

## ABSTRAK

### PEMASARAN POLITIK JIHAN NURLELA DALAM PEMILU 2019 (Studi Komunikasi Politik)

Oleh  
AHMAD NAUFAL AFNI CAYA

Peran sebuah komunikasi di dalam dunia politik juga tidak dapat terlepas dalam segala kegiatannya, dengan komunikasi penyampaian pesan-pesan politik dan tujuan politik akan dapat tersampaikan dengan baik sebagaimana mestinya seperti yang diinginkan. Jihan Nurlela yang meraih perolehan suara terbanyak dan memenangkan Pemilu DPD RI Provinsi Lampung Tahun 2019, tidak berlebihan untuk mengatakan bahwa strategi politik yang dipilih oleh tim pemenangan Jihan Nurlela untuk mengidentifikasi dan mempengaruhi ragam penawaran politik dengan nilai emosional maupun nilai fungsional, sehingga meningkatkan daya tarik dan keterikatan pemilih dalam Pemilihan Umum Provinsi Lampung tahun 2019. Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemasaran politik Jihan Nurlela dalam Pemilu 2019 dalam komunikasi politik. Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *marketing* politik Jihan Nurlela menggunakan konsep pasar politik, produk politik dan *positioning* politik melalui dua saluran komunikasi politik, yakni saluran tatap muka dan saluran media. Upaya *positioning* yang dibangun Jihan Nurlela dan tim sukses dengan cara menanamkan *image* kedekatan dengan masyarakat, *image* kedekatan hubungan dengan media, dan *image* kerja nyata. Ketiga *image* tadi tercermin melalui kegiatan-kegiatan yang terdapat dalam saluran tatap muka dan saluran media. Adapun jenis kegiatan dari saluran tatap muka seperti seminar, silaturahmi dan lain-lain. Sedangkan saluran media menggunakan media cetak, elektronik dan media sosial yang menjangkau tingkat lokal maupun nasional. Kemenangan Jihan Nurlela dalam pemilu 2019 ini dikarenakan beberapa faktor. *Pertama*, *marketing* politik yang dibangun semenjak tahun 2019-2024. *Kedua*, Jihan Nurlela memiliki jaringan yang luas. *Ketiga*, popularitas Jihan Nurlela sebagai seorang dokter. *Keempat*, Jihan Nurlela memiliki finansial yang baik dalam menopang kampanyenya sehingga tim memiliki keleluasaan untuk berkreaitivitas. Sedangkan faktor penghambat Jihan Nurlela adalah *money politic* yang menghambat para kandidat yang hendak bersaing secara jujur.

**Kata Kunci:** Pemasaran Politik, Jihan Nurlela, Pemilu, Komunikasi Politik.

## **ABSTRACT**

### **JIHAN NURLELA POLITICAL MARKETING IN 2019 ELECTIONS (Study of Political Communication)**

**By  
AHMAD NAUFAL AFNI CAYA**

*The role of communication in the world of politics also cannot be separated in all its activities, with communication the delivery of political messages and political goals will be conveyed properly as it should be as desired. Jihan Nurlela who won the most votes and won the 2019 DPD RI Lampung Province election, it is no exaggeration to say that the political strategy chosen by the Jihan Nurlela winning team was to identify and influence various political offers with emotional and functional values, thereby increasing attractiveness and voter engagement in the 2019 Lampung Provincial General Election. The author's purpose in conducting this research is to find out Jihan Nurlela's political marketing in the 2019 election in political communication. This type of research uses a descriptive type of research with a qualitative approach. Based on the results of the study, it shows that activities marketing Jihan Nurlela's political use the concept of political markets, political products and positioning political through two political communication channels, namely face-to-face channels and media channels. The Effort positioning built by Jihan Nurlela and the team was successful by instilling an image of closeness to the community, an image of a close relationship with the media, and an image of real work. The three images are reflected through the activities contained in face-to-face channels and media channels. The types of activities from face-to-face channels such as seminars, friendship and others. Meanwhile, media channels use print, electronic and social media that reach local and national levels. Jihan Nurlela's victory in the 2019 election was due to several factors. First, marketing political that has been built since 2019-2024. Second, Jihan Nurlela has an extensive network. Third, Jihan Nurlela's popularity as a doctor. Fourth, Jihan Nurlela has good finances in supporting his campaign so that the team has the flexibility to be creative. Meanwhile, the inhibiting factor for Jihan Nurlela is money politics which hinders candidates who want to compete honestly.*

**Keywords: Political Marketing, Jihan Nurlela, Elections, Political Communication.**