

**PEMASARAN POLITIK CALON LEGISLATIF PEREMPUAN PAN
SE-PULAU JAWA MELALUI INSTAGRAM
PADA KAMPANYE PEMILU 2024**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Aloysia Giveny Gracia B

21.M1.0089

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

**PEMASARAN POLITIK CALON LEGISLATIF PEREMPUAN PAN
SE-PULAU JAWA MELALUI INSTAGRAM
PADA KAMPANYE PEMILU 2024**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Aloysia Giveny Gracia B

21.M1.0089

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

POLITICAL MARKETING OF PAN WOMEN LEGISLATIVE CANDIDATES THROUGHOUT JAVA THROUGH INSTAGRAM IN THE 2024 ELECTION CAMPAIGN

Aloysia Giveny Gracia B

Universitas Katolik Soegijapranata

ABSTRACT

During the campaign period for the 2024 DPR RI Legislative Candidate election, PAN female artist candidates tried to introduce themselves to the public. One of the ways that PAN female artist candidates do this is by implementing 4P political marketing on Instagram social media. As a public figure who is also a woman, the candidates have a special role to voice the voices of women and small communities as a candidate. This research will analyze the political marketing carried out by female artist candidates throughout Java using the theory of needles and persuasive communication. This research uses a qualitative method with descriptive data presentation and case study research method. Data collection techniques were carried out by interview, non-participant observation, and documentation. The data obtained were analyzed using data reduction techniques, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that there were three concepts out of four political marketing concepts carried out by PAN female artist candidates on Instagram, product, promotion, and place. The three concepts were chosen because each has the power to strengthen the candidate's image, build public trust, and motivate the public to provide support. Social media, especially Instagram, has an important role in uploading their activities during the campaign and getting closer to the public by sharing their daily activities. PAN's nine female artist candidates utilize Instagram as a campaign tool by establishing dialogue, communication, and online promotion to increase public trust in them and their party. Candidates who optimize the profile and comment features can build their political identity on Instagram and interact with the public flexibly without being limited by time and location. The conclusion of this study is that PAN female artist candidates utilize political marketing and social media features to campaign on Instagram.

Keywords: *needle theory, political communication, political marketing, political messages, social media, women*

PEMASARAN POLITIK CALON LEGISLATIF PEREMPUAN PAN SE-PULAU JAWA MELALUI INSTAGRAM PADA KAMPANYE PEMILU 2024

Aloysia Giveny Gracia B

Universitas Katolik Soegijapranata

ABSTRAK

Selama masa kampanye pemilihan Calon Legislatif (Caleg) DPR RI 2024, para caleg artis perempuan PAN berusaha untuk memperkenalkan dirinya kepada masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan oleh caleg artis perempuan PAN adalah dengan menerapkan pemasaran politik 4P di media sosial Instagram. Sebagai seorang *public figure* yang juga seorang perempuan, para caleg memiliki peran khusus untuk menyuarakan suara perempuan dan masyarakat kecil sebagai seorang caleg. Penelitian ini akan menganalisis pemasaran politik yang dilakukan oleh caleg artis perempuan Se-Pulau Jawa menggunakan teori jarum suntik dan komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian data deskriptif dan metode riset studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi non partisipan, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga konsep dari empat konsep pemasaran politik yang dilakukan oleh caleg artis perempuan PAN di Instagram, yaitu *product*, *promotion*, dan *place*. Ketiga konsep tersebut dipilih karena masing-masing memiliki kekuatan untuk memperkuat citra caleg, membangun kepercayaan publik, dan memotivasi masyarakat dalam memberikan dukungan. Media sosial khususnya Instagram memiliki peran yang cukup penting untuk mengunggah kegiatannya selama kampanye dan mendekatkan diri kepada masyarakat dengan membagikan kegiatan sehari-hari. Sembilan caleg artis perempuan PAN memanfaatkan Instagram sebagai sarana kampanye dengan menjalin dialog, komunikasi, serta promosi daring guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mereka maupun partai. Caleg yang mengoptimalkan fitur profil dan komentar dapat membangun identitas politiknya di Instagram serta berinteraksi dengan masyarakat secara fleksibel tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi. Kesimpulan penelitian ini adalah caleg artis perempuan PAN memanfaatkan pemasaran politik dan fitur media sosial untuk melakukan kampanye di Instagram.

Kata Kunci : teori jarum, komunikasi politik, pemasaran politik, pesan politik, media sosial, perempuan