

ABSTRAK

Putriani Pratama, 2019. Segmentasi Dalam Perspektif Marketing Politik Pemilih Pasangan Pemenang Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Tahun 2018 (Dibimbing oleh Anwar Parawangi dan Adnan Ma'ruf)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pemilihan Segmentasi Dalam Prespektif Politik Pemilih Pasangan Pemenang Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Tahun 2018 dan dapat mengetahui faktor yang melatarbelakangi pemilihan Segmentasi Politik Pemilih Pasangan Pemenang Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Tahun 2018. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus yaitu meneliti suatu kasus atau fenomena tertentu yang ada dalam masyarakat yang dilakukan secara mendalam untuk mempelajari latar belakang, keadaan, dan interaksi yang terjadi tentang Segmentasi Dalam Perspektif Marketing Politik Pemilih Pasangan Pemenang Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Tahun 2018. Informan dalam penelitian ini sebanyak dua belas (12) orang terdiri dari partai pengusung, tim sukses, masyarakat, dan pemenang pilkada sendiri selaku informan utama.

Hasil penelitian ini menunjukkan segmentasi secara geografi dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Luwu Tahun 2018 pemenang pilkada melakukan mapping dan melihat apa yang menjadi kebutuhan dari setiap wilayah, demografi dilihat penentuan segmen lebih mengarah kepada kelompok umur dan jenis pekerjaan, pendekatan psikografi dengan memanfaatkan media cetak maupun elektronik tim pemenangan pemenang pilkada pasangan, segmentasi

berdasarkan perilaku masyarakat Kabupaten Luwu mayoritas entensitas ketertarikan terhadap pasangan kandidat pemenang, pendekatan sosial budaya pasangan pemenang merangkul semua kalangan tanpa membedakan unsur suku, ras, agama dan etnik, dari sebab akibat model kampanye segmen yang berbeda memberikan peluang kepada kandidat untuk memasuki semua kelompok masyarakat yang ada di Kabupaten Luwu.

Faktor pendukung segmentasi politik pasangan pemenang pada pilkada Kabupaten Luwu tahun 2018 adalah adanya dukungan elite politik dan pengalaman dalam dunia birokrasi dan faktor yang menghambat jalannya proses segmentasi yaitu akses kampanye yang sulit dan isu kampanye negative.

Kata Kunci : Marketing, Segmentasi, Politik dan Pemilihan Kepala Daerah.