

Abstract

Sungai Penuh City is a solid city with a political dynasty that was built in 2010 when Asafri Jaya Bakri (AJB) was elected as Mayor. In 2020 the Regional Head Elections were held again, AJB could not run for re-election because he had served as Mayor twice so that AJB's son, Fikar Azami, who advanced in the contestation but failed in the contestation. The elected Mayor and Deputy Mayor of Sungai Penuh in 2020 are the Ahmadi Zubir and Alvia Santoni couples who are not part of the Sungai Penuh political dynasty. This study aims to determine the political marketing strategies and approaches taken by the Ahmadi Zubir and Alvia Santoni Pairs so that they can win the 2020 Regional Head Election contestation against the Fikar Azami and Yos Andrino Pairs who have political establishment and come from a solid political dynasty in Sungai Penuh. Using qualitative research methods using political marketing theory and political marketing management. Analyzed using 4P political marketing theory, namely product, promotion, price and placement. (1) The product of the Ahmadi Zubir and Alvia Santoni pair, namely having a vision, mission and work program that is in accordance with the needs of the community, (2) Promotion by using massive media and having a solid and systematic success team in approaching the community, (3) Price with minimal use of material resources but with maximum results, (4) Placement by making a good image and being able to place oneself in every level of society. Political marketing approach is carried out by correctly determining targeting, segmentation and positioning so that they can win the election. In conducting this research, it shows that there are other factors that made the election of the Ahmadi Zubir and Alvia Santoni couple apart from the political marketing strategy and political marketing management carried out. The factor is due to the saturation of the Sungai Penuh community towards the political dynasty that has existed so far.

Keywords: *Political Dynasty, Political Marketing Strategy, Elected Mayor and Deputy Mayor of Sungai Penuh*

Intisari

Kota Sungai Penuh merupakan sebuah Kota yang kokoh dengan dinasti politik yang dibangun sejak Tahun 2010 saat terpilihnya Asafri Jaya Bakri (AJB) menjadi Walikota. Pada Tahun 2020 Pilkada kembali digelar, AJB tidak dapat mecalonkan diri kembali karena telah dua kali menjabat sebagai Walikota sehingga anak AJB yaitu Fikar Azami yang maju pada kontestasi namun gagal dalam kontestasi tersebut. Walikota dan Wakil Walikota terpilih Sungai Penuh Tahun 2020 adalah Pasangan Ahmadi Zubir dan Alvia Santoni yang bukan bagian dari dinasti politik Sungai Penuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing politik dan pendekatan seperti apa yang dilakukan oleh Pasangan Ahmadi Zubir dan Alvia Santoni sehingga dapat memenangkan kontestasi Pilkada Tahun 2020 mengalahkan Pasangan Fikar Azami dan Yos Andrino yang memiliki kemapanan politik dan berasal dari dinasti politik yang kokoh di Sungai Penuh. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori marketing politik dan manajemen marketing politik. Dianalisa menggunakan teori marketing politik 4P yaitu produk, promosi, harga dan penempatan. (1) Produk pasangan Ahmadi Zubir dan Alvia Santoni yaitu memiliki visi misi dan program kerja yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, (2) Promosi dengan penggunaan media yang masif dan memiliki tim sukses yang solid dan sistematis dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat, (3) Harga dengan penggunaan sumberdaya materil yang minim namun dengan hasil yang maksimal, (4) Penempatan dengan membuat citra yang baik dan mampu menempatkan diri disetiap lapisan masyarakat. Pendekatan marketing politik yang dilakukan yaitu dengan tepat menentukan *targetting, segmentasi dan positioning* sehingga dapat memenangkan pemilihan. Dalam melakukan penelitian ini, menunjukkan bahwasanya ada faktor lain yang membuat terpilihnya pasangan Ahmadi Zubir dan Alvia Santoni selain karena strategi marketing politik dan manajemen marketing politik yang dilakukan. Factor tersebut ialah karena kejenuhan masyarakat Sungai Penuh terhadap dinasti politik yang berdiri selama ini.

Kata Kunci: Dinasti Politik, Strategi Marketing Politik, Walikota dan Wakil Walikota Terpilih Sungai Penuh