

ABSTRAK

HAYRIL ASGAR NURUL FAJRIN: Strategi *Marketing* Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Dalam Pemilihan Legislatif 2024 Di Kabupaten Bone Dibimbing oleh (Hardianto Hawing, S.T., M.A. dan Irwan Alim, S.IP., M.A.

Penelitian ini berfokus pada strategi marketing politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Kabupaten Bone. Latar belakang penelitian didasarkan pada dinamika politik lokal di mana karakteristik pemilih sangat dipengaruhi oleh faktor agama, budaya, dan kekerabatan, sehingga diperlukan pendekatan kampanye yang relevan dengan konteks sosial masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana PKB merumuskan strategi segmentasi, targeting, positioning, komunikasi politik, serta upaya membangun citra dan keterlibatan sosial dalam rangka memperoleh dukungan elektoral.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pengurus DPC PKB Bone, tim kampanye, tokoh masyarakat, dan pemilih. Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PKB Kabupaten Bone menerapkan strategi marketing politik yang terintegrasi. Pertama, segmentasi dan targeting dilakukan dengan membidik pemilih religius, masyarakat pedesaan, nelayan, serta pemilih muda. Kedua, positioning PKB dipertegas melalui identitas religius-nasionalis yang berpihak pada rakyat kecil dan dibedakan dari partai lain dengan pendekatan berbasis nilai keagamaan serta bukti konkret. Ketiga, strategi komunikasi memadukan interaksi tatap muka, media sosial, dan media visual di ruang publik. Keempat, citra dan reputasi PKB dibangun melalui konsistensi keterlibatan sosial dan program nyata yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Kelima, keterlibatan aktif dalam kegiatan keagamaan, sosial, dan budaya memperkuat loyalitas pemilih di tingkat akar rumput.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas strategi marketing politik PKB di Kabupaten Bone terletak pada kombinasi pendekatan tradisional berbasis tokoh lokal dan inovasi kampanye digital yang disesuaikan dengan karakteristik pemilih. Strategi ini bukan hanya meningkatkan perolehan suara pada Pemilu 2024, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan jangka panjang antara PKB dan masyarakat.

Kata Kunci: Marketing Politik, Strategi Kampanye, PKB, Pemilu 2024, Kabupaten Bone.

ABSTRACT

HAYRIL ASGAR NURUL FAJRIN: *Political Marketing Strategy of the National Awakening Party (PKB) in the 2024 Legislative Election in Bone Regency.*
Supervised by: Hardianto Hawing, S.T., M.A. and Irwan Alim, S.IP., M.A.

This research focuses on the political marketing strategy of the National Awakening Party (PKB) in the 2024 Legislative Election in Bone Regency. The background of this study lies in the local political dynamics where voters' preferences are strongly influenced by religion, culture, and kinship, thus requiring campaign strategies that are relevant to the social context of society. The purpose of this research is to examine how PKB formulated its strategies of segmentation, targeting, positioning, political communication, image building, and community engagement in order to gain electoral support.

The study employed a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Informants included PKB Bone administrators, campaign teams, community leaders, and voters. The data were analyzed using thematic analysis, while the validity of the findings was tested through source and method triangulation.

The findings reveal that PKB Bone applied an integrated political marketing strategy. First, segmentation and targeting focused on religious voters, rural communities, fishermen, and young voters. Second, PKB's positioning was strengthened by its religious-nationalist identity that sides with the grassroots, while differentiating itself through faith-based narratives and concrete programs. Third, political communication combined face-to-face interaction, social media, and visual campaigns in public spaces. Fourth, PKB built its image and reputation by consistently engaging in social activities and delivering tangible benefits. Fifth, active involvement in religious, social, and cultural activities further reinforced voters' loyalty at the grassroots level.

This study concludes that the effectiveness of PKB's political marketing strategy in Bone Regency lies in its combination of traditional approaches based on local leaders and innovative digital campaigns tailored to voter characteristics. This strategy not only increased PKB's vote share in the 2024 election but also strengthened long-term trust and emotional bonds between the party and the community.

Keywords: Political Marketing, Campaign Strategy, PKB, 2024 Election, Bone Regency