

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai latar belakang kemenangan *Bharatiya Janata Party* (BJP) dalam Pemilu *Lok Sabha* ke-16 di India pada tahun 2014. Kemenangan partai oposisi pemerintahan ini diperoleh secara mayoritas melalui perolehan suara dengan 287 kursi dari total 543 kursi di Dewan Rakyat India setelah sebelumnya kalah pada pemilu 2 periode sebelumnya, masing-masing pada tahun 2004 dan 2009.

Penulis menggunakan teori *Rational Choice* Anthony Downs dan Angus Campbell serta teori Marketing Politik Bruce L. Newman untuk menjawab faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi kemenangan mayoritas BJP dalam pemilu 2014. Data-data yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis skripsi ini banyak menggunakan sumber yang berasal dari buku-buku, literatur, jurnal, surat kabar dan berbagai sumber internet.

Kesimpulan dalam skripsi ini menjelaskan latar belakang kemenangan BJP dipengaruhi oleh 1) Kemampuan BJP memanfaatkan isu-isu yang sedang berkembang dalam kampanye seperti pertumbuhan ekonomi yang lambat dan skandal korupsi yang melibatkan pejabat pemerintah, dan; 2) Keberhasilan BJP memanfaatkan peranan kemajuan teknologi informasi dan media sosial sebagai media kampanye dalam pemilu 2014.

Kata kunci: *Bharatiya Janata Party, Lok Sabha, India, Election, 2014, Narendra Modi, Ekonomi, Korupsi, Marketing Politik, Media Sosial.*