



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI GOLKAR DALAM
PEMENANGAN PASANGAN ROBINSAR DAN FAJAR HADI PRABOWO DI
PILKADA CILEGON 2024**

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

Nama : Asyifa Qolbi

NIM : 1910413091



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

**STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI GOLKAR DALAM
PEMENANGAN PASANGAN ROBINSAR DAN FAJAR HADI PRABOWO DI
PILKADA CILEGON 2024**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**ASYIFA QOLBI
1910413091**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
TAHUN 2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Asyifa Qolbi
NIM : 1910413091
Program Studi : S1 Ilmu Politik

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

Jakarta, 10 Juli 2026

Yang menyatakan,


(Asyifa Qolbi)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

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 : Asyifa Qolbi
NIM : 1910413091
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 PARTAI GOLKAR DALAM PEMENANGAN PASANGAN ROBINSAR DAN FAJAR HADI PRABOWO DI PILKADA CILEGON 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 : 24 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Asyifa Qolbi)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Asyifa Qolbi
NIM : 1910413091
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Politik
JUDUL : STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI GOLKAR
DALAM PEMENANGAN PASANGAN ROBINSAR DAN
FAJAR HADI PRABOWO DI PILKADA CILEGON 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. Nurdin.,M.Si)

Penguji 1



(Dr. Muhammad PrakosoAji, S.Sos., M.I.P)

Penguji 2



(Restu Rahmawati, S.Sos., MA.)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 21 Juli 2026

ABSTRAK

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) salah satu instrumen demokrasi untuk memberikan peluang bagi masyarakat dalam memilih kepala daerah secara langsung. Pada Pilkada Kota Cilegon Tahun 2024, pasangan Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo sukses memenangkan kontestasi politik dengan dukungan dari Partai Golkar. Kemenangan yang diraih menunjukkan pentingnya implementasi pada aspek strategi marketing oleh partai dalam membangun citra kandidat, pengelolaan organisasi, dan menjangkau pemilih. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi marketing politik Partai Golkar pada kemenangan pasangan Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo di Pilkada Kota Cilegon Tahun 2024 berdasarkan aspek *Product*, *Promotion*, *Price*, dan *Place* dikemukakan oleh Niffenegger (1989). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi marketing politik Partai Golkar dilakukan secara terpadu melalui aspek *Product*, *Promotion*, *Price*, dan *Place*. Penelitian menyimpulkan bahwa keberhasilan Partai Golkar dalam mendukung pasangan Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas kandidat, tetapi pada kemampuan partai dalam mengintegrasikan seluruh aspek marketing politik secara sistematis. Strategi tersebut mampu membentuk kedekatan antara kandidat dan masyarakat selama tahapan Pilkada. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penerapan teori marketing politik Niffenegger (1989) dalam konteks Pilkada di Indonesia.

Kata Kunci: Marketing Politik, Partai Golkar, Pilkada Kota Cilegon 2024, Strategi Pemenangan, Niffenegger.

ABSTRACT

Regional Head Elections (Pilkada) serve as a democratic instrument allowing the public to directly elect regional leaders. In the 2024 Cilegon City mayoral election, the pair Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo successfully won the party's marketing strategies in building the candidates images, managing the organization, and reaching voters. This study aims to analyze Golkar Party's political marketing strategies regarding the victory of Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo in the 2024 Cilegon City election based on the product, promotion, price, and place aspects proposed by Niffenegger (1989). The study employs a qualitative approach with a descriptive method, utilizing purposive sampling to select informants. The findings indicate that Golkar Party's political marketing strategy was implemented in an integrated manner across the product, promotion, price, and place aspects. The study concludes that Golkar Party's success in supporting the Robinsar and Fajar Hadi Prabowo pair was driven not only by the quality of the candidates but also by the party's ability to systematically integrate all aspects of political marketing. This strategy fostered a sense of closeness between the candidates and the public throughout the election process. Theoretically, this study reinforces the application of Niffenegger's (1989) political marketing theory within the context of regional elections in Indonesia.

Keywords: Political Marketing, Golkar Party, 2024 Cilegon Mayoral Election, Winning Strategy, Niffenegger.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Marketing Politik Partai Golkar Dalam Pemenangan Pasangan Robinsar Dan Fajar Hadi Prabwo Di Pilkada Cilegon 2024”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat meraih gelar S-1 Sarjana Sosial pada program studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua penulis yaitu, Ibu Ubaidah dan Bapak Siyoto yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, kasih sayang, serta selalu sabar untuk selalu menemani sampai pada titik putrinya lulus dan mendapat gelar S-1 nya. Semoga pencapaian ini menjadi awal untuk membahagiakan serta membalas, meskipun tidak akan pernah sebanding dengan seluruh pengorbanan yang telah diberikan.
2. Kedua kakak penulis yaitu, Akhmad Syaefudin dan Iyuta Qurratu ‘Aini, serta Ibrahim Ma’adz Elhammad yang turut memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Dosen Pembimbing yaitu, Bapak Dr. Nurdin., M. Si yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Penguji 1 yaitu, Bapak Dr. Muhammad Prakoso Aji, S. Sos., M.I.P yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Penguji 2 sekaligus Kaprodi Ilmu Politik yaitu, Ibu Restu Rahmawati, S. IP., yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Informan penulis yaitu, Ibu Dr. Hj. Ratu Amalia Hayani, M.Pd yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk dijadikan informan dan membantu

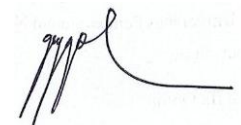
penulis untuk memberikan data-data dan informasi yang berguna untuk menunjang penelitian ini.

7. Kepada teman seperjuangan penulis selama masa perkuliahan yaitu, Putri Fasmalia yang tiada henti memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis hingga akhir sampai pada titik ini. Turut serta kepada Theresia Angelina, Meilani Saputri, Syifa Putri, Dewi Septiani, Vivih, Muti, Bianca, Hapsah, Denis, Faesal, Jelita, Rania, serta teman-teman ilmu politik lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah mendukung dan membantu selama menyelesaikan skripsi.
8. Kepada sisa donat (Azzahra Wijayanti dan Hanifa Sindi), TTS cak lontong (Adillah Najla, Dzikra Najwa, Azzah Rahmi Maudina, Rihadatul Aisy, Nurul Amaliyah, Aida Lutfia, Ikhwanul Hakim, umi Lisda, abah Auk) yang telah memberikan semangat tiada hentinya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan berusaha menyelesaikan skripsi ini di tengah kata menyerah selalu terselip di dalamnya. Prosesnya lama, tapi kamu sampai juga, ya. Dubbadu wari-wari!

Demikian ucapan ini penulis sampaikan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta semua pihak yang memiliki kaitan dengan bidang kajian ini

Cilegon, 24 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Asyifa Qolbi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	18
2.2.1 Teori Marketing Politik	18
2.2.2 Konsep Fungsi Partai Politik	22
2.2.3 Konsep Pilkada	24
2.2 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Sumber Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Tabel Waktu Penelitian	33

BAB IV PEMBAHASAN.....	34
4.1 Profil Kota Cilegon	34
4.2 Pilkada 2024 di Kota Cilegon	35
4.3 Profil Partai Golkar	38
4.3.1 Sejarah Partai Golkar	38
4.3.2 Visi dan Misi Partai Golkar	38
4.4 Penerapan Strategi Marketing Politik Partai Golkar dalam mendukung Pemenangan Pasangan Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo dalam aspek <i>Product</i> (Produk Politik)	40
4.5 Penerapan Strategi Marketing Politik Partai Golkar dalam mendukung Pemenangan Pasangan Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo dalam aspek <i>Promotion</i> (Strategi Promosi Politik)	44
4.6 Penerapan Strategi Marketing Politik Partai Golkar dalam mendukung Pemenangan Pasangan Robinsar dan Fajar Hadi Prabowo dalam aspek <i>Price</i> (Pengorbanan dan Nilai Politik)	50
4.7 Penerapan Strategi Marketing Politik Partai Golkar dalam mendukung Pemenangan Pasangan Robinsar dan Fajar Hadi	55
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	64
5.2.1 Saran Praktis	64
5.2.2 Saran Teoritis	64
DAFTAR PUSTAKA	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Aktivitas Kampanye.....	3
Gambar 4. 1 Kegiatan Kampanye pasangan calon.....	41
Gambar 4. 2 Kampanye Akbar.....	42
Gambar 4. 3 Kegiatan Sosialisasi	43
Gambar 4. 4 Kegiatan Kampanye pasangan calon.....	45
Gambar 4. 5 Silaturahmi Akbar	47
Gambar 4. 6 Program Strategis Pasangan Calon	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Informan Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Tabel Perencanaan Waktu.....	33
Tabel 3. 3 Jumlah Pemilih Suara pada Pilkada Cilegon 2024	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Sidang Akhir.....	69
Lampiran 2.Surat Izin Riset	70
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	71
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara	77
Lampiran 5. Hasil Plagiarisme.....	78