

ABSTRAK

Nama : Cahyaning Karisma
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Judul : Marketing Politik Calon Anggota Legislatif Perempuan Terpilih Dari PKS Periode Pemilihan Umum 2009 dan 2019 di Kabupaten Jember

Marketing politik merupakan aktivitas yang dilakukan oleh partai politik dan kontestan individu dalam merancang isu-isu yang akan dilempar ke masyarakat, mengomunikasikan solusi yang hendak diterapkan ketika berkuasa, ideologi partai dan kontrol sosial terhadap partai politik atau individu yang berkuasa dengan secara luas. Secara umum, mengelompokkan strategi marketing politik menjadi dua varian yaitu strategi marketing politik media dan strategi marketing politik nonmedia. Media adalah sarana untuk mentransmisikan pesan dari sumber ke audiensi, penggunaan media massa untuk suatu kampanye sangat penting dalam dunia politik. Data primer dan sekunder, digunakan sebagai sumber data, karena memuat berbagai informasi dasar yang dibutuhkan dalam penelitian Marketing Politik legislatif perempuan terpilih dari PKS Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa, proses marketing politik yang dilakukan para caleg perempuan terpilih dari PKS Tahun 2009 dan 2019 dapat diterima oleh masyarakat meskipun pada penyelenggarannya membuat sedikit kerusakan lingkungan, namun tetap mendapatkan suara terbanyak ketika pemilihan umum di Kabupaten Jember. Keterwakilan perempuan sebanyak 30% masih belum terpenuhi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Oleh karena itu, diharapkan ketika proses kampanye berlangsung tetap menjaga lingkungan. Selain itu, adanya rasa peduli tim sukses dan relawan akan memberi rasa kepercayaan masyarakat untuk memilih bacaleg yang diusung.

Kata kunci : *Marketing Politik, Calon Legislatif Perempuan*

ABSTRACT

Name : Cahyaning Karisma
Study Program : Goverment Sience
Title : *Political Marketing Woman Candidates Elected From PKS 2009 and 2019 General Election Period in the District of Jember*

Political marketing is an activity carried out by political parties and individual contestants in designing issues that will be thrown to the community, communicating solutions to be applied when in power, party ideology and social control over political parties or individuals in power with a broad sense. In general, classifying political marketing strategies into two variants, namely political media marketing strategies and nonmedia political marketing strategies. The media is a means to transmit messages from sources to hearings, the use of mass media for a campaign is very important in politics. Primary and secondary data, are used as data sources, because they contain a variety of basic information needed in the research of women legislative Politics Marketing chosen from PKS in Jember Regency. This research uses descriptive qualitative research. Data collection methods carried out include observation, interviews, and documentation. The results of this study found that, the political marketing process carried out by women candidates elected from PKS in 2009 and 2019 was acceptable to the community even though in its implementation it caused the least amount of environmental damage, but still gained the most votes during the general election in Jember Regency. Women's representation of 30% is still not fulfilled in accordance with Law No. 7 of 2017. Therefore, it is expected that during the campaign process while maintaining the environment. In addition, a sense of caring for the success team and volunteers will give a sense of trust in the community to choose the candidates to carry.

Keywords: Political Marketing, Women's Legislative Candidates



