

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kecerdasan buatan (AI) dalam strategi komunikasi pemasaran politik pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming pada Pemilu 2024. Masalah utama yang diidentifikasi adalah bagaimana AI dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kampanye politik melalui strategi komunikasi bauran pemasaran 4P dengan menjangkau pemilih muda melalui teknologi digital. Solusi yang diajukan adalah penerapan AI dalam analisis data pemilih dan pengembangan pesan kampanye yang relevan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif dengan studi kasus, yang memungkinkan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang sedang berlangsung. Sumber data penelitian terdiri dari data primer, yaitu wawancara dengan tim kampanye, serta data sekunder berupa literatur terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi di kantor DPD Partai Golkar Jawa Barat, dengan teknik purposive dan snowball sampling. Teknik analisis data menggunakan metode studi kasus, yang melibatkan identifikasi pola dalam konten kampanye. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga Oktober 2024 di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI berperan besar dalam menyusun strategi kampanye yang lebih personal dan terarah, termasuk dalam pemilihan platform media sosial yang tepat serta produksi konten visual yang relevan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan hubungan dengan pemilih muda.

Kata Kunci: Kata Kecerdasan Buatan, Kampanye Politik, Strategi Komunikasi Marketing, Pemilu.