

**STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI KEADILAN SEJAHTERA
DALAM MEMENANGKAN PEMILU LEGISLATIF DKI JAKARTA
TAHUN 2024**

MUHAMMAD FAJRIN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi marketing politik yang diterapkan oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam memenangkan Pemilu Legislatif DKI Jakarta tahun 2024 menggunakan teori Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dari Kotler & Keller. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan eksplanasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling dengan informan terdiri dari pengurus PKS DKI Jakarta, calon legislatif terpilih, dan pengamat politik,. Analisis data mengikuti data analysis spiral Creswell yang terdiri dari data managing, reading and memoing, describing, classifying, interpreting, dan representing/visualizing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PKS berhasil meraih posisi tertinggi dengan perolehan 1.012.028 suara (16,68% dari total suara sah) untuk tingkat DPRD dengan menerapkan strategi marketing politik yang komprehensif dan terintegrasi. PKS menerapkan dua klaster strategi utama yaitu strategi konvensional/grassroots marketing yang meliputi Ligo (pengajian rutin), kunjungan door-to-door, dan program Sapa Warga; serta strategi digital campaigning yang memanfaatkan platform Instagram dan Facebook. Melalui segmentasi geografis, demografis, dan psikografis, PKS berhasil mengidentifikasi segmen pemilih, menargetkan komunitas religius dan pemilih kelas menengah urban, serta memposisikan diri sebagai partai yang responsif dan dekat dengan rakyat. Integrasi pendekatan konvensional yang mempertahankan loyalitas basis tradisional dan strategi digital yang memperluas penetrasi kepada pemilih muda dan swing voters terbukti efektif dalam konteks elektoral Jakarta. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa implementasi teori STP dalam praktik politik dapat meningkatkan efektivitas elektoral ketika dijalankan secara sistematis dan disesuaikan dengan karakteristik lokal.

Kata kunci: Marketing Politik, Strategi STP, Pemilu Legislatif, DKI Jakarta, PKS.

**POLITICAL MARKETING STRATEGY OF PARTAI KEADILAN
SEJAHTERA IN WINNING THE 2024 DKI JAKARTA LEGISLATIVE
ELECTION**

MUHAMMAD FAJRIN

ABSTRACT

This study aims to analyze the political marketing strategy implemented by Partai Keadilan Sejahtera (PKS) in winning the 2024 DKI Jakarta Legislative Election using the Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) theory from Kotler & Keller. The research method employed is qualitative descriptive with an explanatory approach. The sampling technique used purposive sampling with informants consisting of PKS DKI Jakarta management, elected legislative candidates, political observers, and Bawaslu officials. Data analysis followed Creswell's data analysis spiral consisting of data management, reading and memoing, describing, classifying, interpreting, and representing/visualizing. The results show that PKS successfully secured the highest position with 1,012,028 votes (16.68% of total valid votes) for the DPRD level by implementing a comprehensive and integrated political marketing strategy. PKS applied two main strategy clusters: conventional/grassroots marketing strategies including *Liqo* (routine religious gatherings), door-to-door visits, and Sapa Warga programs; and digital/modern campaigning strategies utilizing Instagram and Facebook platforms. Through geographic, demographic, and psychographic segmentation, PKS successfully identified voter segments, targeted religious communities and urban middle-class voters, and positioned itself as a responsive party close to the people. The integration of conventional approaches that maintain traditional base loyalty and digital strategies that expand penetration to young and swing voters proved effective in Jakarta's heterogeneous electoral context. This study confirms that the implementation of STP theory in political practice can increase electoral effectiveness when executed systematically and adapted to local characteristics.

Keywords: Political Marketing, STP Strategy, Legislative Election, Jakarta Smart City, PKS.