

ABSTRAK

Indah Fajar Letari, 15052058, 2015. “Perbandingan Marketing Politik Calon Walikota Padang Pasangan Emzalmi-Desri Ayunda dan Pasangan Mahyeldi-Hendri Septa”

Penelitian ini menggambarkan marketing politik calon Walikota Padang pasangan Emzalmi-Desri Ayunda dan pasangan Mahyeldi-Hendri Septa dalam memenangkan pilkada walikota Padang tahun 2018. Kemenangan pasangan Mahyeldi-Hendri Septa dari pasangan Emzalmi-Desri Ayunda terjadi setelah adanya adu marketing politik selama proses kampanye. Marketing politik yang dilakukan Sebagai pecahan dari pasangan Walikota dan Wakil Walikota sebelumnya, kedua pasang calon tentu memiliki cara-cara marketing yang unik dalam menarik simpati rakyat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan marketing politik yang dilakukan oleh kedua pasang calon Walikota Padang pada Pilkada Serentak Juni 2018. Jenis penelitian ini adalah komparatif dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis data terdiri dari data primer dan data sekunder, dikumpulkan melalui wawancara dan studi dokumentasi. Uji keabsahaan data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketing politik yang dilakukan pasangan Mahyeldi-Hendri Septa lebih baik dari pasangan Emzalmi-Desri Ayunda setelah dibandingkan dari segi , price, place dan promotion politic marketing. Keberhasilan pasangan Mahyeldi-Hendri Septa dalam memasarkan product politik dengan memanfaatkan ketokohan dalma masyarakat, penggunaan dana dan tempat kampanye dengan baik, serta promosi yang dilakukan dengan baik melalui media atau bertemu langsung dengan masyarakat berhasil mengantarkan pasangan menjadi Walikota dan Wakil Walikota Padang pada Pilkada Serentak Juni 2018.

Kata Kunci : Pilkada Walikota Padang, *Product; Price; Place; Promotian Political Marketing*