



STRATEGI MARKETING POLITIK EKO HENDRO PURNOMO (EKO PATRIO) DALAM MEMENANGKAN PEMILU DPR RI PERIODE 2024

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik

Nama : Muhammad Rizky

Nim : 2110413050



PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**STRATEGI MARKETING POLITIK EKO HENDRO
PURNOMO (EKO PATRIO) DALAM MEMENANGKAN
PEMILU DPR RI PERIODE 2024**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Muhammad Rizky

2110413050

**JURUSAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA 2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Rizky
NIM : 21104113050
Program Studi : Ilmu Politik

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Mei 2023

Yang menyatakan,


Muhammad Rizky

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky
NIM : 2110413050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI MARKETING POLITIK EKO HENDRO PURNOMO (EKO PATRIO) DALAM MEMENANGKAN PEMILU DPR RI PERIODE 2024

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 18 Juni 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Rizky

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Muhammad Rizky
NIM : 2110413050
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : Strategi Marketing Politik Eko Hendro Purrama
(Eko Patrio) dalam memenangkan pemilu DPR RI periode 2024

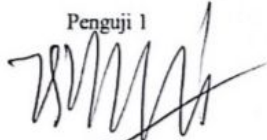
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



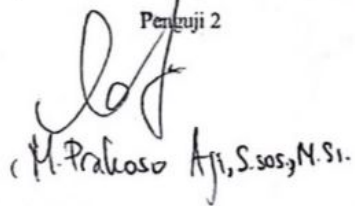
(Dr. Ardi Johan Kusuma, S.IP, M.HI.)

Penguji 1



(Dr. Nurdin, M.Si)

Penguji 2



(M. Prakoso Aji, S.sos, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 3 Juli 2025

STRATEGI MARKETING POLITIK EKO HENDRO PURNOMO (EKO PATRIO) DALAM MEMENANGKAN PEMILU DPR RI PERIODE 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi marketing politik yang digunakan oleh Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio) dalam memenangkan Pemilu DPR RI periode 2024. Eko Patrio, yang dikenal sebagai artis dan presenter, telah menunjukkan konsistensi elektabilitas dengan terpilih sebagai anggota DPR RI selama empat periode berturut-turut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam serta analisis dokumen dari sumber data primer dan sekunder. Teori marketing politik yang digunakan adalah bauran pemasaran 4P (product, price, place, promotion), yang dianalisis dalam konteks pemilihan umum legislatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing politik Eko Patrio tidak hanya mengandalkan popularitas sebagai artis, tetapi juga meliputi pencitraan personal yang positif, segmentasi wilayah pemilihan yang tepat, komunikasi politik yang efektif, serta sinergi dengan visi-misi Partai Amanat Nasional (PAN). Keberhasilan Eko Patrio dalam memenangkan kursi legislatif di dua daerah pemilihan yang berbeda memperlihatkan kemampuan adaptasi strategi marketing politik yang efektif sesuai dengan karakteristik demografis dan sosio kultural pemilih. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika marketing politik figur publik dalam kontestasi politik di Indonesia.

Kata Kunci : Marketing Politik, Pemilu Legislatif, Eko Patrio

**EKO HENDRO PURNOMO'S (EKO PATRIO) POLITICAL MARKETING
STRATEGY IN WINNING THE 2024 DPR RI ELECTION**

ABSTRACT

This study aims to analyze the political marketing strategies used by Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio) in winning the 2024 Indonesian House of Representatives election. Eko Patrio, known as an artist and presenter, has demonstrated consistent electability by being elected as a member of the DPR RI for four consecutive terms. This study employs a qualitative approach, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews and document analysis from primary and secondary data sources. The political marketing theory employed is the 4P marketing mix (product, price, place, promotion), analyzed within the context of legislative elections. The results of the study indicate that Eko Patrio's political marketing strategy does not only rely on his popularity as an artist but also includes positive personal branding, accurate segmentation of electoral districts, effective political communication, and synergy with the vision and mission of the National Mandate Party (PAN). Eko Patrio's success in winning legislative seats in two different electoral districts demonstrates the ability to adapt effective political marketing strategies according to the demographic and socio-cultural characteristics of voters. Thus, this study provides an important contribution to understanding the dynamics of political marketing by public figures in political contests in Indonesia.

Keywords: *Political Marketing, Legislative Elections, Eko Patrio*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI MARKETING POLITIK EKO HENDRO PURNOMO (EKO PATRIO) DALAM MEMENANGKAN PEMILU DPR RI PERIODE 2024”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tentu bukan hal yang mudah. Penulis menghadapi berbagai tantangan, baik secara teknis, akademis, maupun mental. Namun berkat doa, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ardli Johan Kusuma, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing sampai dengan selesai. Terima kasih telah mendorong, membantu, dan percaya pada penulis dalam prosesnya menyelesaikan skripsi ini
2. Seluruh informan yang bersedia memberikan informasi, waktu, dan pengalaman dari sudut pandang yang bermanfaat dalam proses penelitian ini
3. Kedua orang tua penulis, Bapak Alm. Muhamad Arsyad dan Ibu Nurlaela Farida. terima kasih atas cinta, dukungan, dan doa yang tak pernah putus menyertai setiap langkah penulis. Maaf kepada Papa, karena penelitian ini belum sempat menjadi persembahan penulis semasa Papa hidup. Namun, setiap proses yang penulis jalani selalu disertai harapan agar Papa bangga dari sana. Dan untuk Mama, ini adalah bukti bahwa penulis mampu menyelesaikan pendidikan, menjalani penelitian ini, dan melewati seluruh prosesnya dengan sebaik mungkin. Segala pencapaian ini penulis persembahkan untuk Mama.
4. Qanita Chandrakinanti, sosok yang bukan hanya menjadi partner dalam menulis, tetapi juga dalam hidup. Terima kasih telah selalu mendorong, percaya, dan mendoakan setiap langkahku. Kehadiranmu di setiap proses benar-benar berarti buatku, dan kamu akan selalu menjadi bagian terpenting dalam perjalanan ini dan seterusnya. Semoga kita bertahan hingga seterusnya.

5. Sahabat Ilmu Politik penulis, ANADIA (Analitika dan Dialektika), Achmad Faris Yazid, Januar Pratama, Muhammad Daffa A., Muhammad Noval R., Alma Nur S., Rayi Nirbita, Indyra Kharinsa, Ananda Clarissa, Fany Dwi L, Nirina Jelita, dan Canza Anadya yang selalu menemani penulis semasa proses perkuliahan hingga penelitian ini selesai. Terima Kasih telah kebersamaan.
6. Reifazmy Haidar, M. Hanalfi Ibro, Akmal Muzakki, Farrel Ardiansyah, Nanda Panca Mustaqim, Raihansyah Patria Abidin, Laode Kevin dan Muhammad Rafi Aulia terima kasih atas dorongan dan bantuannya kepada penulis untuk terus berproses hingga menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Meskipun nama-nama tidak tercantum, tidak sedikitpun mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis atas segala dukungan, semangat, dan bantuan yang telah diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
8. Terima kasih kepada diri penulis sendiri, yang meskipun sering merasa tertinggal, tetap memilih untuk melanjutkan. Dalam rasa ragu dan lelah, penulis tetap bertahan dan percaya bahwa akhir akan datang pada waktunya. Kini, semua usaha itu akhirnya membawa penulis sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi, teknik penulisan, maupun kajian teoritis. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara akademik maupun praktis, serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta, 7 Juni 2025

Muhammad Rizky

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Praktis	9
1.3.2 Tujuan Teoritis	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat praktis	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	11
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15

2.2 Konsep dan Teori Penelitian	30
2.2.1 Teori Marketing Politik.....	31
2.2.2 Pemilihan Umum Legislatif	34
2.3 Kerangka Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Jenis Penelitian.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Sumber Data	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.6 Tabel Rencana Waktu	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Profil Partai Amanat Nasional (PAN) dan Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio).....	46
4.1.1 Sejarah Partai Amanat Nasional.....	46
4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai Dasar PAN.....	48
4.1.3 Tujuan dan Fungsi PAN.....	50
4.1.4 Struktur Organisasi PAN dan Peran Eko Patrio.....	52
4.1.5 Profil Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio).....	53
4.1.6 Posisi di DPR RI Dan Dalam Struktur Partai Amanat Nasional.....	57
4.1.7 Perkembangan PAN dan Relevansinya dengan Figur Eko Patrio	58
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	59

4.2.1 Strategi Marketing Politik Eko Patrio dalam Pemilu DPR RI 2024	59
4.2.2 Basis Dukungan Pemilih kemenangan PAN serta Eko Patrio (Khususnya di Dapil DKI Jakarta I).....	62
4.3 Pembahasan Temuan Berdasarkan Teori 4P	66
4.3.1 <i>Product</i> (Produk Politik) yang dikemas oleh Eko Patrio	67
4.3.2 <i>Promotion</i> (Promosi Politik)	73
4.3.3 <i>Place</i> (Distribusi Politik).....	78
4.3.4 <i>Price</i> (Biaya Politik dan Konsekuensinya)	81
4.4 Keterkaitan Konsep dengan Strategi Marketing Politik Eko Patrio.....	84
4.5 Keterikatan Teori Marketing Politik Dengan Promosi yang dilakukan oleh Eko Patrio.	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN 1	99
LAMPIRAN 2	100
LAMPIRAN 3	109
LAMPIRAN 4.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Artis yang Mengikuti Pemilu	2
Tabel 1.2 Jumlah Suara Artis yang Lolos dalam Pemilu	3
Tabel 1.3 Tabel Perolehan Suara Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio).....	6
Tabel 3.1 Tabel Rencana Waktu	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sejarah Partai Amanat Nasional.....	46
Gambar 4.2 Profil Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio)	53
Gambar 4.3 Poster Pan.....	55
Gambar 4.4 Webinar Nasional Strategi Digitalisasi Pemasaran dan Kampanye Politik pada Pemilu 2024	77
Gambar 4.5 Profil Instagram Eko Patrio.....	87
Gambar 4.6 Kanal YouTube Eko Patrio	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Biodata Penulis	99
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	100
Lampiran 3. Dokumentasi dengan Narasumber	109
Lampiran 4. Surat Riset.....	111