

INTISARI

Kemenangan pasangan Fadhil Arief dan Bakhtiar pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Batang Hari tahun 2020, atas dua pasangan calon kompetitor yang berasal dari afiliasi politik dinasti yang telah lama di Kabupaten Batang Hari. Merupakan Kemampuan kolaborasi serta kerjasama antara pasangan calon dan tim pemenang dalam memanfaatkan celah isu politik dinasti yang menjadi sebuah solusi kongkrit perubahan pada pemilihan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi tim pemenang pasangan Fadhil-Bakhtiar dalam memanfaatkan isu politik dinasti dan bagaimana bentuk pemanfaatan isu tersebut, dengan menggunakan pendekatan teori *marketing* politik pada *aspek pull, push* dan *pass marketing* oleh Adnan Nursal. Pemilihan jenis kualitatif dengan pendekatan deskripsi menjadi pilihan peneliti guna dapat menganalisis lebih mendalam dengan dua sumber data, primer dari hasil wawancara, penelitian lapangan dan skunder dari hasil studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan Fadhil Arief dan Bakhtiar berhasil memenangkan Pilkada Kabupaten Batang Hari 2020 dengan strategi marketing politik yang efektif terhadap isu politik dinasti. Menggunakan strategi *pull marketing*, mereka menarik perhatian masyarakat dengan *tagline* "Arah Baru Batang Hari," dan menawarkan visi, misi, serta program kerja yang menjawab kekurangan pemimpin sebelumnya. Dukungan tokoh agama dan politik (*pass marketing*) serta kampanye langsung yang intensif (*push marketing*) memperkuat posisi mereka. Kombinasi strategi ini berhasil mengubah preferensi pemilih yang jenuh dengan dominasi politik keluarga lama, membuktikan efektivitas marketing politik dalam mengatasi politik dinasti dan memenangkan pemilihan.

Kata Kunci : Pemilihan Kepala Daerah, Strategi Marketing Politik Dan Politik Dinasti.

ABSTRACT

The victory of the couple Fadhil Arief and Bakhtiar in the 2020 Regional Head Election of Batang Hari Regency, over two pairs of competing candidates who came from long-standing dynastic political affiliations in Batang Hari Regency. This is the ability of collaboration and cooperation between candidate pairs and the winning team in exploiting gaps in dynastic political issues to become a concrete solution for change in the election. This research aims to analyze the strategy of the winning team of the Fadhil-Bakhtiar pair in utilizing the issue of dynastic politics and what forms of use of this issue, using a political marketing theory approach in the aspects of pull, push and pass marketing by Adnan Nursal. Choosing a qualitative type with a descriptive approach was the researcher's choice in order to be able to analyze more deeply using two sources of data, primary from interviews, field research and secondary from the results of literature studies. The research results show that the pair Fadhil Arief and Bakhtiar succeeded in winning the 2020 Batang Hari Regency Pilkada with an effective political marketing strategy on the issue of dynastic politics. Using a pull marketing strategy, they attracted the public's attention with the tagline "Batang Hari's New Direction," and offered a vision, mission and work program that answered the shortcomings of previous leaders. Support from religious and political figures (pass marketing) as well as intensive direct campaigns (push marketing) strengthen their position. This combination of strategies succeeded in changing the preferences of voters who were bored with the domination of old family politics, proving the effectiveness of political marketing in overcoming dynastic politics and winning elections.

Keywords: Regional Head Election, Political Marketing Strategy and Dynastic Politics.