

STRATEGI POLITIK PARTAI GERINDRA PADA PEMILIHAN LEGISLATIF KABUPATEN BOGOR TAHUN 2019

ABSTRAK

Setelah era reformasi, sistem multipartai diberlakukan di Indonesia dimana hal ini mengakibatkan banyak sekali partai yang bermunculan dan persaingan untuk memperebutkan kekuasaan menjadi sangat ketat. Di era multipartai seperti sekarang ini, *marketing* politik menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan, tak terkecuali Partai Gerindra yang bisa untuk memenangkan kontestasi politik pada pemilu legislatif Kabupaten Bogor tahun 2019. Penelitian ini menggunakan konsep partai politik, strategi politik dan pemilu legilatif yang dijelaskan oleh *marketing* politik serta menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif analitis yang bertujuan untuk menggambarkan gejala atau kenyataan yang ada. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa Gerindra Kabupaten Bogor melakukan pendekatan terhadap tokoh agama Islam dan menempatkan partainya dengan partai yang dekat dengan Islam, hal ini sebagai strategi marketing politik yang dilakukan melalui aktivitas politiknya dengan memasarkan kandidat sebagai produk (*product*) partai lewat adanya penggunaan media dan sosialisasi (*promotion*), perhitungan dana dan citra kandidat (*price*) serta membuat strategi penyebaran di berbagai daerah (*place*). Sebelum melakukan 4P Gerindra Kabupaten Bogor melakukan *segmentation*, *targeting* dan *positioning* untuk memaksimalkan 4P sehingga dapat memenangkan Pemilu Legislatif Kabupaten Bogor tahun 2019.

Kata Kunci : *Strategi Politik, Partai Gerindra, Pemilu Legislatif*

***POLITICAL STRATEGY OF GERINDRA PARTY IN BOGOR REGENCY
LEGISLATIVE ELECTION IN 2019***

ABSTRACT

After the reform era, a multiparty system was implemented in Indonesia which resulted in the emergence of many parties and the competition for power became very strict. In the current multiparty era, marketing politics is an inevitable necessity, including the Gerindra Party which was able to win political contestation in the 2019 Bogor Regency legislative election. This research uses the concept of political parties, political strategy and legislative elections which are explained by marketing politics and employs a qualitative method with a descriptive analytical type of research which aims to describe the tendency or reality that exists. The research findings shows that Gerindra Bogor Regency employs an approach towards Islamic religious figures and aligns its party with those close to Islam, as a political marketing strategy carried out through political activities by promoting candidates as products (products) through the use of media and socialization (promotion), calculating funds and the image of candidates (price) and making strategy dissemination in various regions (place). Before carrying out the 4P, Gerindra Bogor Regency conducted segmentation, targeting and positioning to maximize the 4P so that it could win the 2019 Bogor Regency Legislative Election.

Keyword: *Political Strategy, Gerindra Party, Legislative Elections*