

INTISARI

Pemilihan umum menjadi arena untuk aktor politik bersaing mendapatkan suara demi mendapatkan jabatan publik. Demokrasi terbuka menuntut aktor politik tersebut bersaing bukan hanya dengan aktor diluar partai tetapi sesama partai. Skripsi ini membahas tentang strategi kampanye Andika Pandu Puragabaya bersama tim suksesnya dalam mendapatkan kursi di DPR-RI melalui kontestasi politik Pemilu Legislatif (Pileg) tahun 2014 daerah pemilihan D.I.Yogyakarta. subyek-subyek dalam penelitian ini adalah aktor dan faktor yang mendukung dan menghambat kemenangan Andika Pandu Puragabaya dalam mendapatkan jabatan publik tersebut termasuk calon-calon sesama partai.

Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *Bagaimana strategi kampanye kemenangan Andika Pandu Puragabaya dalam Pemilu Legislatif 2014 di Dapil D.I. Yogyakarta?* Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data primer dalam penelitian diperoleh melalui wawancara dan data sekunder diperoleh dengan teknik dokumentasi. Data-data tersebut kemudian dikumpulkan dan dianalisis dengan teknik kualitatif. Sebagai pisau analisa, penulis menggunakan teori strategi kampanye politik yang mencakup perencanaan, pelaksanaan hingga hasil akhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye politik yang digunakan oleh Andika Pandu Puragabaya dan tim suksesnya cukup berhasil diterapkan di dapil D.I.Yogyakarta. Andika Pandu Puragabaya menerapkan strategi kampanye *people-to-people* dengan memberdayakan jaringan internal Gerindra dan jaringan eksternal partai. Di jaringan internal Andika Pandu Puragabaya memanfaatkan mesin politik yang ada di DPD dan DPC sedangkan di jaringan eksternal jaringan SAR D.I.Yogyakarta menjadi jaringan penting dalam kemenangan Andika Pandu. Strategi komunikasi ketokohan menjadi strategi kedua yang digunakan, dengan membentuk *image* bahwa Andika Pandu adalah aktor politik yang mendukung ‘wong cilik’. Strategi terakhir yang digunakan adalah strategi kampanye massa tidak lang yang menggunakan media. Melakukan sosialisasi dan menarik konstituen dengan berbagai media massa dan alat peraga kampanye yang *useful*.

Ketiga strategi tersebut mampu untuk menghadirkan kursi DPR-RI ke pangkuan Andika Pandu Puragabaya. Dengan jumlah perolehan suara sebesar 72.290 suara yang tersebar di beberapa daerah di Dapil D.I.Yogyakarta. Perolehan tersebut berasal dari kota Yogyakarta 5,191 suara, kabupaten Bantul 15,789 suara, kabupaten Kulon Progo 8,552 suara, kabupaten Sleman 23,758 suara dan kabupaten Gunung Kidul 19,010.

Kata Kunci : strategi kemenangan, tim sukses, partai politik

ABSTRACT

Elections became the arena for competing political actors getting votes for public office. 'Open democracy system' demands that political actors compete not only with outside party actors but fellow parties. This thesis discusses Andika Pandu Puragabaya campaign strategy with its success team in getting seat in DPR-RI through political contestation of Legislative Election (Pileg) in 2014 D.I.Yogyakarta election area. the subjects in this study are the actors and factor who support and inhibit the winner of Andika Pandu Purgabaya in getting the public office including candidates fellow party.

Thus, the formulation of the problem in this research is how the "campaign strategy of winning Andika Pandu Puragabaya in Legislative Election 2014 in Dapil D.I. Yogyakarta?" This study used descriptive qualitative method. Primary data in research obtained through interview and secondary data obtained by documentation technique. The data are then collected and analyzed by qualitative techniques. As a knife of analysis, the author uses political campaign strategy that includes planning, implementation and final results.

The results of this study indicate that the political campaign strategy used by Andika Pandu Puragabaya and his success team is quite successfully applied in D.I.Yogyakarta election area. Andika Pandu Puragabaya implements a 'people-to-people' campaign strategy by empowering Gerindra's internal network and external party networks. In the internal network Andika Pandu Puragabaya exploit the political machine in DPD and DPC while in the external network of D.I.Yogyakarta SAR network becomes an important network in winning Andika Pandu. Characteristic communicating strategy became the second strategy that used, by forming the image that Andika Pandu is a political actor supporting 'wong cilik'. The last strategy that used is a non-direct mass campaign strategy that uses the media. Socialize and attract constituents with a variety of mass media and useful campaign props.

All three strategies are able to present the seat of the House of Representatives to the lap Andika Pandu Purgabaya. With a total vote of 72,290 votes spread in several areas in D.I.Yogyakarta election area. The acquisition comes from the city of Yogyakarta 5,191 votes, Bantul regency 15,789 votes, Kulon Progo regency 8,552 votes, Sleman district 23,758 votes and Gunung Kidul regency 19,010.

Keywords: *winning strategy, successful team, political party*