



ABSTRAK

Strategi pemenangan pemilihan umum adalah salah satu esensi dalam ilmu politik. Esensi dalam politik, yaitu *struggle-for-power*, ditangkap dalam momen ini. Momen dimana pihak-pihak berlomba, menggunakan cara-cara mereka untuk memenangkan pemilu, mendapatkan kekuasaan. Tujuan dari riset ini adalah untuk menjelaskan fenomena perebutan kekuasaan itu, dalam konteks demokrasi, yaitu melalui sisi strategi kampanye dalam pemilihan umum. Tujuan itu kemudian difokuskan untuk melihat bagaimana strategi kampanye Partai *Likud*, di Israel, untuk memenangkan pemilihan umum pada Januari 2013 lalu.

Hasilnya, dengan asumsi dasar bahwa karakter partai politik dapat digunakan sebagai basis kampanye, ditemukan bahwa Likud menggunakan karakter mereka sebagai basis strategi kampanye untuk pemilihan umum 2013. *Likud* menggunakan karakter mereka, yaitu Revisionis-Zionisme yang kemudian diolah dalam proses *political-marketing* sebagai strategi kampanye. Revisionis-Zionisme, satu-satunya varian dari Zionisme yang memberikan perhatian khusus pada pertahanan dan keamanan Israel, ditransformasikan menjadi pesan kampanye. Dari ide *The Iron Wall* dalam Revisionis-Zionisme sebagai solusi perdamaian di Israel, disederhanakan menjadi pesan yang berdasarkan pada kata *hazak* (Ibrani, kuat).

Kata kunci: Strategi Pemilu, *Political-Marketing*, Revisionis-Zionisme, *Likud*.



ABSTRACT

Political campaign strategy is one of the essential parts in political science. Struggle for power, which is the essence of politics is reflected from this phenomenon that depicts people struggling and using their own ways to win an election to obtain political power. The purpose of this research is to describe struggle for power within the context of democracy through political campaign strategy. This research will emphasize and focus on Likud Party's strategy to win Israeli Election in 2013.

On the assumption that the character of political party can be used as political campaign basis, Likud is also found to take advantage of their own character as strategy in the 2013 general elections. Likud's character, Revisionist-Zionism, was used under the concept of political-marketing as a campaign strategy, and so became the sole variant of Zionism which concerned on Israeli defense and security. It was transformed and simplified into a campaign message called '*hazak*' (Hebrew: strong), which derived from the idea of "The Iron Wall" in Revisionist-Zionism as the solution to bring peace in Israel.

Keywords: Election Strategy, Political Marketing, Revisionist-Zionism, Likud.