

**STRATEGI KAMPANYE POLITIK CALON ANGGOTA
LEGISLATIF DPR RI: STUDI KASUS KEMENANGAN KE-2
KALI ROFIK HANANTO PARTAI KEADILAN SEJAHTERA
(PKS) DAPIL JAWA TENGAH VII PEMILU LEGISLATIF
TAHUN 2024**

Rio Adryawan

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis dan mengkaji secara detail terkait strategi kampanye politik calon anggota legislatif DPR RI Rofik Hananto dari Partai Keadilan Sejahtera di Dapil Jawa Tengah VII pada Pemilu Legislatif Tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik *Qualitative Content Analysis* dari Philipp Mayring, berdasarkan wawancara dengan Rofik Hananto, tenaga ahli tim kampanye serta dokumentasi pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rofik Hananto berhasil memenangkan kontestasi Pemilu Legislatif untuk kedua kalinya dengan perolehan 126.658 suara dan menempati urutan kedua di Dapil Jawa Tengah VII yang dikenal sebagai basis PDIP. Strategi kampanye yang digunakan mengacu pada teori Marketing Politik 4P dari Firmanzahh, dengan fokus pada produk politik “Pangan Murah, Sehat Mudah, Kerja Gampang”. Media kampanye meliputi baliho, media sosial (Instagram dan Tiktok), situs web Fraksi PKS DPR RI, serta media cetak. Meskipun biaya kampanye lebih rendah dibandingkan tahun 2019, hasil perolehan suara meningkat signifikan. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan ilmu politik, khususnya kajian strategi kampanye politik berbasis ideologi, efektivitas biaya rendah, serta peran konsistensi pelayanan publik dalam membangun loyalitas pemilih di wilayah basis suara PDIP.

Kata Kunci: Strategi Kampanye Politik, Rofik Hananto, Marketing Politik 4P, Pemilu Legislatif Tahun 2024

***POLITICAL CAMPAIGN STRATEGIES OF LEGISLATIVE CANDIDATES FOR
THE HOUSE OF REPRESENTATIVES: A CASE STUDY OF ROFIK HANANTO'S
2ND VICTORY IN THE PROSPEROUS JUSTICE PARTY (PKS) ELECTORAL
DISTRICT OF CENTRAL JAVA VII LEGISLATIVE ELECTION IN 2024***

Rio Adryawan

ABSTRACT

This study focuses on analyzing and examining in detail the political campaign strategy of Rofik Hananto, a legislative candidate from the PKS in the Central Java VII electoral district during the 2024 Legislative Election. This research applies a qualitative method using Philipp Mayring's Qualitative Content Analysis technique, based on in-depth interviews with Rofik Hananto, his campaign team experts, and supporting documents. The findings reveal that Rofik Hananto successfully won the legislative contest for the second time, securing 126,658 votes and ranking second in a constituency known as a PDIP stronghold. His campaign strategy adopted Firmaanzah's Political Marketing 4P theory, focusing on political products such as "Affordable Food, Accessible Healthcare, and Easy Employment." Campaign channels included billboards, social media (Instagram and TikTok), the PKS faction website, and print media. Despite having lower campaign costs than in 2019, his vote count significantly increased. This study contributes to the development of political science, particularly in understanding campaign strategies based on ideology, cost efficiency, and consistent public service as key factors in gaining voter loyalty in opposition strongholds.

Keywords: *Political Campaign Strategy, Rofik Hananto, Political Marketing 4P, 2024 Legislative Election.*