

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**STRATEGI KAMPANYE PASANGAN CALON KEPALA DAERAH CELLICA-AEP PADA PILKADA KABUPATEN KARAWANG TAHUN 2020**” dalam melakukan rancangan strategi kampanye serta inovasi program yang dicanangkan perlu ada penyesuaian dengan kondisi pandemi covid-19 yang sedang terjadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye yang dilakukan pasangan Cellica-Aep pada pilkada Kabupaten Karawang tahun 2020, mulai dari analisa produk kampanye yang akan ditawarkan kepada publik hingga implementasi dan penggunaan metode kampanye. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, dokumentasi serta wawancara secara mendalam dengan informan yang telah ditentukan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Marketing Politik (4P). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasangan Cellica-Aep berhasil melakukan strategi kampanye dengan baik dan tepat. Analisis *product, promotion, price, place* (4P) dilakukan dengan baik, tepat dan terukur. Penggunaan *Mix political marketing* dalam metode kampanye menjadi bentuk optimalisasi strategi kampanye yang dilakukan. Kampanye *door to door*, pelibatan tokoh masyarakat, dan penggunaan media massa dan media sosial secara optimal menjadi sarana penyampaian informasi tentang Cellica-Aep beserta inovasi program yang dicanangkan kepada masyarakat Kabupaten Karawang. Segala upaya yang dilakukan oleh tim pemenangan dan kandidat Cellica-Aep berhasil memenangkan kontestasi pilkada Kabupaten Karawang Tahun 2020.

**Kata Kunci:** *Strategi Kampanye, Marketing Politik, Pilkada*

## ABSTRACT

Study this entitled "***CAMPAIGN STRATEGY FOR CELLICA-AEP REGIONAL HEAD CANDIDATES IN THE 2020 KARAWANG REGENCY ELECTION***" in do campaign strategy design as well as program innovation that was launched need there is adjustment with condition the on going covid-19 pandemic happen .

Study this aim for know the campaign strategy couple Cellica-Aep in the election Karawang Regency in 2020, start from analysis product the campaign that will offered to public until implementation and use method campaign . Method used in study this is descriptive qualitative , while data collection is done with studies bibliography, documentation as well as interview by deep with informants who have determined . The theory used in study this is Political Marketing (4P). Research results this showing that couple Cellica-Aep succeed carry out campaign strategy with good and right . Analysis *of product, promotion, price, place* (4P) is done with good , precise and measurable . Use *Mix political marketing* in method campaign Becomes form optimization of the campaign strategy carried out . Campaign *door to door*, engagement figure society , and the use of mass media and social media optimally be means delivery information about Cellica-Aep along with program innovation that was launched to public Karawang Regency . All the efforts made by the team winners and candidates Cellica-Aep succeed win contest election Karawang Regency in 2020.

**Keywords :** *Campaign Strategy , Political Marketing , Pilkada*

## RINGKESAN

Pangajaran ieu anu judulna "***STRATEGI KAMPANYE CALON KEPALA DAERAH CELLICA-AEP PILIH KABUPATEN KARAWANG TAHUN 2020***" di ngalakukeun rarancang strategi kampanye sakumaha ogé inovasi program anu diluncurkeun peryogi aya pangaluyuan kalawan kaayaan pandémik covid -19 anu lumangsung kajadian .

Pangajaran ieu tujuan pikeun terang strategi kampanye pasangan Cellica-Aep dina pamilihan Kabupatén Karawang taun 2020, dimimitian ti analisis produk kampanye anu bakal ditawarkeun ka umum nepi ka palaksanaan sarta pamakéan métode kampanye . Métode anu digunakeun di diajar ieu nyaéta déskriptif kualitatif , sedengkeun ngumpulkeun data geus rengse kalawan pangajian pustaka , dokuméntasi sakumaha ogé wawancara ku jero kalawan informan anu geus ditangtukeun . Téori anu digunakeun di diajar ieu nyaéta Pemasaran Pulitik (4P). Hasil panalungtikan ieu némbongkeun nu pasangan Cellica-Aép suksés ngalaksanakeun strategi kampanye kalawan saé sareng leres . Analisis *produk, promosi, harga, tempat* (4P) dilakukeun kalawan alus , tepat jeung bisa diukur . Paké *Campur pamasaran pulitik* di métode kampanye janten wujud optimasi strategi kampanye anu dilaksanakeun . Kampanye *panto ka panto*, papancangan inohong masarakat , sarta pamakéan média massa jeung média sosial optimal janten hartina pangiriman inpormasi ngeunaan Cellica-Aép sareng inovasi program anu diluncurkeun ka umum Kabupatén Karawang . Sadayana usaha anu dilakukeun ku tim winners jeung calon Cellica-Aép suksés meunang kontes pamilihan Kabupatén Karawang taun 2020.

**Kata Kunci :** *Strategi Kampanye , Pemasaran Pulitik , Pilkada*