan kunjungan langsung kepada masyarakat agar dapat mengetahui apa yang diinginkan serta yang dibutuhkan oleh masyarakat dan dapat merasakan apa keluhan-keluhan yang dirasakan juga oleh masyarakat. Sekertaris DPD partai Golkar menyebutkan bahwa:

"Melakukan kampanye bersamaan bersama partai penggusung lain, dan untuk kampanye sendiri kita menggunakan kampanye terbuka dan kampanye idalogis terbatas. Jadi ada kita lakukan kampanye dilapangan kemudian ada kampanye didesa-desa, turun langsung ke desa-desa atau door to doorkemudian memberikan cendera mata seperti jilbab yang menjadi ciri khas pasangan calon" (wawancara dengan Abdul Hakim, 17 mei 2022).

Hal yang sama disampaikan oleh sekertaris umum partai PKS sebagai partai penggusung pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany menyebutkan bahwa:

"Disisi lain kita sebagai partai politik juga menggunakan cara-cara kita sendiri, termasuk didalamnya melakukan direct

selling, door to door, kemudiandengan membagikan selebaran seperti pamphlet selain dari ikut kampanye terbuka pasangan calon sendiri" (wawancara langsung dengan Hamzan Wadi, 23 mei 2022).

Dengan demikian, pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany mampu berbaur dengan masyarakat dan dikenal langsung bagaimana dan seperti apa pasangan kandidat yang akan bersaing untuk memimpin masyarakat nantinya. Sehingga dengan modal tersebut pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany dapat melekat dihati masyarakat, selain dengan adanya beberapa modal kekuasaan. Dalam pelaksanaan pilkada, ketika dalam masa kampanye Dewi Noviany mendapatkan beberapa kendala karena maju sebagai satu-satunya kandidat perempuan, selain dari Dewi Noviany kendala juga datang dari H. Mahmud Abdullah sendiri. Melihat fisik dan situasi H. Mahmud Abdullah masyarakat banyak yang meragukan kinerjanya, mengingat usia dan juga fisik H. Mahmud Abdullah sendiri yang sudah tua. Namun para tim berusaha meyakinkan masyarakat meski fisik dari H. Mahmud Abdullah yang sudah tua, nantinya tidak akan mempengaruhi kinerja dari Bupati. Karena disamping itu pasangan H. Mahmud Abdullahbalance oleh sosok wanita milenial, sehingga dengan demikian para tim mampu mengambil kembali kepercayaan dari masyarakat.

3. Dukungan Finansial dan Citra politik

Price atau harga mencangkup banyak hal, mulai dari ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencangkup semua biaya yang dikeluarkan oleh partai selama kampanye, harga psikologis mencangkup pada harga psikologi misalnya pemilih merasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain, sedangkan harga citra nasional sendiri erat kaitannya dengan rasa aman apakah pemilih merasa kandidat yang akan mereka pilih dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan. Namun pada dasarnya price dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dapat memberikan hasil yang memuaskan baik untuk pasangan calon, tim, maupun untuk seluruh pendukung.

Dalam melaksanakan kegiatan, baik itu kegiatan kerohanian, sosialisasi maupun kegiatan dalam pelaksanaan kampanye tentu modal atau biaya itu sangat di butuhkan

dan tidak dapat dipungkiri, baik itu berupa modal materi untuk kebutuhan makan dan transportasi, modal karir dan kekuasaan, maupun tingkat keagamaan itu menjadi modal tambahan tersendiri bagi pasangan calon kandidat. Pasangan calon kandidat pada pilkada Kabupaten Sumbawa ini dapat dikatakan memiliki cukup modal besar untuk memenangkan pilkada Kabupaten Sumbawa, baik itu modal materi, pendidikan, politik, hingga agama. Seperti yang diketahui, Dewi Noviany merupakan mantan seorang guru sehingga banyak mantan-mantan guru dan mantan murid yang pernah diajar yang sudah bisa ikut pemilihan, sedangkan H. Mahmud Abdullah sendiri pernah menjabat sebagai mantan SEKDA dan mantan wakil bupati pada periode sebelumnya, dan untuk pengalaman sudah tidak perlu diragukan lagi.

Selain itu, pasangan ini juga memperoleh dukungan yang besar dari beberapa tokoh agama karena H. Mahmud Abdullah sendiri merupakan sosok yang sangat disegani karena selalu menyempatkan diri untuk ikut sholat berjamaah di masjid. Seperti yang disampaikan langsung oleh Direktur Mahmud Abdullah Institut yang menyebutkan bahwa:

"Sosok H. Mahmud Abdullah adalah sosok yang matang dan secara birokrasi juga kuat, H. Mahmud Abdullah sendiri sudah ikut serta dalam dunia politik mulai dari posisi paling bawah hingga menjabat sebagai SEKDA hingga menjabat Wakil Bupati dan terkenal religius, karena selalu ikut sholat berjamaah dengan masyarakat dan petua-petua lainnya. Karena selama ini pemimpin Sumbawa jarang yang ikut sholat berjamaah di masjid, sehingga masyarakat bisa memantau bagaimana sosok pemimpinnya". (Wawancara dengan Yahandra Muslimin, S.AP, 23 April 2022).

Sedangkan modal politik yang sangat berpengaruh pada pasangan ini adalah dengan memiliki hubungan kekeluargaan dengan Gubernur NTB, seperti yang diketahui bahwa Dewi Noviany merupakan adik kandung dari Gubernur NTB (Dr. H. Zulkieflimansyah) Sehingga tidak dapat dipungkiri ini menjadi salah satu pengaruh besar terhadap pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany

4. Lokasi Kampanye

Pasangan ini juga menjadi pelopor dalam melakukan kunjungan dan sosialisasi pada masyarakat seperti jika terjadi bencana alam

maka pasangan ini harus menjadi orang pertama yang hadir di lapangan dan menjadi orang yang pertama yang ada di tengah-tengah masyarakat untuk sama-sama berempati dan juga merasakan beban apa yang dirasakan oleh masyarakat. Cara tersebut dilakukan untuk menarik minat masyarakat agar mau menjadi bagian untuk memenangkan pasangan nomor urut tiga ini. Dengan demikian tercipta hubungan emosional yang kuat dari masyarakat dan ikut menjadi menjadi bagian untuk memenangkan pilkada Kabupaten Sumbawa tahun 2020. Seperti yang disampaikan langsung oleh kandidat perempuan yang menyebutkan bahwa:

"Kita turun langsung ke lapangan dan bertemu langsung dengan masyarakat, mendengarkan keluhan masyarakat sehingga lebih kena di hati, jiwa, dan perasaan masyarakat. Jadi bukan hanya tim ataupun relawan yang turun tapi kami yang bertemu langsung dengan masyarakat" (Wawancara dengan Dewi Noviany, 27 April 2022).

Selain itu juga, pada tahap berjalannya kampanye, pemilihan, dan lain sebagainya tentu pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany mendapatkan berbagai tantangan, salah satunya naik turunnya perolehan suara di beberapa daerah. Seperti yang diketahui pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany terlihat kalah di beberapa kecamatan dan meraih kemenangan di beberapa kecamatan pula, Seperti yang disampaikan Dewi Noviany dalam wawancarnya mengatakan:

"Ada beberapa factor yang mempengaruhi kekalahan kami, yaitu kalah di wilayah bagian timur karena kami bukan orang wilayah timur, karena ada beberapa kandidat yang berasal dari wilayah timur. Ada istilah bela balis, jadi bela barisnya masih sangat kuat dan kental" (wawancara langsung dengan Dewi Noviani, 27 April 2022).

Untuk Merubah beberapa tempat yang menjadi zona merah, para tim berupaya mencari apa yang menjadi kelemahan mengapa pada zona tersebut menjadi zona merah. Para tim juga melakukan beberapa metode untuk mempengaruhi bagaimana merubah zona merah tersebut menjadi zona kuning bahkan menjadi zona hijau. Seperti yang telah disampaikan dalam wawancara oleh ketua tim pemenang bahwa pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany

menang di beberapa kecamatan yang mayoritas penduduknya banyak dan pemilihnya besar.

Yang dimaksudkan Zona merah, Zona kuning dan zona hijau disisi yaitu daerah-daerah atau lokasi yang menjadi tempat-tempat kekalahan dan kemenangan bagi pasangan calon H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany. Zona merah sendiri merupakan Daerah atau titik kekalahan terbesar bagi pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany. Zona kuning sendiri merupakan tempat atau titik yang menjadi lokasi bukan tempat kekalahan ataupun kemenangan calon kandidat, melainkan memperoleh suara yang seimbang. Sedangkan zona hijau sendiri merupakan daerah atau titik yang menjadi lokasi kemenangan pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany pada pilkada Kabupaten Sumbawa tahun 2020.

Adapun beberapa lokasi yang menjadi zona merah bagi pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany seperti moyo hilir menjadi salah satu Kecamatan yang awalnya menjadi zona merah, Alas Barat, dan Kecamatan Lopok juga menjadi daerah zona merah yang kemudian zona-zona merah tersebut mampu diubah dan menjadi zona hijau atau zona kemenangan oleh para tim. Namun seperti di wilayah timur kita lebih banyak mengambil posisi kedua karena dari wilayah timur sendiri terdapat dua pasangan calon yang berasal dari wilayah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisa diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa tim bersama pasangan calon melakukan kolaborasi dengan baik untuk dapat memenangkan pilkada Kabupaten Sumbawa tahun 2020. Terbukti dengan cara dan strategi yang telah dilakukan pada masa kampanye sehingga dengan mudah untuk merangkul hampir seluruh suara dan aspirasi masyarakat serta dapat merasakan dan mengetahui apa saja yang menjadi keinginan dari masyarakat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, serta yang dilandasi oleh teori Strategi politik yang dikemukakan oleh piter Schroder dan juga pemasaran politik oleh Niffenegger. Menurut Niffenegger, pemasaran politik menggunakan penerapan 4P marketing, yaitu Product,

Promotion, Price dan Place, Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Pertama, H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany Sebagai Prodak Politik karena menjadi pasangan calon kandidat yang mewakili kesetaraan jender dan maju pada pilkada. Pasangan yang memiliki *tagline* "*Sumbawa Gemilang yang Berkeadaban*", dan ini menjadi salah satu gagasan dan kekuatan bagi pasangan calon dan tim karena memiliki pengaruh besar terhadap pemilih, ini yang berusaha di pasarkan oleh tim kepada masyarakat. Selain itu, para tim tidak henti-hentinya melakukan terobosan dalam hal memperbanyak link.

Salah satu terobosan yang telah dibentuk oleh tim dan pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany yaitu menggunakan metode *door to door*, selain mengikuti sistem melakukan kampanye secara langsung. Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany juga memiliki tiga partai pengusung yang kuat dan memiliki pengaruh besar, yaitu PKS, NasDem, dan Golkar, Selain ketiga partai pengusung tersebut, pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany juga memiliki partai pendukung yaitu PBB. Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany beserta para tim juga telah membangun dan memiliki beberapa sayap-sayap relawan yang telah dibentuk ditingkat kabupaten dan diharapkan mampu membangun jaringan sampai ke tingkat bawah. Sayap-sayap relawan diantaranya seperti Perempuan Gemilang, Jaguar, Bawa Maras, Laba-Laba, Putri Semaris, Muslimah Gemilang, Garda ZR, dan lain-lain.

Kedua, Model Promosi H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany yaitu menyampaikan atau merealisasikan gagasan-gagasan politik yang mereka miliki kepada masyarakat dengan cara melakukan kunjungan langsung kepada masyarakat, metode tersebut digunakan untuk menyampaikan dan merealisasikan gagasan-gagasan politik yang mereka miliki, serta dapat mengetahui apa yang telah diinginkan serta apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan juga dapat merasakan apa keluhan-keluhan yang dirasakan oleh masyarakat.

Ketiga Dukungan Finansial dan Citra politik sendiri dapat diartikan sebagai upaya-upaya yang dilakukan para tim dan pasangan calon sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan. Seperti yang diketahui, Dewi Noviany merupakan mantan seorang guru sehingga banyak mantan- mantan guru dan mantan

murid yang pernah diajar yang sudah bisa ikut pemilihan, sedangkan H. Mahmud Abdullah sendiri pernah menjabat sebagai mantan SEKDA dan mantan wakil bupati pada periode sebelumnya.

Keempat, Lokasi kampanye dan penempatan untuk menyampaikan atau mendistribusikan pesan dan gagasan-gagasan politik yang dimiliki kepada masyarakat agar mendapat kepercayaan dari masyarakat. Pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany mampu mengambil hati masyarakat dengan cara berbaur dengan masyarakat, bukan hanya tim pemenang ataupun tim relawan yang turun namun H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany sebagai calon kandidat juga ikut turun langsung mengunjungi masyarakat. Sehingga dengan demikian tercipta hubungan emosional yang kuat.

Ketika ada kejadian-kejadian khusus seperti bencana dan sebagainya pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany atau para timnya harus menjadi orang pertama yang ada di lapangan dan menjadi orang yang pertama yang ada di tengah-tengah masyarakat untuk sama-sama berempati dan juga merasakan beban apa yang dirasakan oleh masyarakat. Dengan demikian pasangan H. Mahmud Abdullah dan Dewi Noviany mampu mengambil hati masyarakat agar bisa menarik masyarakat menjadi bagian dari pasangan calon kandidat untuk memenangkan pilkada Kabupaten Sumbawa tahun 2020.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Strategi Pemasaran Politik.

DAFTAR RUJUKAN

Abd.Halim, *Politik Lokal; Pola, Aktor & Alur Dramatisasinya*. (Yogyakarta: LP2B, 2014)

Bagchi, A. K. 1995, 'Introduction Democracy and Development: Heritage, Aspirations and Reality', in *Democracy and Development*, ed. A. K. Bagchi, Macmillan Press Ltd, Hampshire and London, pp. xvii-xlvi.

Barry, B. 1992, 'Is Democracy Special?', in *Democracy: Theory and Practice*, ed. J. Arthur, Wadsworth Publishing Company, Belmont, pp. 59-66.

Conyers, D. 1984, 'Decentralization and Development: A Review of Literature', *Public Administration and Development*, vol. 4, pp. 187-197.

Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan dan Marketing politik* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010).

Firmanzah. 2012. *Marketing Politik. Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern.

Levy, F. & Truman, E. M. 1971, 'Toward A Rational Theory of Decentralization: Another View', *The American Political Science Review*, vol. 65, no. 1, pp.172-179. Available from: [21 October 2005].

Mongilala, Andika *marketing politik, Teori Marketing Politik* (Firmanzah, 2008: 211) 6 September 2010 in Uncategoizwd.

Nanang Krisdinanto, "Pierre Bourdieu, Sang Juru Damai", *Jurnal KANAL*, Vol. 2 No. 2 (Maret 2014).

Nurfitriani, Hamrun dan Ahmad Taufik *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 5(2):2017 (71-78)

Pierre Bourdieu, *Modal politik, dalam bukunya The Forms of Capital* (1986)

Piter Schorder, *Strategi Politik*, (Jakarta: Nomos baden-baden, 2000), 8.

Piter schroder, *strategi politik*, jakarta: Frederick-Nauman fuer die Freiheit, 2003, hlm 5.

Piter schroder.2009, *strategi politik edisi Revisi untuk pemilu 2009*, Friedrich

Naumann sftung Fur die Freiheit, Indonesia halaman 5.

Soekanto (2012) www.Pengertian-peran-menurut-beberapa.ahli.com diakses tanggal 29November 2021.

Ulfatin Nurul, Instrumen penelitian, Malang: international jurnal of learning and Development 59-64, 2014

Undang-Undang:

Undang-Undang No.23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan

[https://pilkada2015.kpu.go.id/sumbawakab/form_db1 di publis 2015](https://pilkada2015.kpu.go.id/sumbawakab/form_db1_di_publis_2015)

[https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11436-Full Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11436-Full_Text.pdf) diakses oleh A.Nurul Hidayat pada 2020

[https://kpu-](https://kpu-sumbawakab.go.id/berita/id/229/337-665-dps-pilkada-sumbawa-2020.html)

[sumbawakab.go.id/berita/id/229/337-665-dps-pilkada-sumbawa-2020.html](https://kpu-sumbawakab.go.id/berita/id/229/337-665-dps-pilkada-sumbawa-2020.html) diakses pada Rabu, 09 september 2020

[http://www.Kpu-](http://www.Kpu-Sumbawakab.go.id/12/2020/pengumuman-LHKPN-paslou-2020)

[Sumbawakab.go.id/12/2020/pengumuman-LHKPN-paslou-2020](http://www.Kpu-Sumbawakab.go.id/12/2020/pengumuman-LHKPN-paslou-2020)