

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Marketing Politik PPP Pada Pemilu Legislatif 2019 di Kabupaten Tasikmalaya. Marketing Politik merupakan rencana atau tindakan yang akan dilakukan oleh PPP Kabupaten Tasikmalaya guna memperoleh dukungan dari masyarakat pada pemilu legislatif 2019.

Penelitian ini menggunakan teori marketing politik, marketing politik PPP dan partai politik. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi dan dokumentasi dimana berupa bukti konkret berbagai macam sumber tertulis atau dokumen. Kemudian teknis analisis data menggunakan model analisis interaktif Milles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dan, validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 fokus utama yang menjadi proses berjalannya marketing politik yang dilakukan oleh PPP pada pemilu legislatif 2019 di Kabupaten Tasikmalaya, yaitu *push marketing*, *pass marketing*, dan *pull marketing*. Ketiga strategi tersebut sangat berpengaruh besar terhadap jalannya kampanye yang dilakukan oleh PPP, seperti *push marketing* yang melalui cara pendekatan langsung kepada masyarakat serta melakukan sosialisasi tentang tata cara pencoblosan, kemudian *pass marketing* melalui tokoh yang berpengaruh dalam proses berjalannya kampanye seperti dengan kedekatan bersama para ulama, dan *pull marketing* yaitu melalui penggunaan media sosial berupa akun facebook.

Kata Kunci : Marketing Politik, Marketing Politik PPP dan Partai Politik.

ABSTRACT

This thesis entitled marketing politics ppp the legislative elections 2019 in Tasikmalaya Regency. The marketing politics is plan or reaction is carried by PPP of Tasikmalaya Regency in order to obtain support from the community on legislative elections 2019.

This research uses theories political marketing, political marketing PPP and political parties. While the methods used are qualitative research methods by using a case study approach. The data collection techniques are used in the form of interviews, observation, and documentation where concrete evidence in the form of a wide variety written sources or documents, then the data analysis techniques using intereractive analysis model Milles dan Huberman, namely data collection, data reduction, the presentation of data, and the withdrawal of the conclusion. And validitas the data used is the technique of triangulation of sources.

The result of this research show that there are 3 main fouds being the process of the passage of political marketing conducted by the PPP in legislative elections 2019 in Tasikmalaya Regency, namely push marketing, pass marketing, and pull marketing. The third strategy is very influential on the course of the campaign conducted by the PPP, such as push marketing through direct approach to society and socialization, then pass marketing through the influential figures in the process of with the proximity of such a campaign passes along the scholars, and pull marketing, namely through the use of social media in the form of a facebook account.

Keyword : Political Markerting, Political Marketing PPP, and Political Parties.