

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the strategy of obtaining seats of Islamic political parties in legislative elections in Samosir Regency during the reform era. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data collection techniques, namely interviews and documentation. The results of this study show that the strategy of Islamic political parties (PKB and PAN parties) in obtaining seats in the legislative elections in Samosir Regency is by 4P political marketing, namely product, promotion, price and place. Product is to select candidate candidates by taking into account domicile, identity and figure. Promotion is by door to door method, billboard media, local news media, Facebook social media and clan approach. Price is the comfort of voters towards candidates because they have the same religion and ethnicity. Place is by targeting voters from all walks of life ranging from millennial voters, parent voters and the elderly as well as from families because in Samosir Regency is still thick with kinship or often referred to as Dalihan Natolu and recruiting candidates or figures by analyzing the characteristics and needs of the community in each region in Samosir Regency.

Keywords: Islamic Political Party, Political Marketing, Legislative Election

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi keterperolehan kursi partai politik islam pada pemilihan legislatif di Kabupaten Samosir pada era reformasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi partai politik islam (partai PKB dan PAN) dalam memperoleh kursi pada pemilihan legislatif di Kabupaten Samosir yaitu dengan marketing politik 4P yaitu product, promotion, price dan place. Product yaitu memilih kandidat caleg dengan memperhatikan domisili, identitas dan ketokohan/figure. Promotion yaitu dengan metode door to door, media baliho, media berita lokal, media sosial facebook dan pendekatan marga. Price yaitu kenyamanan pemilih terhadap caleg karena memiliki agama dan etnis yang sama. Place yaitu dengan menyasar pemilih dari semua kalangan mulai dari pemilih milenial, pemilih orangtua dan para lansia serta dari kalangan keluarga karena di Kabupaten Samosir masih kental dengan kekerabatan atau sering disebut dengan *Dalihan Natolu* serta melakukan rekrutmen caleg atau figure dengan menganalisis karakteristik dan kebutuhan masyarakat di tiap daerah yang ada di Kabupaten Samosir.

Kata Kunci : Partai Politik Islam, Marketing Politik, Pemilu Legislatif