

ABSTRAK

ANALISIS KOMPARATIF STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI GERINDRA DAN PAN STUDI PADA PEMILIHAN DPRD KABUPATEN WAJO PERIODE 2024-2029

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan strategi marketing politik yang diterapkan oleh Partai Gerindra dan Partai Amanat Nasional (PAN) dalam Pemilihan DPRD Kabupaten Wajo periode 2024–2029. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Fokus utama penelitian adalah tiga model strategi marketing politik, yaitu push political marketing (pendekatan langsung kepada pemilih), pull political marketing (melalui media), dan pass political marketing (melalui tokoh atau kelompok berpengaruh). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai Gerindra lebih menekankan strategi komunikasi langsung dan kedekatan emosional melalui program seperti "Gerindra Mendengar" dan "Menyapa", sedangkan PAN lebih dominan menggunakan media sosial dan jingle kampanye dalam strategi pull marketing-nya. Kedua partai juga memanfaatkan jaringan tokoh lokal untuk memperkuat strategi pass marketing mereka. Perbandingan menunjukkan bahwa keberhasilan strategi sangat dipengaruhi oleh kemampuan partai dalam menyesuaikan pendekatan mereka dengan karakteristik sosial dan budaya lokal masyarakat Wajo. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi marketing politik di tingkat lokal.

Kata Kunci: Marketing politik, Gerindra, PAN, strategi kampanye