

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penurunan elektabilitas dan masih kurang berkembangnya Partai Bulan Bintang pada Pemilihan Umum Legislatif Kota Tasikmalaya tahun 2019. Penelitian ini didasari oleh teori marketing politik yang dikemukakan dalam buku Firmanzah. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, mulai dari penetapan informan, mengajukan pertanyaan, mewawancarai informan, melakukan analisis wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber.

Dalam hasil penelitian ini mengungkap bahwa Partai Bulan Bintang masih mengandalkan atau mentarget segmentasi yang sudah memiliki hubungan historis dengan Partai Masyumi saja yang terletak di daerah pemilihan 2 di Kota Tasikmalaya. Hal ini dikarenakan masih kekurangannya dana serta SDM di Partai Bulan Bintang Kota Tasikmalaya. Kemudian terdapat *manuver* politik yang dilakukan oleh pusat yang berakibat banyak yang tidak setuju dengan keputusan yang diambil oleh Ketua Umum Partai Bulan Bintang yang pada akhirnya Partai Bulan Bintang pada Pemilihan Umum Legislatif Kota Tasikmalaya Tahun 2019 elektabilitasnya semakin menurun.

Kata Kunci: Partai Bulan Bintang, Pemilu 2019, Marketing Politik