

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem demokrasi di Negara Indonesia pada dasarnya memiliki tujuan sebagai penampung berbagai aspirasi masyarakat sehingga terciptanya suatu mekanisme dari rakyat dan untuk rakyat. Untuk menciptakan sebuah sistem yang berdemokrasi dibutuhkan sistem pemilu (pemilihan umum) dan demokrasi menuntut adanya partai politik. Demokrasi modern tidak akan lepas dari bayangan partai politik, karena dalam sistem pemerintahan yang demokratis partai politik berperan vital untuk mendorong dan meningkatkan partisipasi aktif warga negara pada ranah politik dan pemilihan untuk jabatan publik. Setelah keruntuhan rezim otoriter pada 1998 salah satu upaya menyambut perubahan rezim ke arah demokratis adalah dengan pendirian partai politik.

Pemilu ditandai dengan keikutsertaan partai politik sebagai peserta Pemilu. Partai politik adalah satu satunya lembaga atau kelompok yang diberikan ruang kepesertaan untuk menjadi peserta dalam pemilihan umum politik. Olehnya itu partai politik harusnya dikontrol oleh negara. Sebab, dengan adanya partai politik maka negara akan mendapatkan warganegara yang dapat mengemban amanah kenegaraan oleh karena adanya proses pengkaderan yang dilakukan oleh partai.

Sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, pemilihan umum selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat, pemilihan anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan anggota

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, pemilihan tersebut dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.¹ Kebijakan inilah yang menjadi dasar pelaksanaan pemilu secara serentak yang dilaksanakan di Indonesia pada tahun 2024 mendatang, dimana pemilihan Presiden dan Wakil Presiden dilakukan secara bersamaan dengan pemilihan anggota DPR, DPD, dan DPRD Provinsi dan Kabupaten/Kota.

Fungsi utama partai politik merupakan mencari dan mempertahankan kuasa bagi dalam membangun program berdasarkan ideologi tertentu. Cara untuk partai politik dalam sistem demokrasi memperoleh dan mempertahankan kuasa adalah dengan mengikut sertakan dalam pemilu. Secara umum, partai politik dalam sistem demokrasi melaksanakan tiga kegiatan dalam melaksanakan fungsi ini yaitu termasuk memilih calon, berkampanye, dan melaksanakan fungsi pemerintah (legislatif atau eksekutif).²

Oleh karena itu, partai politik di negara demokrasi mempunyai fungsi mempertahankan kekuasaan dan mewujudkan program, juga sebagai wadah Masyarakat untuk ikut serta dalam penyelenggaraan kehidupan berbangsa dan memperjuangkan kepentingan masyarakat. Partai politik melaksanakan kegiatan seleksi calon dan kampanye, yaitu memperebutkan hak untuk dipilih dengan cara mengikuti pemilu.

¹ Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 pasal 1

² Ramlan Subakti, Memahami Ilmu Politik, (Jakarta: PT Grasindo, 2010) hlm 149

Keikutsertaan partai pendatang baru dalam kontestasi elektoral 2024 membuat ruang persaingan semakin ketat karena masing-masing partai akan saling bersaing memperebutkan pasar pemilih untuk mendapatkan kursi parlemen. Tantangan besar partai-partai baru dalam pemilu ialah mereka akan berhadapan dengan partai-partai lama yang sering bertahan dalam pemilu, terbukti dengan keberhasilannya meraih kursi parlemen. Masuknya partai baru dalam kompetisi pemilu membuat ruang persaingan menjadi ketat karena mereka akan saling berebut pasar pemilih. Partai baru pada pemilu akan berhadapan dengan partai lama yang cenderung sudah bisa mempertahankan eksistensinya di pemilu dengan dibuktikan melalui keberhasilan mereka meraih kursi di parlemen.

Untuk memenangkan persaingan pemilu, tentu saja partai-partai harus bersaing satu sama lain. Hal ini tidak terlepas dari pentingnya penerapan strategi politik, dan setiap partai politik harus menyusun strategi politik yang tepat agar membuahkan hasil berupa kemenangan, tanpa strategi politik, kekuasaan sebagai salah satu tujuan politik tidak akan pernah tercapai.³ Dalam menghadapi pemilu, strategi politik yang dilakukan partai politik terhadap masyarakat sangat diperlukan. Keberhasilan suatu partai politik dalam merumuskan, merancang, dan melaksanakan strategi akan berdampak pada perolehan suara partai tersebut dalam pemilu. Strategi yang jelas dan tepat tentunya akan menghasilkan perencanaan taktis yang lebih mudah dan cepat.⁴

³ Peter Schroder, *Strategi Politik*, Terjemahan Aviantie Agoesman, (Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fuer die Freiheit, 2010), hlm.23

⁴ Ardial, *Komunikasi Politik*, (Jakarta: PT Indeks, 2010), hlm.73

Dalam dunia politik, strategi politik dapat dikatakan sebagai marketing politik. marketing politik dapat membantu kandidat menciptakan citra politik yang positif. Sebab, seperti diketahui permasalahan rendahnya minat masyarakat dalam berkampanye adalah ketidakpercayaan masyarakat terhadap politisi atau partai politik karena dianggap banyak melakukan Tindakan yang dianggap mengkhianati prinsip-prinsip kewarganegaraan, termasuk korupsi. Tren korupsi yang semakin meningkat ini sangat mengkhawatirkan. Dampak ini kemungkinan besar akan menyebar ke kandidat yang memiliki rekam jejak baik dan niat baik serta ingin membantu masyarakat.

Tabel 1.1
Rekapitulasi Penindakan Pidana Korupsi Tahun 2017-2023

Tahun	Penyelidikan	Penyidikan	Penuntutan	Inkracht	Eksekusi
2017	123	121	103	84	83
2018	164	199	151	109	113
2019	142	145	153	142	136
2020	111	91	75	92	108
2021	119	108	88	87	89
2022	113	120	133	141	101
2023	73	85	52	63	72

Sumber: kpk.go.id (2023)

Marketing politik dalam konteks pemilu dianggap sebagai alat untuk mempengaruhi pemilih agar mengambil keputusan memilih. Menurut O’Cass (2001), pemasaran politik tidak menjamin kemenangan melainkan menyediakan alat untuk menjaga hubungan dengan pemilih guna membangun kepercayaan dan mendukung suara mereka.

Tentunya metode dan konsep marketing perlu disesuaikan dengan situasi dan kondisi dunia politik. tidak semua metode politik bisa langsung diterapkan dalam konteks dunia politik. namun, partai politik dan calon kandidat memang membutuhkan pendekatan yang efektif dan strategi politik yang baik untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pemilih dan masyarakat luas. Marketing yang disesuaikan dengan dunia politik dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kontestan dalam menyampaikan ideologi dan program kerjanya kepada masyarakat.

Terdapat perbedaan antara marketing politik dan marketing komersial, walaupun mix-marketing tetap berlaku pada pemasaran politik, dimana iklim pemasaran politik harus tetap diperhatikan karena tujuan politik berbeda dengan tujuan komersial. Lebih lanjut disebutkan bahwa pemasaran politik merupakan suatu proses yang harus dicapai melalui dua aspek utama, yaitu perencanaan pemasaran dan segmentasi pemilih.

Marketing plan merupakan penyedia produk politik yang dikenal dengan istilah 4P (Product, Price, Promotion, and Place); Segmentasi pemilih merupakan suatu metode untuk mengidentifikasi pemilih pada beberapa tingkat kategori sehingga dapat dilakukan pengemasan produk politik berdasarkan kategori tersebut. Dengan mengadopsi model ini, diyakini para aktor politik dan partai-partai yang menerapkannya akan mampu menawarkan alternatif strategi untuk meraih dukungan politik, terutama dalam hal kecenderungan memilih. Upaya pemasaran politik yang cermat diyakini akan memaksimalkan potensi kemenangan partai dan kandidat. Aktor politik harus benar-benar memaksimalkan model ini.

Maksimalisasi ini perlu dilakukan karena terbukti dapat dilakukan baik secara akademis maupun berdasarkan fakta empiris, seperti melalui upaya penerapan teknik pemasaran standar pada kampanye pemasaran dan politik, yang pada gilirannya akan mampu menjamin atau memastikan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai tahapan kampanye politik akan berjalan secara sistematis, efisien dan langsung mencapai tujuan, yaitu Keputusan memilih partai dan kandidat.

Sebagai negara demokrasi, Indonesia sering menyelenggarakan pemilihan umum. Lihat saja pemilu di Indonesia, dalam kurun waktu 78 tahun kemerdekaan republik ini, negara dibebani berbagai tugas. Masih banyak persoalan yang perlu diselesaikan, antara lain korupsi, kolusi dan nepotisme, birokrasi yang rumit, dan kesenjangan sosial. Sejak awal berdirinya, Indonesia telah memilih sistem demokrasi yang dianggap sebagai jalan Tengah dalam menyelesaikan berbagai hal. Banyak kendala dalam demokrasi di Indonesia, apalagi Indonesia merupakan negara bekas jajahan. Sebelum diperkenalkannya demokrasi, Indonesia menganut negara federal yang disebut Republik Indonesia Serikat. Namun hal tersebut tidak bertahan lama karena bangsa Indonesia ingin kembali ke negara yang digagas oleh para founding fathersnya yaitu Negara Kesatuan Republik Indonesia atau yang lebih dikenal dengan NKRI.

Setelah sekian lama mengalami gejolak, lahirlah sejarah politik baru pada tahun 1955, karena pada tahun itulah diadakan pemilu pertama. Inilah bentuk pesta demokrasi yang sudah lama dinantikan masyarakat. Hasil pemilu ini melahirkan

beberapa lembaga negara, antara lain Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan Konstituante (yang pada dasarnya MPR atau Majelis Permusyawaratan Rakyat).

Tabel 1.2

Perolehan Suara dan Jumlah Kursi yang Diperoleh Dalam Pemilu 1955

Partai Politik	Persentase (%)	Jumlah Kursi
PNI	22,3	57
Masyumi	20,9	57
NU	18,4	45
PKI	16,4	39
PSII	2,9	8
Parkindo	2,6	8
Partai Katolik	2,0	6
PSI	2,0	6
Lain-lain	12,5	32
Total	100	257

Sumber: Firmanzah (2012)

Sistem demokrasi Indonesia secara bertahap semakin matang, terutama di era pasca reformasi. Perubahan struktur mekanisme pemilihan kepala daerah memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan riset pemasaran politik. Terutama perilaku pemilih, karena untuk memenangkan suara terbanyak baik kandidat maupun partai perlu memahami target pemilihnya.

Terlebih lagi, pada tahun 2024 bisa disebut sebagai tahun politik oleh sejumlah kalangan. Sebab, pada tahun tersebut akan berlangsung pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden, Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota. Hal tersebut dilaksanakan sesuai Amanah Undang-undang

Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Dalam pemilu 2024 ada 18 partai politik nasional dan 6 partai politik lokal di Aceh.

Tabel 1.3

**REKAPITULASI DAFTAR CALON SEMENTARA ANGGOTA DPRD
KOTA BEKASI DAN PEMENUHAN KETERWAKILAN PEREMPUAN
TAHUN 2024**

NO URUT	PARTAI POLITIK PESERTA PEMILU	AKRONIM	TOTAL CALON SEMENTARA		% KETERWAKILAN PEREMPUAN
			L	P	
1	Partai Kebangkitan Bangsa	PKB	35	15	30%
2	Partai Gerakan Indonesia Raya	Partai Gerindra	33	17	34%
3	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	PDI Perjuangan	33	17	34%
4	Partai Golongan Karya	Partai GOLKAR	33	17	34%
5	Partai Nasdem	NasDem	34	16	32%
6	Partai Buruh	Partai Buruh	34	15	31%
7	Partai Gelombang Rakyat Indonesia	GELORA INDONESIA	32	17	35%
8	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	PKS	32	17	35%
9	Partai Kebangkitan Nusantara	PKN	24	18	43%
10	Partai Hati Nurani Rakyat	HANURA	33	17	34%
12	Partai Amanat Nasional	PAN	33	17	34%
13	Partai Bulan Bintang	PBB	26	14	35%
14	Partai Demokrat	PD	33	17	34%
15	Partai Solidaritas Indonesia	PSI	34	16	32%
16	PARTAI PERINDO	PERSATUAN INDONESIA	29	20	41%
17	Partai Persatuan Pembangunan	PPP	32	17	35%

24	Partai Ummat	Partai Ummat	34	15	31%
----	--------------	--------------	----	----	-----

Sumber: kpu.go.id

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Bekasi telah merampungkan daftar calon sementara (DCS) anggota DPRD Kota Bekasi, sehingga menjadi tonggak penting dalam persiapan pemilu 2024. Sebanyak 826 calon legislative (bacaleg) dari 17 partai politik telah dinyatakan lolos secara administratif dan resmi bergabung dalam DCS. Capaian tersebut merupakan hasil serangkaian tahapan verifikasi administratif yang dilakukan KPU Kota Bekasi melalui aplikasi Sistem Informasi Calon.

Lembaga Survei Indonesia (LSI) merilis hasil temuan pendapat terkini mengenai elektabilitas partai politik menjelang pemilu 2024. Direktur Eksekutif LSI Djayadi Hanan mengatakan, elektabilitas partai mengalami tren penurunan selama setahun terakhir. Djayadi menjelaskan, pada survei terakhir, PDIP hanya menerima 17,7% responden. Kemudian, Partai Gerindra 12,8%, Golkar 7,8%, Partai Kedilan Sejahtera (PKS) 7,6%, Partai Demokrat 5,4%, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) 4,4%, Partai NasDem 4,1%, Partai Perindo 3,1%. Sedangkan dukungan terhadap partai lain turun di bawah 2 persen.

Keberadaan ruang politik ini tentu saja memunculkan berbagai partai politik mengusung jagoan masing-masing partai. Jika melihat persaingan yang ada, tentu saja partai politik sedang menembakkan senjatanya dengan segala strategi politik yang ada untuk merebut suara dan merebut simpati masyarakat guna membangun citra politiknya. Menjelang pemilihan tahun 2024 ini akan dipilih melalui proses demokrasi. Banyak pengamat politik melihat persaingan demokrasi yang moderat

sebagai satu hal yang menarik menjelang pemilu 2024. Hal ini terlihat dari berbagai strategi yang dilakukan para kandidat dari berbagai partai untuk meraih simpati masyarakat saat mengukung calon-calon dari partainya.

Semakin mendekati pemilu partai politik mulai menunjukkan praktik marketing politik. mereka menggunakan berbagai teknik pemasaran politik untuk memasarkan pemimpin partai, program kerja, dan isu-isu politik kepada masyarakat dan konstituen. Partai politik yang memiliki praktik marketing politik paling terkenal di Indonesia antara lain Partai Demokrat, Partai Gerindra, dan Partai Solidaritas Indonesia (PSI).⁵ dan juga ada Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dan Partai Persatuan Indonesia (Perindo) yang membahas strategi politik partainya dengan melibatkan segmentasi, targeting, dan positioning pasar, serta penggunaan riset opini dan analisis lingkungan sebagai bagian dari strategi pemasaran politik.⁶

Tabel 1.4

JUMLAH DPT KOTA BEKASI TAHUN 2024

NO	JUMLAH KECAMATAN	JUMLAH KELURAHAN	JUMLAH TPS	DP4 PEMILU 2024		
				L	P	L+P
1	12	56	7.078	891.878	917.696	1.809.574

Sumber: kpu.go.id

Menurut data terbaru KPU, jumlah pemilih tetap di Pemilu Kota Bekasi bisa dikatakan sangat besar, apalagi wilayah administrasi Kota Bekasi yang cukup luas, sehingga pemilihan ini akan sengit, karena calon-calon akan memperebutkan posisi-posisi mereka yang akan terjadi pada tahun 2024. Pertama, partai-partai ini

⁵ Zafar Siddik Pohan, Political Marketing Partai Politik dalam Pemilihan Umum Presiden Tahun 2009. Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas ISIPOL UMA

⁶ Indra Ikrimah Fauziah, Strategi Pemasaran Politik Partai Perindo Menuju Pemilihan Umum 2019 di Jawa Timur. Jurnal FISIP Unair 2019

harus mampu menarik suara dari pelosok sehingga bisa bersaing bukan hanya soal biaya tetapi juga berebut ide program yang nantinya harus ditawarkan kepada masyarakat. Kota Bekasi bukan hanya bagian dari wilayah pemungutan suara, tetapi seluruh wilayah Kota Bekasi.

Bekasi merupakan sebuah Kota di Jawa Barat, Indonesia yang dikenal sebagai kota satelit Jakarta. Nama “Bekasi” yang berasal dari kata “Bagasasi” yang berarti “Candrabaga” dalam prasasti Tugu dari zaman Kerajaan Tarumanegara. Bekasi memiliki sejarah yang panjang dan dinamis, termasuk pernah menjadi ibu kota Kerajaan Tarumanegara di masa lalu. Kota ini memiliki populasi yang beragam, dengan mayoritas adalah orang Jawa, Betawi, dan Sunda. Beragamnya suku bangsa di Kota Bekasi berdampak pada perbedaan budaya dan adat istiadat masyarakatnya. Keberagaman politik di Kota Bekasi mencerminkan sifat dinamis dari tata kelola kota dan proses pengambilan keputusan. Selain itu, komitmen kota terhadap keberagaman, toleransi dan menghargai perbedaan terlihat jelas dalam upaya memajukan kerukunan dan persatuan umat beragama di antara warganya. Bekasi juga dikenal sebagai pusat industri dan kehidupan perkotaan, dengan banyak kota mandiri yang dibangun di wilayah tersebut.

Perilaku pemilih di Bekasi menunjukkan banyaknya keberagaman politik dan budaya di Kota ini. Dengan adanya keberagaman suku bangsa, yang terdiri dari Jawa, Betawi, Sunda, Batak dan Minangkabau, masyarakat Bekasi memiliki berbagai budaya dan persepsi politik. Keberagaman politik juga terlihat dari berbagai forum dan acara yang diadakan untuk mempromosikan toleransi dan kebersamaan, seperti Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Bekasi.

Perilaku pemilih di Bekasi juga menunjukkan banyaknya pengaruh faktor-faktor lain, seperti pendidikan, ekonomi, dan infrastruktur. Dengan adanya keberagaman politik, pemilih di Bekasi memilih antara berbagai partai politik yang memiliki visi dan misi yang berbeda-beda, yang mencerminkan perilaku pemilih yang dinamis dan berbeda-beda.

Dilihat dari situasi pemilu Kota Bekasi, pilihan partai politik memang menunjukkan perubahan, namun ada juga yang cenderung tidak berubah. Apa yang mempengaruhi pemilihan partai politik? Dalam kajian tentang pilihan politik dalam pemilu nasional yang diungkapkan dalam buku “Kaum Demokrat Kritis”, ia berpendapat bahwa perubahan pilihan politik menunjukkan bahwa Indonesia lebih rasional dalam menentukan pilihan politik.⁷

Mujani dkk menilai perilaku memilih di Indonesia lebih cenderung ke pendekatan pilihan rasional. Menurut pendekatan ini, pertama-tama publik menilai keadaan ekonomi saat ini atau bagaimana periode pemilu dibandingkan tahun lalu. Jika pemilih merasa lebih baik maka pemilih kembali memilih kandidat atau partai yang sedang berkuasa. Sebaliknya jika kondisi ekonomi lebih buruk, maka pemilih tidak akan memilih kembali calon ataupun partai yang sedang berkuasa tersebut.

Perilaku memilih dalam masyarakat merupakan aspek penting pendukung suksesnya penyelenggaraan pemilu, perilaku pemilih masyarakat yang dimaksud seperti pelaksanaan kampanye, partai politik, dan pelaksanaan pemungutan suara. Tindakan pemungutan suara adalah tindakan yang dengannya seseorang

⁷ Saiful Mujani, R. William Liddle, dan Kuskritho Ambardh, *Kaum Demokrat Kritis* (Jakarta: KPG (kepuustakaan Populer Gramedia, 2019) hlm 286

memutuskan pilih mana yang akan di anggap favorit atau cocok dengannya. Pada dasarnya perilaku pemilih dapat dipengaruhi oleh tiga aspek atau faktor yaitu faktor sosiologis, psikologis, dan rasional.⁸

Lebih lanjut, Butler dan Collins (2001) menemukan peningkatan volatilitas atau ketidakstabilan dalam perilaku pemilih. Hal ini membuat keberpihakan pemilih lebih sulit diprediksi. Ketidakstabilan perilaku pemilih banyak dipengaruhi oleh melemahnya ikatan ideologi antara pemilih dengan partai atau kandidat, berakhirnya perang ideologi dan bangkitnya materialism kapitalis, yang menyebabkan pemilih saat ini menjadi lebih pragmatis dan selektif yang bermanfaat bagi dirinya sendiri, mampu memberikan produk politik yang lebih baik dibandingkan kompetitor. (Firmanzah, 2008)

Penelitian empiris mengenai pemasaran politik (penggunaan pemasaran dalam kampanye politik) masih jarang. Karya ilmiah yang diterbitkan tetap bersifat konseptual. Riset pemasaran politik sampai saat ini masih sebatas konsep pengukuran dan hanya sedikit uji empiris yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan kajian empiris terhadap *mix-marketing* politik dan memahami *mix-marketing* politik dengan mengeksplorasi indikator-indikator elemen *mix-marketing*, antara lain produk politik, harga politik, promosi politik dan distribusi politik. Dengan adanya fenomena tahun politik 2024 ini maka sejalan dengan uraian di atas apakah *mix-marketing* politik berpengaruh terhadap perilaku pemilih, maka penulis tertarik

⁸ Yustiningrum, RR Emilian dan Wawan Ichwanuddin. Partisipasi Politik dan Perilaku Memilih Pada Pemilu 2014. 2015. Jurnal Penelitian Politik. Vol 12 No 1 hlm.119

untuk menyajikan skripsi berjudul “Pengaruh *Political Marketing Mix* Terhadap Perilaku Pemilih Menjelang Pemilihan Umum 2024 di Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi”.

B. Rumusan Masalah

Dari kesimpulan di atas penulis merumuskan masalah yaitu “sejauhmana Pengaruh *Political Marketing Mix* Terhadap Perilaku Pemilih Menjelang Pemilihan Umum 2024 di Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi?”

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan supaya penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang berdasarkan tujuan utama penelitian. Oleh karena itu, penulis memfokuskan pembahasan pada pokok permasalahan penelitian, yaitu pada *Marketing mix* partai politik terhadap perilaku pemilih masyarakat di Kecamatan Bekasi Barat.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak dari *Political Marketing Mix* dalam mempengaruhi perilaku pemilih masyarakat di Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur akademis dalam bidang ilmu politik, khususnya dalam pemahaman tentang *Political Marketing Mix* dan perilaku pemilih.

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti lain yang tertarik pada topik yang sama.

- b. Penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan atau menguji teori-teori terkait dengan *political marketing mix* dan perilaku pemilih.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi partai politik yang berkompetisi dalam pemilu di Kota Bekasi. Mereka dapat menggunakan temuan penelitian untuk merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pemilih.
- b. Pemilih di Kota Bekasi akan mendapatkan manfaat praktis dari penelitian ini seperti bagaimana faktor-faktor tertentu memengaruhi perilaku pemilih dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam pemilu.