

Penggunaan Strategi Kampanye Pemasaran Politik dalam Kemenangan Sadiq Khan pada Pemilihan Walikota London Tahun 2016 = The Use of Political Marketing Campaign Strategy in Sadiq Khan's Victory in the 2016 London Mayoral Election

Satya Azyumar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920557599&lokasi=lokal>

Abstrak

Terlepas dari seluruh tantangan yang dirinya hadapi, Sadiq Khan berhasil memenangkan pemilihan walikota London. Sehingga, penelitian ini membahas tentang faktor strategi kampanye yang dilakukan oleh Khan. Selain karena belum pernah dibahas sebelumnya, strategi Khan berhasil mengantarkan kemenangan di beberapa wilayah London yang sebelumnya merupakan daerah pendukung Partai Konservatif. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggunakan model strategi Marketing Campaign yang dikemukakan oleh Bruce I. Newman untuk menjelaskan langkah apa saja yang perlu dilalui oleh seorang kandidat dalam memenangkan kontestasi politik. Melalui tiga indikator dari model tersebut, yaitu voter segmentation, candidate positioning, dan strategy implementation, penelitian ini menjelaskan mengapa strategi yang dilakukan oleh Khan dan timnya memiliki pengaruh penting pada kemenangannya. Penelitian ini menemukan bahwa berdasarkan serangkaian pemilihan walikota, London dapat dimenangkan oleh calon yang berasal dari kelompok siapa saja dengan strategi yang tepat. Khan berhasil memposisikan dirinya sebagai sosok yang dapat diterima dan diidentifikasi oleh masyarakat London secara umum. Khan juga melakukan kampanye ke seluruh wilayah di London, berbeda dengan doughnut strategy yang sebelumnya digunakan oleh Boris Johnson. Meskipun tidak menjadi satu-satunya faktor kemenangan, strategi kampanye Khan memainkan peranan penting dalam keberhasilannya.

.....Despite all the challenges he faced, Sadiq Khan managed to win the London mayoral election. Thus, this study discusses the factors of the campaign strategy carried out by Khan. Apart from having never been discussed before, Khan's strategy has succeeded in delivering victory in several areas of London which were previously the area of Conservative Party. In addition, Khan also managed to ward off a series of negative campaigns from his opponent, namely Zac Goldsmith. With a qualitative approach, this research will apply the Marketing Campaign strategy model proposed by Bruce I. Newman to explain what are needed by a candidate to win a political contest. By using three indicators from the model, namely voter segmentation, candidate positioning, and strategy implementation, this study explains why the strategy adopted by Khan and his team influenced their victory. This research found that based on a series of mayoral elections, London could be won by any candidate with the right strategy. Khan has succeeded in positioning himself as a person accepted and identified by London society. Khan also campaigned throughout London, in contrast to the doughnut strategy previously used by Boris Johnson. Although it was not the only factor in the victory, Khan's campaign strategy surely played an important role in its success.