

Strategi Pemasaran Politik Partai Bharatiya Janata Party (BJP) dalam Meningkatkan Perolehan Suara di Negara Bagian Telangana pada Pemilihan Umum Majelis Rendah (Lok Sabha) India Tahun 2019 = The Political Marketing Strategy of Bharatiya Janata Party (BJP) in Increasing Vote Share in Telangana State in 2019 Indian Lower House Election (Lok Sabha)

Raka Alif Ghiffar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920517759&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada pemilihan umum India tahun 2019, untuk pertama kalinya partai Bharatiya Janata Party (BJP) mampu meningkatkan perolehan kursi dan suaranya secara signifikan di Telangana. Padahal Telangana merupakan salah satu negara bagian yang dalam sejarahnya sangat sulit ditaklukkan oleh BJP. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini membahas mengenai strategi yang digunakan oleh BJP pada pemilu tahun 2019 di negara bagian Telangana dengan menggunakan model pemasaran politik yang dikemukakan oleh Cwalina, Falkowski, dan Newman. Melalui dua elemen kunci dari model tersebut, yaitu pengembangan dan penyebaran pesan kampanye penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan oleh BJP memiliki pengaruh penting pada peningkatan perolehan suaranya di Telangana. Penelitian ini berkesimpulan bahwa dalam kampanye pemilu 2019, BJP menetapkan segmen pemilih Hindu sebagai target segmen yang akan diprioritaskannya di Telangana. BJP kemudian merancang pesan kampanye dengan mengangkat isu tentang ancaman yang dihadapi umat Hindu dan menggambarkan bahwa BJP adalah satu-satunya partai yang dapat mengamankan kepentingan umat Hindu. Pesan kampanye tersebut lalu disebarluaskan melalui dua cara, yakni secara langsung melalui kampanye tatap muka dan termediasi melalui media sosial. Strategi ini pada akhirnya membuat BJP berhasil mengkonsolidasikan suara pemilih Hindu dan meningkatkan perolehan suaranya di Telangana.

.....In the 2019 Indian general election, for the first time the Bharatiya Janata Party (BJP) was able to significantly increase its seat and vote share in Telangana. Even though Telangana is one of the states which in its history has been very difficult to conquer by the BJP. Through a qualitative approach, this study discusses the strategy used by the BJP in the 2019 elections in the state of Telangana using the political marketing model put forward by Cwalina, Falkowski, and Newman. Through the two key elements of the model, namely the development and dissemination of campaign messages, this research explains how the strategy undertaken by the BJP has an important influence on increasing vote share in Telangana. This research concludes that in the 2019 election campaign, the BJP determined the Hindu voter segment as the target segment to prioritize in Telangana. The BJP then drafted a campaign message by raising the issue of the threats faced by Hindus and portraying that the BJP is the only party that can secure the interests of Hindus. The campaign message is then disseminated in two ways, namely directly through face-to-face campaigns and mediated through social media. This strategy ultimately allowed the BJP to consolidate the votes of Hindu voters and increase their vote share in Telangana.