



**STRATEGI MARKETING POLITIK ADHIKA DIRGANTARA PARTAI
KEADILAN SEJAHTERA DALAM MEMPEROLEH SUARA DI DAERAH
PEMILIHAN I KOTA BEKASI PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2024**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik

Nama: Septiana Rizqi Putri

NIM: 2110413124



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI MARKETING POLITIK ADHIKA DIRGANTARA PARTAI
KEADILAN SEJAHTERA DALAM MEMPEROLEH SUARA DI DAERAH
PEMILIHAN 1 KOTA BEKASI PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2024**

Skripsi

Diajukan untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar
Sarjana Ilmu Politik



**DISUSUN OLEH :
SEPTIANA RIZQI PUTRI
2110413124**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Septiana Rizqi Putri

NIM : 2110413124

Program Studi : Ilmu Politik

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 2 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Septiana Rizqi Putri)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septiana Rizqi Putri
NIM : 2110413124
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI MARKETING POLITIK ADHIKA DIRGANTARA PARTAI
KEADILAN SEJAHTERA DALAM MEMPEROLEH SUARA DI DAERAH
PEMILIHAN 1 KOTA BEKASI PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2024**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Bekasi,

Pada tanggal : 2 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Septiana Rizqi Putri)

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Septiana Rizqi Putri
NIM : 2110413124
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : Strategi Marketing Politik Adhika Dirgantara Partai Keadilan Sejahtera Dalam Memperoleh Suara Di Daerah Pemilihan I Kota Bekasi Pada Pemilihan Legislatif 2024

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Dr. Deni Angela, S.IP., M.IP)

Penguji 1

(Restu Rahmawati, MA)

Penguji 2

(Aniqotul Ummah, M.Sos)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik

(Restu Rahmawati, MA)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : Senin, 7 Juli 2025

STRATEGI MARKETING POLITIK ADHIKA DIRGANTARA PARTAI KEADILAN SEJAHTERA DALAM MEMPEROLEH SUARA DI DAERAH PEMILIHAN I KOTA BEKASI PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2024

Septiana Rizqi Putri

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan strategi marketing politik Adhika Dirgantara sebagai calon legislatif yang memenangkan kursi anggota DPRD dapil I Kota Bekasi pada pemilihan legislatif 2024. Teori yang digunakan sebagai pisau analisis pada penelitian ini ialah teori marketing politik Philip Kotler, yakni *push marketing*, *pull marketing*, dan *pass marketing*. Objek penelitian ini ialah strategi marketing politik, sedangkan subjek penelitian ini ialah Adhika Dirgantara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, melalui penentuan informan secara *purposive sampling*. Sumber data pada penelitian ini dilakukan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data milik Sugiyono, yaitu dengan tiga tahapan, *data collection*, *data reduction*, dan *data display*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi konvensional yang paling berhasil ialah program subsidi pasar murah dan pasar tani, kemudian selanjutnya ialah program sekolah ibu ceria, dilanjutkan dengan program senam bareng dan cek kesehatan gratis, kemudian program ngopi dan ngeteh bareng berada di posisi keempat. Pada strategi digital, promosi aktif melalui akun Instagram pribadi @adhikadirgantara menjadi strategi digital paling efektif, kemudian didukung oleh promosi digital melalui akun partai @pkskotabekasi. Kombinasi strategi konvensional dan digital menjadi kunci keberhasilan Adhika Dirgantara dalam memenangkan pemilihan legislatif di dapil I Kota Bekasi pada pemilihan legislatif 2024.

Kata Kunci: Adhika Dirgantara, Strategi Marketing Politik, Pemilihan Legislatif 2024, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

POLITICAL CAMPAIGN STRATEGY OF ADHIKA DIRGANTARA OF THE PROSPEROUS JUSTICE PARTY IN GAINING VOTES IN ELECTORAL DISTRICT I OF BEKASI CITY IN THE 2024 LEGISLATIVE ELECTIONS

Septiana Rizqi Putri

ABSTRACT

This study aims to explain the political marketing strategy of Adhika Dirgantara as a legislative candidate who won a seat in the Bekasi City DPRD electoral district I in the 2024 legislative elections. The theory used as the analytical tool in this study is Philip Kotler's political marketing theory, namely push marketing, pull marketing, and pass marketing. The object of this study is political marketing strategy, while the subject of this study is Adhika Dirgantara. This study employs a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques were conducted through interviews using purposive sampling to determine information sources. The data sources in this study were obtained from primary and secondary sources. This study uses Sugiyono's data analysis technique, which consists of three stages: data collection, data reduction, and data display. The results of the study show that the most successful conventional strategy is the cheap market and farmer's market subsidy program, followed by the happy mother school program, then the group exercise and free health check program, and finally the coffee and tea gathering program in fourth place. In terms of digital strategies, active promotion through the personal Instagram account @adhikadirgantara was the most effective digital strategy, followed by digital promotion through the party account @pkskotabekasi. The combination of conventional and digital strategies was the key to Adhika Dirgantara's success in winning the legislative election in District I of Bekasi City in the 2024 legislative election.

Keywords: Adhika Dirgantara, Political Marketing Strategy, 2024 Legislative Election, Regional House of Representatives.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan yang maha esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Judul skripsi ini ialah “Strategi Marketing Politik Adhika Dirgantara Partai Keadilan Sejahtera Dalam Memperoleh Suara Di Daerah Pemilihan I Kota Bekasi Pada Pemilihan Legislatif 2024” yang telah dijalankan penelitiannya sejak 16 September 2024. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat meraih gelar S-1 Sarjana Ilmu Politik pada program studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan, dorongan moril maupun materiil serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua, kakak, dan adik penulis yang sampai sekarang masih diberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga dapat selalu memberikan dorongan moril dan materiil dan insyaAllah dapat melihat putri keduanya lulus dari bangku kuliah dan meraih gelar sarjana.
2. Bapak Dr. Deni Angela, S.I.P., M.I.P, yang telah memberikan banyak sekali arahan, bimbingan, petunjuk, serta saran yang berharga dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
3. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Politik yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
4. Informan utama penulis, Bapak Adhika Dirgantara, S.Kom., yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dan sangat membantu peneliti untuk memberikan informasi yang menjadi data-data yang berguna untuk penelitian ini.
5. Muhamad Alvi Fathurrachman, yang selalu menemani dan memberi support kepada penulis

6. Sahabat semasa kuliah yang berjuang bersama dari awal kuliah hingga meraih gelar sarjana, Safrida Nurulita, Yulia Putri, Dinda Zaskia, Delfira Ashika, Dhiyah Akmala, Larasati Trimedia, Dhanyra Nayla, dan Asti Wulandari yang menemani penulis dan berjuang bersama dalam menamatkan studi ini.
7. Sahabat sedari SMA, Adillah Tahania, Tiara Ananda, dan Weni Indah yang sudah menemani penulis dan memberikan hiburan selama masa-masa terberat penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan selama masa bimbingan skripsi, Fany Dwi Lestari yang sudah memberikan semangat dan dukungan selama masa penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun penelitian ini menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Peroleham Suara Partai di Kota Bekasi Pada Pemilu 2019.....	3
Gambar 1.2 Hasil Peroleham Suara Partai di Kota Bekasi Pada Pemilu 2024.....	3
Gambar 1.3 Akumulasi Suara Adhika Dirgantara di Dapil I Pada Pemilu 2024.....	5
Gambar 1.4 Pelayanan Masyarakat Oleh PKS.....	8
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Analisis Data.....	33
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kota Bekasi.....	38
Gambar 4.2 Adhika Dirgantara.....	39
Gambar 4.3 Luas Wilayah dan Jumlah Kelurahan di Kota Bekasi.....	42
Gambar 4.4 Kegiatan Subsidi Pasar Murah dan Pasar Tani.....	46
Gambar 4.5 Kegiatan Senam Bareng dan Cek Kesehatan Gratis.....	50
Gambar 4.6 Kegiatan Senam Bareng dan Cek Kesehatan Gratis.....	51
Gambar 4.7 Program Pemberian Makanan Tambahan (PMT) Balita.....	54
Gambar 4.8 Flyer Acara Ngopi dan Ngeteh Bareng.....	57
Gambar 4.9 Musyawarah Perencanaan Pembangunan RW.....	58
Gambar 4.10 Perbaikan Rumah Layak Huni.....	60
Gambar 4.11 Sekolah Ibu Ceria.....	62
Gambar 4.12 Pemberian Bantuan dan Dana Usaha Kelompok Disabilitas.....	65
Gambar 4.13 Pendekatan Adhika Dirgantara Dengan Aktor Lintas Sektoral.....	68
Gambar 4.14 Konten Kritik Adhika Dirgantara Pada Social Media Tiktok.....	70
Gambar 4.15 Konten Dokumentasi Aktivitas Adhika Dirgantara Pada Tiktok.....	71
Gambar 4.16 Konten Instagram Adhika Dirgantara.....	73
Gambar 4.17 Promosi Adhika Dirgantara di Akun Instagram PKS Kota Bekasi.....	74
Gambar 4.18 Akun Instagram Adhika Dirgantara.....	75

Gambar 4.19 Postingan Adhika Dirgantara di Facebook.....	76
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perolehan Suara Anggota DPRD Dapil I Kota Bekasi Pada Pemilu 2019.....	6
Tabel 1.2 Perolehan Suara Anggota DPRD Dapil I Kota Bekasi Pada Pemilu 2024.....	6
Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Tabel Rencana Waktu.....	35
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kota Bekasi Tahun 2024.....	37
Tabel 4.2 Daftar Calon Tetap Anggota DPRD Dapil I Kota Bekasi Tahun 2024.....	44
Tabel 4.3 Sebaran Lokasi PMT Balita.....	52
Tabel 4.4 Bentuk Pembangunan Infrastruktur.....	58
Tabel 4.5 Lokasi Kegiatan Sekolah Ibu Ceria.....	60
Tabel 4.6 Daftar Majelis Ta'lim Yang Dihadiri Adhika Dirgantara.....	67

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.4.1. Tujuan Praktis.....	14
1.4.2. Tujuan Teoritis	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1. Manfaat Akademik.....	14
1.5.2. Manfaat Praktis.....	14
1.6. Sistematika Penelitian.....	15
BAB II.....	16
2.1. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Teori Marketing Politik.....	22
2.3. Konsep Strategi Politik.....	24
2.4. Konsep Kampanye Politik	26
2.5. Kerangka Pemikiran	27
2.5.1. Keterangan Kerangka Berpikir.....	28
BAB III.....	29

3.1.	Objek Penelitian	29
3.2.	Jenis Penelitian.....	30
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1.	Wawancara	30
3.4.	Sumber Data.....	32
3.4.1.	Data Primer	32
3.4.2.	Data Sekunder	32
3.5.	Teknik Analisis Data.....	33
3.6.	Tabel Rencana Waktu	35
BAB IV		36
4.1.	Gambaran Umum Daerah Penelitian (Bekasi Timur dan Bekasi Selatan) .	36
4.2.	Profil Adhika Dirgantara.....	38
4.3.	Strategi Marketing Politik Adhika Dirgantara	41
4.3.1.	Strategi Konvensional	45
4.3.2.	Strategi Digital.....	69
4.4.	Respon dan Dukungan Masyarakat Dapil I Kota Bekasi Terhadap Adhika Dirgantara	78
BAB V		82
5.1.	Kesimpulan	82
5.2.	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		88