

**KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK
TIM PEMENANGAN EDISON-SUMARNI
DALAM PILKADA BUPATI KAB. MUARA ENIM 2024**



SKRIPSI

Disusun oleh:
WAHYU RIDHO PIRMANSYAH

21702010008

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2025**

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran Politik Tim Pemenangan Edison-Sumarni Dalam Pilkada Kab.Muara Enim 2024” oleh “Wahyu Ridho Pirmansyah” telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan.

Ujian Dilaksanakan Pada

Hari : Senin
Tanggal : 02 Juni 2025
Pukul : 08:30-10:00
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi

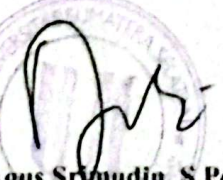
TIM PENGUJI

- | | | | |
|----|---|------------|--|
| 1. | Intan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom
NUPTK. 2442770671230342 | Ketua | () |
| 2. | Adli, S.Sos.i., M.Sc
NUPTK. 5642768669130342 | Sekretaris | () |
| 3. | Agus Srimudin, S.Pd.I., M.I.Kom
NUPTK. 1133758659131193 | Penguji 1 | () |
| 4. | Feiza Salsabila Deka,
S.I.Kom., M.I.Kom
NUPTK. 2537776677230182 | Penguji 2 | () |

Palembang, 02 Juni 2025

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi


Agus Srimudin, S.Pd.I., M.I.Kom
NUPTK 1133758659131193


Adli, S.Sos.I., M.Sc
NUPTK 5642768669130342

POLITICAL MARKETING COMMUNICATION EDISON-SUMARNI WINNING TEAM IN THE 2024 MUARA ENIM REGENCY REGENCY ELECTION

Wahyu Ridho Pirmansyah
Universitas Sumatera Selatan
Ridow6215@gmail.com

ABSTRACT

Regional head elections are a manifestation of the democratic mechanism of political marketing communication and political marketing strategies play an important role in regional head elections to achieve the goals of political organizations. This thesis is entitled "Political Marketing Communication of the Edison-Sumarni Winning Team in the 2024 Muara Enim Regency Regent Election". This study aims to determine the political marketing strategy of the Edison Sumarni winning team in the regional head elections. The method used in this study is a qualitative method using an observation, interview, and documentation approach. Political marketing communication is an important field for influencing public opinion and building a positive image for candidates in the midst of political competition.

The results of this study show that Edison Sumarni's winning team uses various political communication strategies such as Segmentation Targeting, Positioning, and Branding by using this theory the winning team sees what the needs are in the community of Muara Enim Regency. This strategy has proven effective in increasing the electability of candidate pairs and emotional closeness to voters. This study provides an understanding of how political marketing communication and political marketing strategies can see the needs of the community in Muara Enim Regency.

Keywords: *Political Marketing Communication, Political Marketing Strategy, Edison-Sumarni Campaign Team, Regional Head Election, Muara Enim Local Election 2024.*

KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK TIM PEMENANGAN EDISON-SUMARNI DALAM PILKADA BUPATI KAB.MUARA ENIM 2024

Wahyu Ridho Pirmansyah
Universitas Sumatera Selatan
Ridow6215@gmail.com

Pemilihan kepala daerah merupakan perwujudan mekanisme demokrasi komunikasi pemasaran politik dan strategi pemasaran politik memegang peranan penting dalam pemilihan kepala daerah untuk mencapai tujuan organisasi politik. Skripsi ini berjudul "Komunikasi Pemasaran Politik Tim Pemenangan Edison-Sumarni pada Pemilihan Bupati Kabupaten Muara Enim Tahun 2024". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran politik tim pemenangan Edison Sumarni pada pemilihan kepala daerah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Komunikasi pemasaran politik merupakan bidang penting untuk memengaruhi opini publik dan membangun citra positif bagi kandidat di tengah persaingan politik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tim pemenangan Edison Sumarni menggunakan berbagai strategi komunikasi politik seperti *Segmentation Targeting, Positioning, dan Branding*. Dengan menggunakan teori tersebut tim pemenangan melihat apa saja kebutuhan yang ada di masyarakat Kabupaten Muara Enim. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan elektabilitas pasangan calon dan kedekatan emosional dengan pemilih. Penelitian ini memberikan pemahaman tentang bagaimana komunikasi pemasaran politik dan strategi pemasaran politik dapat melihat kebutuhan masyarakat di Kabupaten Muara Enim.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Politik, Strategi Pemasaran Politik, Tim Kampanye Edison-Sumarni, Pemilihan Kepala Daerah, Pilkada Muara Enim 2024.