

Abstrak

MARKETING POLITIK PARTAI AMANAT NASIONAL (PAN) KABUPATEN PONOROGO DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS DI PEMILU 2024

RAIHAN RAFAELKI HUWA
4020521016

Partai Amanat Nasional (PAN) Ponorogo merupakan salah satu cabang lokal dari Partai Amanat Nasional yang beroperasi di Kabupaten Ponorogo. Partai ini memiliki peran penting dalam mengadvokasi aspirasi masyarakat setempat, serta mengedepankan nilai-nilai reformasi dan keadilan sosial. Sejak tahun 1999 PAN Ponorogo mengalami pasang surut dalam mendapatkan kursi di DPRD Ponorogo dan mengalami penurunan yang lumayan besar di tahun 2019, hal ini yang menandakan bahwa PAN Ponorogo kurang berhasil dalam melakukan program yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi Marketing Partai Amanat Nasional (PAN) Ponorogo dalam meningkatkan Elektabilitas di Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa marketing politik partai PAN Ponorogo dalam meningkatkan elektabilitas di pemilu telah melakukan unsur-unsur dari teori 3P yang dikemukakan oleh Adman Nursal: *push*, *pull* dan *pass*. Pada *push strategy* PAN Ponrogo melakukan perkumpulan dan silaturahmi dengan perwakilan masyarakat, Berbagi kebutuhan sehari-hari kepada masyarakat Ponorogo dan mengadakan konser untuk menarik minat kaum milenial. *Pull strategy* PAN Ponorogo melakukan pemasaran melalui radio, poster, serta melalui baliho, dan melakukan publikasi di media sosial melalui Instagram, Facebook Tiktok. *Pass strategy* PAN Ponorogo Pendekatan bersama pihak ketiga: Organisasi Muhammadiyah, Perempuan PAN (PUAN), dan melakukan pendekatan kepada tokoh agama serta influencer.

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

Kata Kunci: Marketing Politik, Partai Amanat Nasional Ponorogo, Meningkatkan Elektabilitas

ملخص البحث

التسويق السياسي لحزب الأمانة الوطنية (PAN) لفونوروجو لترفيه قابلية الانتخاب في انتخابات ٢٠٢٤

ريحان رافايلكي هوا

رقم التسجيل: ٤٠٢٠١٩٥٢١٠١٦

حزب الأمانة الوطنية (PAN) بونوروجو هو أحد الفروع المحلية لحزب الأمانة الوطنية الذي يعمل في مقاطعة بونوروجو. يلعب هذا الحزب دورًا مهمًا في الدفاع عن تطلعات المجتمع المحلي، كما يعزز قيم الإصلاح والعدالة الاجتماعية. منذ عام ١٩٩٩، شهد PAN بونوروجو تقلبات في الحصول على مقاعد مجلس النواب المحلي بونوروجو، وشهد انخفاضًا كبيرًا في عام ٢٠١٩، مما يشير إلى أن PAN بونوروجو لم ينجح في تنفيذ برامجه بشكل كافٍ. يهدف هذا البحث إلى معرفة استراتيجية التسويق لحزب الأمانة الوطنية (PAN) بونوروجو لترفيه الكفاءة الانتخابية في انتخابات ٢٠٢٤. يستخدم هذا البحث النهج النوعي مع المنهج الوصفي النوعي. تظهر نتائج هذا البحث أن التسويق السياسي لحزب PAN بونوروجو لزيادة الكفاءة الانتخابية في الانتخابات قد اتبع عناصر من نظرية P٣ التي قدمها آدم نورسال: الدفع، الجذب، والتميرير. في استراتيجية الدفع، يقوم PAN بونوروجو بعقد اجتماعات وزيارات مع ممثلي المجتمع، وتوزيع الاحتياجات اليومية على سكان نوروجو، وإقامة حفلات موسيقية لجذب اهتمام الشباب. في استراتيجية الجذب، يقوم PAN نوروجو بالتسويق عبر المذياع، والملصقات، ولوحات الإعلانات، والنشر على وسائل الاجتماعية مثل إنستغرام، فيسبوك، تيك توك. في استراتيجية التميرير، يتبع PAN بونوروجو نهجًا مع الأطراف الثالثة: منظمة محمدية، نساء PAN (PUAN)، والتقرب من الشخصيات الدينية والمؤثرين.

الكلمة الرئيسية: التسويق السياسي لحزب الأمانة الوطنية بونوروجو، ترفيه الكفاءة الانتخابية

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR