

ABSTRAK

Nama : Imam Alfian Kadir
NPM : 2018960037
Judul : Msrketing Politik Maurits Mantiri Dan Hengky
Honandar Pada Pemilihan Walikota Bitung

Pembimbing : Dr. Fal. Harmonis, M.Si

Ringkasan :

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Marketing Politik Maurits Mantiri Dan Hengky Honandar Pada Pemilihan Walikota Bitung. Teori yang digunakan adalah Marketing Politik *Pull strategi*. Strategi ini merupakan penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media massa, baik itu elektronik ataupun cetak. Teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada 2 Narasumber Kunci, 2 narasumber dari Tim Pemenangan dan 1 narasumber pakar komunikasi politik sebagai keabsahan data dan didukung dokumen dan referensi dari buku-buku, surat kabar/majalah dan informasi lain dari internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Maurits Mantiri Dan Hengky Honandar dan Tim memenangkan pemilihan umum kepala daerah dengan strategi marketing politiknya yang sangat sederhana, yaitu strategi bunga teratai. Strategi Bunga Teratai ini digunakan untuk pendistribusian pesan politik guna penyampaian produk politik dan memberikan keharuman. Selain itu bunga teratai juga memberikan citra kecemerlangan tokoh di atas air. Hal ini sangat penting sebagai faktor yang mendasar dalam komunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan kampanye dan dukungan elektoral dari khalayak pemilih.

Kata Kunci : *Pemilihan Umum, marketing, Bunga Teratai, Pull Strategi, Media Elektronik*

Referensi : *17 Buku + 3 Jurnal + 1 Undang-undang + 2 Internet*

ABSTRACT

Name : Imam Alfian Kadir
NPM : 2018960037
Title : Political Marketing Maurits Mantiri And Hengky
Honandar In Bitung Mayor Election
Supervisor : Dr. Fal Harmonis, M.Si
Summary :

This study aims to analyze the Political Marketing of Maurits Mantiri and Hengky Honandar in the Bitung Mayor Election. The theory used is a political communication marketing Pull strategy. This strategy is the delivery of political products by utilizing mass media, be it electronic or print. The technique of collecting data is through interviews with 2 key informants, 2 resource persons from the Winning Team and 1 expert speaker on political communication as the validity of the data and supported by documents and references from books, newspapers/magazines and other information from the internet. The results showed that Maurits Mantiri Dan Hengky Honandar and Tim won the regional head election with a very simple political marketing strategy, namely the lotus flower strategy. This Lotus Flower strategy is used for the distribution of political messages in order to deliver political products and provide fragrance. In addition, the lotus flower also gives the image of the brilliance of the character on the water. This is very important as a fundamental factor in political communication, especially with regard to campaigns and electoral support from the electorate.

Keywords : General Election, Marketing Politics, Lotus Flower, Pull Strategy, Electronics Media

Reference : 17 Books + 3 Journals + 1 Law + 2 Internet