

ABSTRAK

Oksari Anastasya Sihaloho. NIM.3123111058. “Marketing Politik Dalam Pemilukada Kota Pematangsiantar (Studi Kasus Strategi Pemasaran Politik Pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah Dalam Pemilukada Kota Pematangsiantar Tahun 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui design marketing politik yang digunakan dalam strategi pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah di Pilkada Kota Pematangsiantar Tahun 2017. Fokus penelitian ini adalah mengetahui design marketing politik dalam strategi pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah pada pilkada Kota Pematangsiantar tahun 2017. Adapun metode dalam penelitian yang digunakan peneliti adalah Penelitian kualitatif. Penelitian ini bersifat penggambaran keadaan secara naratif (kata-kata) apa adanya.. Adapun hasil penelitian ini adalah ingin melihat design Marketing Politik digunakan pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah yang terdiri dari 4P yakni Produk,Promosi,Harga dan Penempatan. Produk politik pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah masih mengandalkan produk politik yang hampir sama dengan periode lalu dengan visi, misi menuju Siantar Mantab, Maju dan Jaya. Promosi yang dilakukan pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah sedikit berbeda dengan pasangan lainnya yakni dengan lebih intensif melakukan kunjungan *door to door* tanpa melakukan kampanye terbuka di lapangan dengan pengerahan massa besar-besaran. *Price* yang dihabiskan pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah adalah yang terbesar dari pasangan-pasangan lainnya. Dari sisi Place (penempatan) pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah menjadikan diri sebagai sahabat semua kalangan, mulai dari pedagang dan Hefriansyah mewakili *figur* pengusaha muda di Kota Pematangsiantar. Segmentasi pasangan Hulman Sitorus dilakukan oleh tim pemenangannya saja tanpa melibatkan konsultan politik. *Positioning* yang dilakukan masih mengandalkan figur Hulman Sitorus dan *Targeting* pasangan ini yakni para pegawai dan pedandang.

Kata Kunci : Marketing Politik, Produk Politik, Promosi, Harga dan Place (Penempatan)