

**ANALISIS STRATEGI MARKETING POLITIK JAMALUDIN MALIK
PARTAI GOLONGAN KARYA DI KABUPATEN JEPARA PADA
PEMILIHAN LEGISLATIF DPR RI TAHUN 2024**

Rossela Arneta Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *marketing* politik Jamaludin Malik dari Partai Golongan Karya dalam kampanye Pemilihan Legislatif DPR RI Tahun 2024 di Kabupaten Jepara, dengan fokus strategi *marketing* politik secara konvensional dan digital di tengah persaingan politik yang ketat dalam kontestasi Pemilihan Legislatif DPR RI. Penelitian ini menggunakan teori *marketing* politik dari Philip Kotler. Objek penelitian aktivitas kampanye Jamaludin Malik dengan metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa strategi konvensional seperti blusukan dengan kostum *Ultraman* dan pemberian bantuan sosial terbukti lebih ampuh dalam membangun kepercayaan pemilih dibandingkan strategi digital, sementara *branding Ultraman* berhasil menciptakan perbedaan visual yang menarik bagi berbagai generasi, dan pendanaan mandiri memungkinkan alokasi biaya yang efisien berlandaskan *value based pricing*. Simpulan dari penelitian ini adalah strategi konvensional berbentuk interaksi langsung dan aksi simbolis menjadi faktor penentu kemenangan utama, sedangkan strategi digital berfungsi sebagai pendukung. Pendekatan *hybrid* ini berhasil membangun citra personal otentik dan dapat menjadi model kampanye daerah di era digital.

Kata Kunci: *Marketing Politik, Branding Politik, Kampanye Digital*

***ANALYSIS OF POLITICAL MARKETING STRATEGY OF JAMALUDIN
MALIK FROM GOLKAR PARTY IN JEPARA REGENCY FOR THE 2024
INDONESIAN LEGISLATIVE ELECTION (DPR RI)***

Rossela Arneta Putri

ABSTRACT

This study aims to analyze the political marketing strategy of Jamaludin Malik from the Golongan Karya Party (Golkar) during the 2024 Indonesian Legislative Election (DPR RI) campaign in Jepara Regency, focusing on both conventional and digital political marketing strategies amid intense political competition. The research employs Philip Kotler's political marketing theory, with the object of study being Jamaludin Malik's campaign activities. A qualitative descriptive approach is used, with data collected through in-depth interviews and documentary studies. The findings reveal that conventional strategies such as grassroots campaigning (blusukan) in an Ultraman costume and providing social assistance proved more effective in building voter trust than digital strategies. The Ultraman branding successfully created distinctive visual appeal across generations, while self-funded campaigning enabled efficient cost allocation based on value-based pricing. The study concludes that direct interaction and symbolic actions were the primary determinants of victory, with digital strategies playing a supplementary role. This hybrid approach effectively crafted an authentic personal image and could serve as a model for regional campaigns in the digital era.

Keywords: Political Marketing, Political Branding, Digital Campaign