

**STRATEGI MARKETING POLITIK RELAWAN RMD DALAM  
MENDUKUNG KEMENANGAN RAHMAT MIRZANI DJAUSAL PADA  
PILGUB LAMPUNG 2024**

**(SKRIPSI)**

**Oleh**

**VRISKA RAHMA DANI**

**2216021045**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2026**

**STRATEGI MARKETING POLITIK RELAWAN RMD DALAM  
MENDUKUNG KEMENANGAN RAHMAT MIRZANI DJAUSAL PADA  
PILGUB LAMPUNG 2024**

**Oleh**

**Vriska Rahma Dani**

**2216021045**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai  
Gelar SARJANA ILMU PEMERINTAHAN**

**Pada**

**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS LAMPUNG**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2026**

## ABSTRAK

### STRATEGI MARKETING POLITIK RELAWAN RMD DALAM MENDUKUNG KEMENANGAN RAHMAT MIRZANI DJAUSAL PADA PILGUB LAMPUNG 2024

Oleh  
VRISKA RAHMA DANI

Kemenangan Rahmat Mirzani Djausal sebagai kandidat baru yang berhasil mengalahkan petahana dalam pemilihan gubernur Lampung 2024 dapat dilihat dari perolehan suara dari kedua partai, di mana Rahmat Mirzani Djausal memperoleh 82,69%, sedangkan kandidat petahana memperoleh 17,31%. Kondisi ini menunjukkan dinamika strategi kampanye yang efektif, salah satunya melalui strategi relawan dalam membangun dukungan politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran politik Relawan RMD dalam mendukung kemenangan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teori pemasaran politik Firmanzah (2008), yang berfokus pada 3 dimensi *Promotion, Price, Place*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam dimensi promosi, Relawan RMD secara sistematis mengintegrasikan kampanye media sosial dan kampanye tatap muka. Facebook dan Instagram dimanfaatkan sesuai dengan segmentasi usia pemilih untuk menyebarkan visi, misi, dan citra kandidat, sementara kampanye tatap muka mencakup kegiatan sosialisasi, diskusi publik, lomba senam, dan konser untuk memperkuat kedekatan emosional dengan masyarakat. Dimensi harga, strategi kampanye tidak hanya mencerminkan manajemen biaya proporsional melalui partisipasi relawan dan donatur, tetapi juga membangun nilai psikologis melalui kedekatan pribadi dan identitas sosial bersama. Selain itu, citra nasional kandidat, yang dibentuk dari rekam jejak organisasi dan posisi strategis di partai, memperkuat legitimasi politik. Dalam dimensi tempat, relawan menerapkan pemetaan geografis dengan memprioritaskan daerah-daerah berpotensi tinggi dan melakukan pemetaan demografis berdasarkan usia dan peran sosial. Secara keseluruhan, integrasi ketiga dimensi ini memberikan kontribusi signifikan untuk meningkatkan elektabilitas kandidat dalam kontes politik lokal.

**Kata kunci:** marketing politik, relawan, Pilgub Lampung 2024, strategi kampanye.

## ABSTRACT

### POLITICAL MARKETING STRATEGIES OF RMD VOLUNTEERS IN SUPPORTING THE VICTORY OF RAHMAT MIRZANI DJAUSAL IN THE 2024 LAMPUNG GUBERNATORIAL ELECTION

By

VRISKA RAHMA DANI

*The victory of Rahmat Mirzani Djausal as a new candidate who successfully defeated the incumbent in the 2024 Lampung gubernatorial election can be seen from the vote acquisition of both sides, where Rahmat Mirzani Djausal obtained 82.69% of the votes, while the incumbent candidate only received 17.31%. This condition indicates the presence of effective campaign strategy dynamics, one of which is through the strategy of volunteers in building political support. This study aims to analyze the political marketing strategy of RMD Volunteers in supporting this victory. This research uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and then analyzed using Firmanzah's (2008) political marketing theory, which includes three dimensions: promotion, price, and place. The results show that in the promotion dimension, RMD Volunteers systematically integrated social media campaigns and face-to-face campaigns. Facebook and Instagram were utilized according to the age segmentation of voters to disseminate the candidate's vision, mission, and image, while face-to-face campaigns included socialization activities, public discussions, aerobic exercise competitions, and concerts to strengthen emotional closeness with the community. In the price dimension, the campaign strategy not only reflected proportional cost management through the participation of volunteers and donors, but also built a psychological price through personal closeness and shared social identity. In addition, the candidate's national image, formed from organizational track records and strategic positions within the party, strengthened political legitimacy. In the place dimension, volunteers implemented geographic mapping by prioritizing high-potential areas and conducting demographic mapping based on age and social roles. Overall, the integration of these three dimensions significantly contributed to increasing the candidate's electability in the local political contestation.*

**Keywords:** *political marketing, volunteers, Lampung Gubernatorial Election 2024, campaign strategy.*

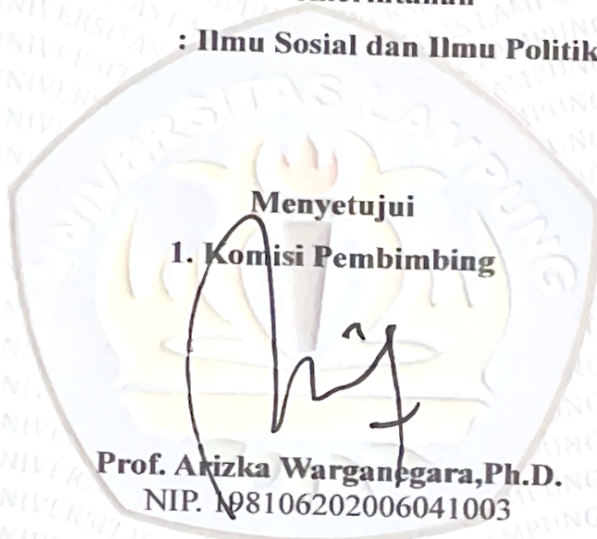
**Judul Skripsi** : STRATEGI MARKETING POLITIK  
RELAWAN RMD DALAM MENDUKUNG  
KEMENANGAN RAHMAT MIRZANI  
DJAUSAL PADA PILGUB LAMPUNG 2024

**Nama Mahasiswa** : Oriska Rahma Dani

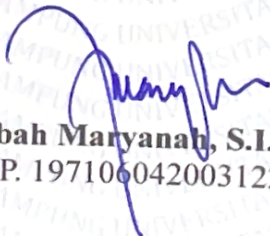
**Nomor Pokok Mahasiswa** : 2216021045

**Program Studi** : Ilmu Pemerintahan

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

  
**Dr. Tabah Maryanah, S.I.P., M.Si.**  
NIP. 197106042003122001

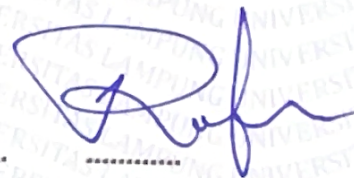
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Prof. Arizka Warganegara, Ph.D.**



**Penguji Utama : Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.I.P., M.A.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197608212000032001

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 30 Maret 2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 30 Maret 2026

Yang membuat pernyataan,



Vriska Rahma Dani  
NPM. 2216021045

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti Bernama Vriska Rahma Dani, lahir di Poncowarno pada tanggal 27 oktober 2003. Peneliti merupakan putri dari pasangan Siti Halimah dan Kaswan. Riwayat pendidikan peneliti dimulai dari Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyiyah Bustanul Athfal pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 2 Poncowarno dan lulus pada tahun 2016. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Kalirejo dan lulus pada tahun 2019, serta pendidikan menengah atas (SMA) diselesaikan di SMA Negeri 1 Kalirejo pada tahun 2022.

Pada tahun 2022, penelitian melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Pemerintahan. Selama masa perkuliahan, Peneliti melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2025 selama 30 hari secara berkelompok di Desa Sinar Gunung, Kecamatan Abung Pekurun, Kabupaten Lampung Utara. Pada tahun yang sama, peneliti juga mengikuti program Kampus Merdeka (MBKM) berupa kegiatan magang selama enam bulan di DPD Partai Gerindra Provinsi Lampung. Seluruh rangkaian kegiatan yang ditempuh peneliti sejak tahun 2022 hingga 2026 merupakan bagian dari upaya pengembangan kapasitas diri, peningkatan ilmu pengetahuan, serta implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, sebagai tanggung jawab peneliti sebagai akademik.

## **MOTTO**

”Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

**(QS. Al-Insyirah: 5)**

”Berproses dengan tekun, Berkontribusi dengan tulus, dan bertanggung jawab atas setiap langkah.”

**(Vriska Rahma Dani)**

”pada waktunya, dunia hanya perlu tahu kalau kita hebat. Kebahagiaan tidak membutuhkan penilaian orang lain.”

**(Fiersa Besari)**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahilahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah meridhoi setiap usaha hamba-Nya, sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafa'atnya di Yaumul Akhir.

dan

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada sosok yang sangat luar biasa, mamah dan bapakku tercinta, sumber doa dan kekuatanku

**Siti Halimah & Kaswan**

Sejuta ungkapan terima kasih pun belum cukup untuk membalas seluruh kasih sayang, pengorbanan, dan bimbingan yang telah kalian berikan hingga diri ini dapat menjadi pribadi yang baik.

Terima kasih atas doa dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini, semoga kebaikan tersebut mendapat balasan dari Allah SWT.

**Almamater tersayang Universitas Lampung**

## SANWACANA

Bismillahirrahmannirrahim

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala nikmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi Marketing Politik Relawan RMD dalam Mendukung Kemenangan Rahmat Mirzani Djausal pada Pilgub Lampung 2024."** Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan bagi umat manusia, yang syafaatnya senantiasa diharapkan di yaumul akhir kelak. Aamiin ya rabbal 'alamin.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu karya ilmiah yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Dalam proses penyusunannya, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Dengan demikian, tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

Sebuah kehormatan dan kebanggaan bagi peneliti untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya melalui sanwacana ini. Setiap proses dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang dengan penuh kesabaran telah memberikan kontribusi. Tanpa dukungan tersebut, pencapaian ini tentu tidak dapat terwujud. Dengan penuh rasa syukur, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik
4. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum
5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Dosen Penguji. Terima kasih sebesar-besarnya atas kesedian, waktu, serta perhatian yang telah diberikan dalam memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan lebih baik.
6. Ibu Dr. Tabah Maryanah, S.I.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak Prof. Arizka Warganegara, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas kesabaran, bimbingan, serta saran yang telah Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Arahan dan ilmu yang diberikan sangat berarti bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan keberkahan kepada Bapak beserta keluarga.
8. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung meski tak dapat disebutkan namanya satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat peneliti kepada Bapak dan Ibu sekalian. Penulis sangat bersyukur atas kesempatan untuk memperoleh ilmu dan pengetahuan dari Bapak dan Ibu dosen. Terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan dan sangat bermanfaat bagi penulis.

9. Ibu Merta dan Mbak Wulan selaku staf jurusan yang telah membantu penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Bang Anggi Arif Wibowo selaku mentor magang di DPD Partai Gerindra Provinsi Lampung yang telah memberikan banyak arahan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis selama menjalani kegiatan magang hingga proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran DPD Partai Gerindra Provinsi Lampung, khususnya Pak Jambrong, Bang Panji, Bang Tri, Bang Edi, Bang Darmawan, serta Tim PIP Ibu Dewi Mayang Suri Djausal yang telah memberikan kesempatan, serta pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.
11. Bapak Ahmad Kennedy selaku ketua Relawan RMD, Bapak Panji Daniel, dan Bapak Deden Ismail Zainal. Penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan bapak dalam meluangkan waktu, memberikan informasi, serta berbagi pengalaman yang sangat membantu penulis dalam proses pengumpulan data dan penyusunan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang diberikan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT.
12. Bapak Imam Santoso selaku Ketua Staf Pribadi Gubernur dan Bapak Watoni Noerdin selaku Wakil Bidang Ideologi dan Kaderisasi DPD PDI Perjuangan Provinsi Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan bapak untuk menjadi informan dalam penelitian ini serta meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan pandangan yang sangat bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang diberikan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT.
13. Teruntuk kedua orang tuaku tersayang, Ibu Siti Halimah dan Bapak Kaswan. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, dukungan, serta kasih sayang yang selalu menyertai setiap langkah penulis hingga sampai pada tahap ini. Segala perjuangan, pengorbanan, dan ketulusan yang telah diberikan menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Pencapaian ini tidak hanya menjadi kebanggaan bagi penulis, tetapi juga

dipersembahkan sebagai wujud rasa terima kasih dan bakti kepada Ibu dan Bapak. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta kebahagiaan kepada Ibu Siti Halimah dan Bapak Kaswan. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan tempat penulis selalu kembali.

14. Teruntuk adikku tersayang, Nada Fathinah Uzma. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan semangat yang selalu kamu berikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiranmu menjadi salah satu motivasi bagi penulis untuk terus berusaha meraih mimpi, agar kelak kamu juga dapat merasakan dan menikmati hasil dari perjuangan kakakmu ini. Semoga kamu selalu diberikan kemudahan dalam menggapai cita-cita, kebahagiaan dalam setiap langkah, serta tumbuh menjadi kebanggaan bagi keluarga.
15. Teruntuk kakek dan nenekku tercinta, terutama kakek Maimun yang masih bersama kami, dan yang selalu mendukung penulis untuk terus menggapai mimpi. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dan perhatian yang selalu diberikan kepada penulis hingga sampai pada tahap ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur panjang, dan keberkahan kepada kakek. Penulis juga mengenang dengan penuh kasih Almarhum Kakek Madsis, Almarhumah Nenek Misem, dan Almarhumah Nenek Sati, yang meskipun sudah berpulang, cinta, doa, serta kenangan bersama kalian akan selalu hidup dalam hati penulis. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan kalian di tempat terbaik disisi-Nya.
16. Teruntuk sahabat tersayang, Tiara Pirma Wati dan Siti Nurhalizah, yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan semangat kepada peneliti dalam setiap proses yang dijalani. Terima kasih atas kepedulian yang tidak pernah berhenti, atas waktu yang kalian luangkan untuk sekedar menanyakan kabar, mendengarkan cerita, serta menjadi tempat berbagi bagi penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kehadiran kalian menjadi penyemangat bagi penulis dalam melewati berbagai proses hingga tahap ini. Semoga kalian selalu diberikan kebahagiaan, kemudahan dalam setiap langkah,

serta dapat meraih cita-cita dan kesuksesan yang di diimpikan. Doa terbaik penulis selalu menyertai kalian.

17. Teruntuk sahabat seperjuangan di kampus, Rintan Auliyani dan Ajeng Rahayu. Terima kasih telah menjadi teman dalam menjalani setiap proses, berbagi cerita, tawa, serta saling memberikan semangat dalam berbagai situasi. Kebersamaan yang telah dilalui bersama menjadi kenangan dan pengalaman berharga dalam perjalanan akademik penulis. Semoga kebahagiaan, kemudahan, dan kesuksesan selalu menyertai langkah kalian dimana pun berada.
18. Teruntuk teman-teman magang di DPD Gerindra Lampung, Intan, Dhea, Ari, dan Yoga. Terima kasih atas kebersamaan yang telah kita jalani selama enam bulan penuh dalam proses belajar dan beradaptasi selama kegiatan magang. Terima kasih atas kerja sama, dukungan, serta berbagai cerita dan tawa yang mewarnai setiap dinamika yang kita lalui bersama. Semoga pengalaman yang telah dilalui dapat menjadi pelajaran dan bekal berharga untuk melangkah ke tahap berikutnya. Semoga kesuksesan, kesehatan, dan kebahagiaan selalu menyertai kalian semua.
19. Teruntuk teman-teman KKN desa Sinar Gunung, Chika, Rifa, Puone, Bram, dan Dika. Penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan yang telah dilalui selama 30 hari pelaksanaan KKN. Banyak pengalaman, pelajaran, serta cerita yang tercipta selama menjalankan kegiatan bersama di desa Sinar Gunung. Dukungan, kerja sama, dan kebersamaan yang terjalin menjadi bagian dari kenangan berharga dalam perjalanan ini. Semoga tali silaturahmi tetap terjaga meskipun ke depan kita melangkah pada jalan masing-masing. Semoga kalian semua selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kesuksesan dalam setiap langkah kehidupan.
20. Terakhir, untuk diriku sendiri Vriska Rahma Dani. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan terus melangkah sejauh ini. Terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan kekuatan yang telah diberikan dalam setiap proses yang tidak selalu mudah. Banyak hal telah dilewati rasa lelah, ragu, hingga jatuh bangun, namun kamu tetap memilih untuk bangkit dan melanjutkan perjalanan. Semua

pencapaian ini adalah bukti dari keteguhan dan kerja kerasmu. Semoga kedepan, kamu selalu diberikan keberanian untuk bermimpi lebih besar, kekuatan untuk menghadapi setiap tantangan, serta kebahagiaan dalam setiap langkah yang kamu tempuh. Tetaplah menjadi versi terbaikmu, dan jangan pernah lupa untuk menghargai setiap proses yang telah kamu lalui.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dengan penuh harap, karya ini dipersembahkan sebagai bnetuk sederhana dari usaha yang telah dilalui, agar dapat memberikan manfaat serta menjadi sumbangsih pemikiran, khususnya dalam memperkaya kajian politik dan pemerintahan di lingkungan Universitas Lampung.

Bandar Lampung, Maret 2026

Peneliti

**Vriska Rahma Dani**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Relawan Politik .....	14
2.1.1 Pengertian Relawan Politik .....	14
2.1.2 Motivasi Relawan Politik .....	16
2.2 Kampanye .....	18
2.2.1 Kampanye Politik .....	18
2.2.2 Pesan Dalam Kampanye .....	19
2.3 Tinjauan Teori .....	21
2.3.1 Marketing Politik .....	21
2.4 Kerangka Berpikir .....	25
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	28
3.2 Lokasi Penelitian .....	28
3.3 Fokus Penelitian .....	29
3.4 Informan .....	29

3.5 Jenis Dan Sumber Data .....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.7 Teknik Pengolahan Data .....	33
3.8 Teknik Analisis Data .....	35
3.9 Teknik Validasi/Keabsahan Data .....	38
<b>IV. GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>39</b>
4.1 Relawan RMD .....	39
4.2 Logo Relawan RMD .....	40
4.3 Struktur Kepengurusan Relawan RMD .....	41
4.4 Simpul Relawan RMD.....	42
4.5 Profil Kandidat .....	42
4.6 Pilkada .....	44
4.6.1 Sejarah Pilkada di Indonesia .....	44
4.6.2 Mekanisme Pelaksanaan Pilkada di Indonesia .....	46
4.6.3 Pilkada Lampung 2024 .....	47
4.6.4 Tahapan Pilkada Lampung 2024 .....	49
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Hasil .....	52
5.1.1 Marketing Politik Relawan RMD dalam Pilgub 2024.....	52
5.1.1.1 <i>Promotion</i> Relawan RMD .....	52
5.1.1.2 <i>Price</i> Relawan RMD .....	69
5.1.1.3 <i>Place</i> Relawan RMD .....	90
5.2 Pembahasan .....	105
5.2.1 <i>Promotion</i> Relawan RMD .....	105
5.2.2 <i>Price</i> Relawan RMD .....	110
5.2.3 <i>Place</i> Relawan RMD .....	115
5.3 Refleksi dan Rekomendasi .....	118
5.3.1 Refleksi Teoritis atas Temuan Penelitian .....	118
5.3.2 Rekomendasi .....	122
<b>VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>

6.1 Kesimpulan .....	124
6.2 Saran .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung .....	3
Tabel 1.2 Perolehan Suara Calon Gubernur Dan Wakil Guberbur Lampung 2024 .....	6
Tabel 2.1 Marketing Politik Firmanzah dalam Wawointana, dkk, (2021) diterapkan konsep bauran pemasaran 4P .....	24
Tabel 3.1 Marketing Politik Firmanzah dalam Wawointana, dkk, (2021) .....	30
Tabel 3.2 Informan .....	30
Tabel 4.1 Simpul dan Simpatisan Relawan RMD .....	42
Tabel 5.1 Jadwal Kegiatan Kampanye Relawan RMD .....	64
Tabel 5.2 Triangulasi Informan <i>Promotion</i> Relawan RMD .....	66
Tabel 5.3 Rekam Jejak Rahmat Mirzani Djausal .....	76
Tabel 5.4 Triangulasi Informan <i>Price</i> Relawan RMD .....	81
Tabel 5.5 Sebaran Wilayah Kampanye Relawan RMD .....	91
Tabel 5.6 Jumlah Suara di 15 Kabupaten/Kota pada Pilgub Lampung 2024 .....	92
Tabel 5.7 Triangulasi Informan <i>Place</i> Relawan RMD .....	99

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Partai Politik Gubernur Terpilih Pada Pilkada Periode Sebelumnya dan Pilkada 2024 .....	4
Gambar 2. Hasil Unggah C. Hasil dan Rekapitulasi D. Hasil Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur 2024.....	5
Gambar 3. Logo Relawan RMD .....	41
Gambar 4. Struktur Kepengurusan Relawan RMD .....	43
Gambar 5. Pilkada Serentak di Indonesia dari Masa ke Masa .....	46
Gambar 6. Daftar Pemilih Tetap Provinsi Lampung 2024 .....	48
Gambar 7. Tahapan Pilkada 2024 .....	49
Gambar 8 Rekapitulasi hasil perolehan suara Pilgub Lampung 2024 .....	50
Gambar 9. Instagram Relawan RMD .....	54
Gambar 10. Facebook Relawan RMD .....	54
Gambar 11. Followers Instagram Relawan RMD .....	55
Gambar 12. Followers Facebook Relawan RMD .....	56
Gambar 13. Konser Extravanza RMD .....	61
Gambar 14. Diskusi Publik Bersama Masyarakat .....	62
Gambar 15. Sosialisasi Relawan RMD .....	62
Gambar 16. Kegiatan Lomba Senam .....	63
Gambar 17. Jumlah Suku di Provinsi Lampung .....	73
Gambar 18. Jumlah Agama di Provinsi Lampung .....	73
Gambar 19. <i>Promotion</i> Relawan RMD .....	109
Gambar 20. <i>Price</i> Relawan RMD .....	114
Gambar 21. <i>Place</i> Relawan RMD .....	117

## DAFTAR SINGKATAN

4P	: <i>Product, Promotion, Price, Place</i>
Bimtek	: Bimbingan Teknologi
BPS	: Badan Pusat Statistik
Dkk	: Dan Kawan Kawan
DPD	: Dewan Pimpinan Daerah
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
Gerindra	: Gerakan Indonesia Raya
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
Luber jurdil	: Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, jujur, adil
NTP :	: Nilai Tukar Petani
OMG	: Orang Muda Ganjar
PDIP	: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Pilgub	: Pemilihan Gubernur
PILKADA	: Pemilihan Kepala Daerah
PKPU	: Peraturan Komisi Pemilihan Umum
RMD	: Rahmat Mirzani Djausal
Samawi	: Solidaritas Ulama Muda Jokowi
UU	: Undang Undang

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) Indonesia adalah hasil dari adanya tuntutan reformasi pada tahun 1998. Kesadaran bahwa keterlibatan langsung masyarakat dalam memilih pemimpin menjadikan Pilkada sebagai sebuah peristiwa demokrasi yang begitu signifikan dalam kehidupan bangsa dan negara. Pilkada hadir bukan hanya untuk mengganti sistem pemilihan otoriter di masa lalu, tetapi juga sebagai sarana guna mewujudkan nilai-nilai demokrasi berkelanjutan, seperti peningkatan partisipasi masyarakat, respons pemerintah terhadap rakyat, dan akuntabilitas komprehensif dalam proses kepemimpinan (Suyatno, 2016).

Sejak awal kemerdekaan hingga era orde baru, kepala daerah di Indonesia dipilih melalui DPRD bukan langsung oleh rakyat. Sistem ini semakin tersentralisasi dengan calon kepala daerah ditentukan melalui pemerintah pusat, kondisi ini membatasi otonomi daerah. Sentralisasi ini menimbulkan banyaknya gerakan reformasi yang menuntut demokratisasi dan desentralisasi. Reformasi ini menghasilkan Undang-undang No. 22 Tahun 1999, yang memberikan otonomi luas kepada daerah. Namun, untuk pemilihan kepala daerah masih tetap melalui DPRD sampai dengan diberlakukannya Undang-undang No. 32 Tahun 2004.

Sistem pemilihan kepala daerah semakin mengalami pembaruan, salah satunya yakni dengan adanya peraturan untuk pelaksanaan pemilihan serentak. Pemilihan serentak pertama kali dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2015, sebagai upaya

untuk meningkatkan efisiensi dan administrasi pemilihan dan mendorong partisipasi masyarakat dalam upaya memilih kepala daerah. Pemilihan ini terus berlangsung selama lima tahun sekali dan mencakup berbagai daerah di Indonesia dengan masa jabatan kepala daerah berakhir pada waktu yang sama (Muhtar, 2024).

Perkembangan sistem pemilihan daerah ini telah memengaruhi berbagai pelaksanaan pemilihan serentak di berbagai wilayah, termasuk di Provinsi Lampung. Secara nasional pemilihan kepala daerah serentak akan dilaksanakan pada 27 November 2024, yang meliputi 37 Provinsi, serta lebih dari 500 kabupaten/kota, dan ribuan kecamatan menjadikannya sebagai salah satu acara demokrasi lokal terbesar di dunia (Maryanto, 2025). Sedangkan ditingkat lokal Pemilihan Gubernur di Provinsi Lampung menjadi sorotan publik karena hadirnya sosok figur baru yang diprediksi akan menantang dominasi *elite* politik lama.

Salah satu sosok figur baru yang berhasil menarik perhatian dalam Pilgub Lampung 2024, yakni dengan hadirnya Rahmat Mirzani Djausal yang berhasil mendapatkan dukungan luas dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk dengan hadirnya relawan politik. Sebelum mencalonkan diri sebagai gubernur, Rahmat Mirzani Djausal dikenal sebagai ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Gerindra Lampung dan juga pernah menjadi ketua Fraksi Partai Gerindra di DPRD Provinsi Lampung periode 2019-2024 (Saputra, 2025). Penulis berpendapat bahwa kepemimpinan Rahmat Mirzani Djausal di dalam partai dan rekam jejaknya di lembaga legislatif menjadi aset penting dalam membangun jaringan politik, memperkuat citra kepemimpinannya, dan memperluas basis dukungan publiknya. Pengalaman politik yang luas serta hubungan dekatnya dengan masyarakat menjadi faktor yang memperkuat posisinya sebagai calon potensial dalam Pilgub Lampung 2024.

Sementara itu, Arinal Djunaidi yang merupakan kandidat petahana dalam Pilgub Lampung 2024, justru mengalami penurunan suara yang signifikan. Penurunan ini umumnya dikaitkan dengan adanya perubahan peta politik nasional yang juga mempengaruhi perilaku pemilih ditingkat lokal. Faktor lainnya yang kemungkinan

berperan yakni kinerja petahana yang kurang memuaskan, perpindahan partai politik, dan perubahan dominasi politik lokal (Arya dkk, 2022).

Penulis berpebdapat bahwa kinerja petahana yang kurang optimal dapat dilihat berdasarkan pada terus melemahnya program Nilai Tukar Petani (NTP) di Provinsi Lampung. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesejahteraan petani menjadi indikator pembangunan ekonomi daerah, namun belum menunjukkan peningkatan yang signifikan selama masa jabatan kandidat petahana. Keadaan ini dapat dilihat berdasarkan data perkembangan nilai tukar petani di Provinsi Lampung selama beberapa tahun terakhir pada saat masa jabatan kandidat petahana sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung**

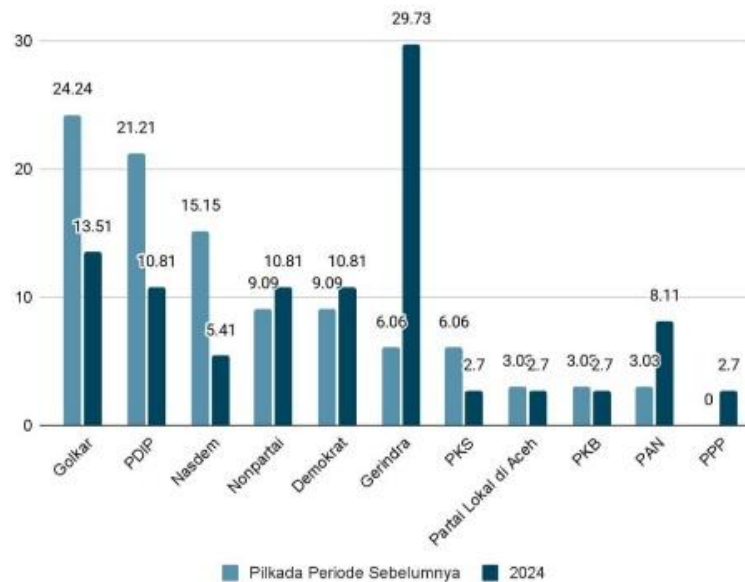
Tahun	NTP
2019	100,94
2020	94,74
2021	105,25
2022	102,19
2023	103,63

*Sumber: BPS Diolah Peneliti, 2025*

Berdasarkan data tersebut penurunan nilai tukar petani (NTP) pada tahun 2020 dan 2022 menunjukkan adanya tantangan serius yang dihadapi oleh sektor pertanian di Provinsi Lampung selama masa kepemimpinan petahana. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), NTP Lampung mengalami penurunan pada tahun 2020. pada tahun 2019 NTP Lampung masih tergolong baik dengan capaian 100,94 (BPS, 2019). sedangkan pada tahun 2020 NTP Lampung mengalami penurunan mencapai 94,74 (BPS, 2020). penurunan ini menandakan bahwa pendapatan petani tidak sebanding dengan kenaikan biaya produksi dan kebutuhan konsumsi rumah tangga, sehingga daya beli petani menurun.

Pada tahun 2021 Nilai Tukar Petani (NTP) tercatat sebesar 105,25 (BPS, 2021) kemudian mengalami penurunan pada tahun 2022 menjadi 102,19 (BPS, 2022). Namun, pada tahun 2023 NTP kembali mengalami kenaikan menjadi 103,63 (BPS, 2023) . Meskipun terjadi kenaikan pada tahun 2023, angka tersebut belum mampu melampaui capaian tahun 2021, sehingga menunjukkan bahwa perbaikan kesejahteraan petani belum berlangsung secara stabil dan berkelanjutan. Dengan demikian, penulis berpendapat bahwa fluktuasi NTP selama periode 2021–2023 mencerminkan belum optimalnya kinerja petahana dalam meningkatkan kesejahteraan petani. Program yang dijalankan belum berhasil menciptakan stabilitas harga dan efisiensi biaya produksi, yang seharusnya menjadi fokus utama dalam upaya memperkuat sektor pertanian daerah.

Penulis berpendapat bahwa faktor lain yang berkontribusi terhadap kekalahan petahana adalah migrasi partai. Fenomena ini terlihat jelas ketika Arinal Djunaidi, yang menjabat sebagai Ketua Partai Golkar Lampung, dicalonkan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sebagai kandidat dalam pemilihan gubernur Lampung tahun 2024 (Kompas.com, 29 Agustus 2024). Secara umum, perubahan juga ditemukan pada peta kekuatan partai di tingkat lokal, yang dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kandidat gubernur terpilih yang berasal dari partai Gerindra (Arya dkk, 2022). Hal ini dapat dilihat dari grafik partai politik gubernur yang terpilih pada pilkada periode sebelumnya dan pilkada 2024:

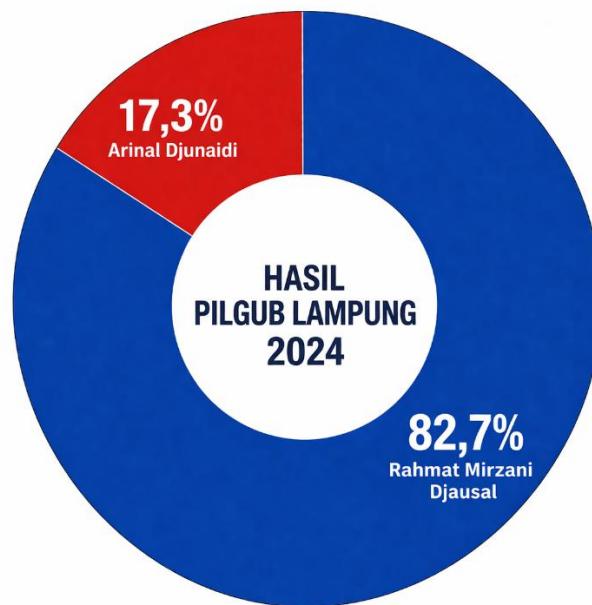


**Gambar 1. Partai Politik Gubernur Terpilih Pada Pilkada Periode Sebelumnya dan Pilkada 2024.**

*Sumber: Arya dkk, 2022*

Berdasarkan grafik, partai politik gubernur yang terpilih dalam pemilihan daerah sebelumnya dan tahun 2024 menunjukkan perubahan signifikan dalam peta kekuatan partai politik regional. Data menunjukkan penurunan tajam dalam dominasi partai-partai mapan seperti Golkar dan PDIP, sementara Gerindra mengalami peningkatan yang signifikan. Golkar memegang 24,24% suara gubernur pada pemilihan sebelumnya, tetapi angka ini turun menjadi 13,51% pada pemilihan tahun 2024. Demikian pula, pangsa PDIP, yang awalnya mencapai 21,21%, turun menjadi 10,81% (Arya dkk, 2022). Penurunan ini menunjukkan berkurangnya basis dukungan politik bagi kedua partai besar, termasuk bagi calon petahana dari Partai Golkar dan PDIP. Penulis meyakini bahwa faktor-faktor ini menyebabkan kekalahan Arinal Djunaidi dalam Pemilu Daerah Lampung 2024, sebagaimana terlihat pada Hasil yang Diunggah C. Hasil

dan Rekapitulasi D. Hasil Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur 2024 sebagai berikut:



**Gambar 2. Hasil Unggah C. Hasil dan Rekapitulasi  
D. Hasil Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur 2024.**

*Sumber: KPULPG2024*

Berdasarkan data dari Hasil unggah C. Hasil dan Rekapitulasi D. Hasil Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2024, jelas bahwa pasangan kandidat nomor 1 hanya memperoleh 17,3% suara. Sebaliknya, pasangan kandidat nomor 2, Rahmat Mirzani Djausal, berhasil memperoleh 82,7% suara. Perbedaan persentase yang signifikan ini menunjukkan dominasi kuat kandidat baru atas kandidat petahana. Kondisi ini semakin jelas dari hasil penghitungan suara yang diumumkan pada rapat pleno di Hotel Emersia, Bandar Lampung. (lampungprov.go.id, 10 Januari 2025). Rapat tersebut memaparkan hasil suara sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Tabel Perolehan Suara Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung 2024**

Nomor Urut	Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur	Jumlah Perolehan Suara
1.	Arinal Djunaidi – Sutono	691.076
2.	Rahmat Mirzani Djausal – Jihan Nurlela	3.300.681

*Sumber: lampungprov.go.id, 10 Januari 2025*

Berdasarkan data, pasangan calon gubernur dan wakil gubernur nomor 2, Rahmat Mirzani Djausal-Jihan Nurlela, memenangkan total 3.300.681 suara. Sementara itu, pasangan Arinal-Sutono hanya menerima 691.076 suara. Perolehan suara Arinal Djunaidi yang rendah merupakan indikator bahwa mayoritas masyarakat menginginkan perubahan kepemimpinan dan arah pembangunan daerah. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa dinamika politik lokal tidak hanya dipengaruhi oleh faktor calon dan partai politik, tetapi juga oleh kekuatan aktor pendukung di luar struktur partai, seperti relawan politik. Kehadiran relawan merupakan elemen penting yang berperan dalam membangun dukungan publik terhadap calon.

Salah satu kelompok relawan yang aktif mendukung kampanye Rahmat Mirzani Djausal adalah Relawan RMD. Para relawan ini tidak hanya berperan sebagai pendukung tetap, tetapi juga berperan dalam menyebarluaskan visi dan program kandidat kepada publik, membangun komunikasi politik langsung, dan memperluas jaringan dukungan di berbagai daerah. Keterlibatan relawan dalam kampanye didorong oleh keselarasan nilai dan harapan antara para relawan dan visi Rahmat Mirzani Djausal yaitu "Bersama Lampung Melangkah Maju Menuju Indonesia Emas." (Kompas.com, 23 September 2025). Visi tersebut dinilai merepresentasikan harapan masyarakat Lampung akan hadirnya pemimpin baru

yang mampu membawa kemajuan daerah sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan nasional.

Dukungan ini semakin kuat ketika para sukarelawan menilai bahwa misi para kandidat benar-benar menjawab kebutuhan mendesak masyarakat Lampung. Misi-misi tersebut, yang meliputi mempromosikan pertumbuhan ekonomi inklusif, memperkuat sumber daya manusia, dan meningkatkan kehidupan masyarakat yang beradab dan adil, dianggap selaras dengan kondisi nyata yang dihadapi di setiap wilayah (Kompas.com, 9 September 2025).

Program-program kerja yang ditawarkan oleh Rahmat Mirzani Djausal merupakan alasan utama mengapa para relawan yakin untuk memberikan dukungan. Program-program seperti mendorong investasi dan hilirisasi industri, menjadikan Lampung sebagai lumbung pangan nasional, dan membangun ekosistem ekonomi berbasis desa dipandang relevan untuk mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif, memulai cadangan energi terbarukan, dan mengembangkan infrastruktur berkelanjutan yang akan memperkuat daya saing daerah (Kompas.com, 23 September 2025).

Menurut pandangan penulis, kombinasi visi, misi, dan program kerja merupakan alasan rasional dan emosional bagi Relawan RMD untuk mendukung Rahmat Mirzani Djausal. Relawan RMD percaya bahwa kepemimpinan Rahmat Mirzani Djausal mampu membawa perubahan nyata bagi Provinsi Lampung dalam mewujudkan cita-cita luhur Indonesia emas. Penulis juga percaya bahwa dukungan ini bukan hanya simbolis, tetapi terwujud melalui kontribusi nyata dalam berbagai kegiatan memenangkan kandidat, termasuk sosialisasi, koordinasi pertemuan dengan warga, dan pemanfaatan media sosial untuk menjangkau pemilih secara lebih luas. Selain itu, penulis percaya bahwa strategi relawan ini merupakan salah satu kekuatan yang mengantarkan Rahmat Mirzani Djausal meraih kemenangan telak dalam pemilihan gubernur Lampung 2024.

Penulis meyakini bahwa penelitian ini penting karena memberikan pemahaman mendalam tentang strategi para relawan dalam memenangkan kandidat dalam kontes Pilkada, khususnya dalam konteks kemenangan telak Rahmat Mirzani Djausal pada Pemilu Gubernur Lampung 2024. Penelitian ini tidak hanya mengungkap strategi yang digunakan oleh para relawan, tetapi juga menyoroti bagaimana gerakan berbasis masyarakat dapat menjadi kekuatan politik informal yang mampu menyeimbangkan peran struktur partai politik resmi.

Penulis merujuk dan menggunakan berbagai studi sebelumnya yang memiliki karakteristik yang sangat terkait dengan topik yang dibahas. Studi-studi ini berfungsi sebagai landasan teoritis dan perbandingan untuk analisis, memperjelas konteks masalah, dan memberikan gambaran umum tentang temuan sebelumnya yang relevan dengan fokus studi ini. Studi-studi sebelumnya dengan fokus serupa meliputi:

1. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi dkk, (2024) yang berjudul "Analisis Eksistensi Relawan Politik Peserta Pemilihan Umum pada Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2019 di Kota Medan". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji eksistensi relawan politik peserta pemilihan umum presiden Indonesia 2029 di kota medan, menggunakan pendekatan teori bentuk partisipasi politik Huntington dan Nelson serta Konsep relawan politik M. Fr Voluntaire. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa regulasi yang khusus mengatur relawan politik belum tersedia. Padahal aturan tersebut penting untuk mengantisipasi potensi resiko dalam praktik politik kesukarelaan relawan yang sebenarnya memegang peran penting dalam pemilu.
2. Penelitian kedua dilakukan oleh Rully & Irwansyah, (2021) yang berjudul "Strategi Komunikasi Politik Berbasis Relawan dalam pemenangan Pemilihan Gubernur". Tujuan dari penelitian ini menggambarkan strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh relawan Roemah Djoeng dalam mendukung kemenangan pasangan Anies-Sandi pada Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2017. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Roemah Djoeng

mengoptimalkan berbagai saluran komunikasi politik, seperti komunikasi organisasi yang digunakan sebagai sarana komunikasi internal antar relawan, komunikasi massa untuk menyampaikan informasi secara luas mengenai pasangan calon, serta media sosial sebagai alat berinteraksi dan menyampaikan pesan kepada publik yang menjadi target pemilih.

3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Lengkoan dkk, (2022) yang berjudul "Efektivitas Program Demokrasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum 2019 di Kota Bitung". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana program Relawan Demokrasi mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum di Kota Bitung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal pencapaian tujuan, relawan demokrasi telah berusaha membantu KPU dalam menyosialisasikan pelaksanaan pemilu, namun keterbatasan pengetahuan dan sumber daya manusia membuat pelaksanaan kegiatan belum berjalan maksimal. Pada aspek integrasi, pelatihan teknis (Bimtek) bagi relawan telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas, tetapi pelaksanaannya tidak optimal karena terbatasnya waktu dan anggaran, sehingga kegiatan tersebut dilakukan secara tergesa-gesa. Sedangkan pada aspek adaptasi, program yang dijalankan disesuaikan dengan latar belakang masing-masing relawan agar tetap selaras dengan kondisi di lapangan.
4. Penelitian keempat dilakukan oleh Hamdani dkk, (2021) yang berjudul "Partisipasi politik Pemuda Dalam Pemilu; Studi Kasus Tentang Relawan Solidaritas Ulama Muda Jokowi (Samawi) Pada Pemilihan Presiden di Kota Tasikmalaya". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses pembentukan relawan serta bentuk partisipasi politik pemuda dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kota Tasikmalaya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa relawan samawi terlibat dalam berbagai bentuk partisipasi politik, seperti melakukan *counter* narasi terhadap isu negatif, hoaks, atau berita palsu, serta terlibat dalam kegiatan kerelawanan. Aktivitas-

aktivitas tersebut memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan partisipasi politik di kalangan pemuda selama Pilpres 2019 di wilayah tersebut.

5. Penelitian kelima dilakukan oleh Syahbana & Prasetyo, (2024) Yang berjudul "Peran Kelompok Orang Muda Ganjar (OMG) Jawa Tengah Sebagai Modal Sosial dalam Rivalitas Politik 2024". Tujuan penelitian ini adalah untuk menguraikan bagaimana partisipasi relawan OMG Jawa Tengah dalam Pemilihan Presiden 2024 dilihat melalui perspektif modal sosial. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa faktor pertemanan di lingkungan akademik menjadi salah satu pendorong utama keterlibatan relawan. Selain itu, mereka menerapkan strategi kampanye yang menasar anak muda dengan pola *soft campaign* berbasis pemanfaatan modal sosial.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menyoroti peran relawan dalam kontestasi pemilu, baik di tingkat nasional maupun regional. Perbedaan antara penelitian ini dan lima penelitian sebelumnya terletak pada fokus, konteks, dan karakteristik relawan yang diteliti. Penelitian sebelumnya membahas keberadaan, strategi komunikasi, efektivitas program resmi KPU, partisipasi politik relawan, dan peran relawan dalam pemilu atau pemilu daerah di berbagai daerah selama periode yang berbeda. Sementara itu, penelitian ini secara khusus mengkaji strategi marketing politik relawan RMD dalam mendukung kemenangan kandidat dalam Pilgub Lampung 2024, dengan fokus pada strategi yang digunakan dan dampaknya terhadap hasil pemilu.

Salah satu celah yang masih ada dalam penelitian ini adalah kurangnya fokus pada strategi marketing politik relawan dalam proses konkret memenangkan kandidat, terutama di tingkat lokal. Studi ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan meneliti lebih dalam bagaimana strategi marketing politik relawan RMD dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan gubernur Lampung 2024. Studi ini secara khusus akan mengeksplorasi strategi marketing politik yang diterapkan oleh relawan RMD dalam konteks pemilihan gubernur Lampung 2024, mulai dari pola komunikasi

politik yang digunakan, penggunaan media sosial untuk membentuk citra kandidat, hingga pendekatan langsung kepada masyarakat di berbagai segmen pemilih. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang relawan politik dalam dinamika pemilihan di tingkat regional.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana strategi marketing politik relawan RMD dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal pada Pilgub Lampung 2024"

## **1.3 Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah menjawab dari rumusan masalah diatas yaitu untuk mengetahui strategi marketing politik yang dilakukan oleh relawan RMD dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal pada Pilgub Lampung 2024.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu politik, khususnya dalam bidang marketing politik dan perilaku relawan politik di tingkat lokal. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik bagi pengembangan teori tentang strategi relawan dalam konteks kampanye politik modern, terutama dalam pemilihan keplada daerah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperluas pemahaman mengenai bagaimana penerapan strategi marketing politik yang dilakukan oleh aktor politik non partai seperti relawan untuk membangun citra dan meningkatkan elektabilitas kandidat.

## 2. Manfaat Praktis

### 1. Bagi relawan RMD

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi terhadap strategi marketing politik yang telah dijalankan selama proses Pilkada Lampung 2024. Dengan mengetahui kelebihan dan kelemahan dari strategi yang digunakan relawan dapat memperbaiki metode pendekatan, emeperkuat koordinasi antar anggota, serta meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat pada pemilihan berikutnya.

### 2. Bagi kandidat (Rahmat Mirzani Djausal)

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran objektif mengenai sejauh mana strategi marketing politik yang dijalankan relawan berpengaruh terhadap tingkat dukungan masyarakat. Temuan ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kandidat dan tim pemenangan untuk merancang strategi komunikasi politik yang lebih tepat sasaran, efisien, dan relevan dengan karakteristik pemilih di daerah lampung.

### 3. Bagi masyarakat

penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai dinamika strategi marketing politik yang digunakan dalam Pilkada. Dengan pemahaman tersebut, masyarakat diharapkan lebih kritis terhadap berbagai bentuk kampanye politik serta mampu menilai pesan-pesan politik berdasarkan substansi, bukan sekedar pencitraan.

### 4. Bagi penelitian selanjutnya

penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pijakan awal bagi peneliti berikutnya yang tertarik meneliti topik serupa. Hasil penelitian ini membuka peluang untuk melakukan studi lanjutan mengenai efektivitas marketing politik di daerah lain, peran relawan dalam berbagai konteks pemilu, atau bahkan mengembangkan model konseptual baru dalam kajian relawan politik lokal.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Relawan Politik**

##### **2.1.1 Pengertian Relawan Politik**

Istilah "relawan" berasal dari kata Jerman *aktivismus*, yang menjadi populer pada akhir Perang Dunia I. Kata ini digunakan untuk menggambarkan semangat keterlibatan aktif dalam politik, terutama di kalangan intelektual. Aktivisme mencakup tidak hanya pemikiran tetapi juga tindakan nyata untuk memperjuangkan dan mewujudkan ide-ide tersebut. Gerakan aktivisme merupakan bagian dari gerakan ekspresionis, yang memiliki muatan politik yang kuat pada saat itu. (Amalia 2024).

Marcin Walecki dalam (Amalia 2024) menyebut para relawan sebagai "pihak ketiga" karena mereka dapat memengaruhi hasil pemilihan meskipun mereka bukan bagian dari partai politik yang secara resmi berpartisipasi dalam pemilihan. Fenomena ini umum terjadi di negara-negara yang menganut sistem demokrasi. Dalam sejarah politik, istilah relawan telah dikenal sejak tahun 1755, diperkenalkan oleh seorang warga negara Prancis bernama M. Fr Voluntaire, yang saat ini memberikan bantuan sukarela kepada tentara yang terlibat dalam perang. Pada dasarnya, peran relawan berakar pada semangat pengabdian tanpa pamrih dalam kegiatan sosial yang bertujuan untuk

mendorong perbaikan dan meningkatkan kualitas hidup dalam aspek sosial, budaya, dan ekonomi.

Menurut Wilson dalam (Rizkiawati dkk, 2017) menyatakan bahwa kerelawanan (*volunteering*) merupakan Suatu bentuk aktivitas di mana seseorang secara sukarela menyumbangkan waktunya tanpa mengharapkan imbalan atau pembayaran materi apa pun, dengan tujuan membantu individu lain, kelompok tertentu, atau organisasi sosial. Aktivitas ini dilakukan secara gratis, artinya motivasi utamanya bukanlah keuntungan finansial pribadi, melainkan niat untuk memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sosial atau masyarakat.

Menurut Surbakti, relawan didefinisikan sebagai individu atau kelompok dalam masyarakat yang secara sadar dan tanpa paksaan memberikan dukungan kepada seorang kandidat dalam kontes politik. Dukungan ini tidak hanya berupa pilihan politik, tetapi juga melibatkan kontribusi berupa energi, waktu, dan ide. Relawan umumnya termotivasi oleh keyakinan bahwa kandidat yang mereka dukung memiliki kapasitas untuk membawa perubahan positif, baik secara lokal maupun nasional (Surbakti, 2007).

Penulis berpendapat bahwa para relawan tidak hanya didorong oleh kepentingan finansial atau pribadi, tetapi juga oleh kesadaran sosial dan ideologis tentang pentingnya keterlibatan warga negara dalam proses demokrasi. Mereka secara aktif terlibat dalam berbagai tahapan kegiatan kampanye, seperti menyebarkan informasi, menyelenggarakan acara politik, membangun jaringan komunikasi dengan publik, dan bertindak sebagai perantara antara kandidat dan konstituen. Para relawan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan para pemimpin politik dengan akar rumput.

Relawan politik juga dapat dianggap sebagai bagian dari partisipasi politik non-formal, di mana warga negara menggunakan ruang-ruang sosial untuk menyuarakan dukungan mereka secara terbuka (Arianto, 2016). Menurut

pandangan peneliti keterlibatan aktif relawan politik menjadi jembatan antara calon pemimpin dan masyarakat luas, yang tidak hanya berperan dalam pemenangan jangka pendek, tetapi juga dalam membentuk kesadaran politik dan partisipasi demokratis secara berkelanjutan.

### **2.1.2 Motivasi Relawan Politik**

Istilah motivasi berasal dari kata *motif*, yang merujuk pada dorongan batin atau kekuatan internal yang menggerakkan seseorang untuk bertindak. Kekuatan ini berfungsi sebagai sumber energi psikologis yang mendorong individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu. Secara umum, motivasi dapat dipahami sebagai keinginan atau kemauan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan. Motivasi mendorong seseorang untuk berusaha, mengambil inisiatif, dan gigih dalam mencapai tujuan meskipun menghadapi berbagai tantangan (Soraya & Husna 2020).

Menurut Setiawan dalam Soraya dan Husna (2020), Motivasi dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: motivasi eksternal dan motivasi internal. Motivasi eksternal berasal dari faktor-faktor di luar individu yang masih memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku seseorang. Contohnya termasuk keinginan untuk menyenangkan orang lain, atau bahkan untuk menghindari hukuman dan rasa takut. Semua ini dapat memicu seseorang untuk bertindak.

Motivasi internal muncul dari dalam diri individu, sebagai respons terhadap tindakan atau tanggung jawab yang telah mereka emban. Dorongan ini biasanya berasal dari rasa komitmen pribadi dan kesadaran akan tanggung jawab mereka. Ketika seseorang merasa bertanggung jawab, kualitas kerja dan hasil akan meningkat. Lebih jauh lagi, hubungan sosial akan semakin kuat karena tindakan berasal dari keyakinan dan prinsip pribadi. Pada akhirnya, motivasi internal ini berkontribusi dalam membangun citra diri dan harga diri yang positif (Soraya & Husna, 2020).

Secara umum, motivasi terbagi menjadi ke dalam tiga jenis yaitu, *ipsosentris motivation*, *endosentris motivation*, dan *intrinsic propocial motivation*. *Ipsosentris motivation* merupakan dorongan prososial yang berorientasi pada keuntungan pribadi. *Endosentris motivation* adalah motivasi prososial yang didasarkan pada upaya meningkatkan *self-esteem* atau harga diri individu. Sementara itu, *intrinsic prosocial motivation* merupakan motivasi prososial yang bersumber dari keinginan tulus untuk mensejahterakan orang lain. Pada dasarnya, setiap individu memiliki ketiga jenis motivasi prososial tersebut dalam dirinya, meskipun tingkat dominasinya berbeda-beda (Soraya dan Husna 2020).

Relawan yang memiliki *ipsosentris motivation* melakukan kegiatan kerelawanan dengan tujuan memperoleh imbalan tertentu dari pihak lain, seperti pahala atau pengakuan sosial. Aktivitas prososial dalam motivasi ini cenderung dipandang sebagai sarana untuk memenuhi kepentingan diri sendiri, meskipun tetap diwujudkan dalam bentuk tindakan membantu orang lain. Sementara itu, relawan dengan *endosentris motivation* menjalankan kegiatan prososial untuk meningkatkan harga diri atau memperoleh apresiasi dari lingkungan sosial, seperti pujian dan pengakuan. Berbeda dengan itu, relawan yang termasuk dalam *intrinsic prosocial motivation* menolong orang lain atas dasar dorongan internal yang tulus, tanpa mengharapkan imbalan apa pun, karena tujuan utamanya adalah memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi orang lain (Soraya dan Husna 2020).

## **2.2 Kampanye**

### **2.2.1 Kampanye politik**

Kampanye politik merupakan kegiatan yang dilakukan secara terencana dan terorganisir dengan tujuan memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam suatu kelompok. Dalam sistem demokrasi, kampanye politik umumnya merujuk pada kegiatan pemilihan umum, dimana para calon atau kandidat bersaing

untuk memperoleh dukungan (Fatimah, 2018). Kampanye politik dapat dipahami sebagai proses komunikasi terencana yang bertujuan untuk menyebarkan informasi dan membentuk perilaku masyarakat secara luas dalam jangka waktu tertentu. Proses ini dilakukan melalui serangkaian aktivitas komunikasi yang terstruktur secara sistematis yang menyampaikan berbagai pesan melalui berbagai media, untuk memberikan pengaruh dan manfaat non-komersial bagi individu dan komunitas sosial (Atkin & Rice, dalam Milana & Muksis, 2021)

Rice dan Paisley dalam Fatimah (2018) Menjelaskan bahwa kampanye adalah upaya untuk membentuk keyakinan dan perilaku seseorang melalui pesan-pesan persuasif. Sementara itu, kampanye politik dapat dipahami sebagai aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi politik selama periode tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan simpati dan dukungan publik bagi partai yang dikampanyekan.

Sedangkan Rogers dan Storey (1987) Kampanye didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas komunikasi terencana yang dirancang untuk memengaruhi masyarakat luas dan diimplementasikan berulang kali selama periode waktu tertentu. Pandangan ini merupakan salah satu definisi yang paling dikenal dan banyak digunakan oleh para ahli komunikasi. Secara umum, kampanye adalah aktivitas umum dalam berbagai konteks sosial. Namun, dalam praktiknya, proses kampanye seringkali menyimpang dari aturan atau regulasi yang telah ditetapkan (Fatimah, 2018). Sejalan dengan hal tersebut, dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Anggota DPR, DPD, dan DPRD, kampanye diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih melalui penyampaian visi, misi, serta program yang ditawarkan oleh calon atau partai politik peserta pemilu (Milana & Muksis, 2021).

### 2.2.2 Pesan Dalam Kampanye

Kampanye adalah aktivitas komunikasi politik yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada publik melalui berbagai bentuk media, seperti poster, diskusi, iklan, dan selebaran. Setiap pesan yang disampaikan dirancang secara sistematis menggunakan simbol-simbol verbal yang bertujuan untuk menarik perhatian, membangun pemahaman, dan memengaruhi opini publik terhadap kandidat atau isu politik yang dikampanyekan (Fatimah, 2018).

Keberhasilan suatu kampanye politik tidak terlepas dari kemampuan para perancang pesan yang memiliki kepekaan terhadap kondisi masyarakat dan kreativitas dalam merancang strategi komunikasi (Rogers & Synder dalam Fatimah, 2018). Para perancang ini berperan penting dalam memahami karakter khalayak sasaran serta menyusun pesan yang relevan dan menarik sesuai dengan kebutuhan publik. Pesan yang diangkat menjadi unsur utama dalam membangun citra dan daya tarik kandidat di mata pemilih. Setiap calon berupaya menampilkan pesan politik yang bersuasif dan mampu meyakinkan masyarakat agar memberikan dukungan.

Kandidat cenderung mempromosikan isu atau tema tertentu sebagai strategi komunikasi politik. Fenomena ini sering disebut sebagai "penjualan isu," karena pesan-pesan kampanye umumnya dibangun di sekitar isu-isu sosial yang menjadi perhatian publik saat ini. Misalnya, kemiskinan dan kesejahteraan sosial sering menjadi topik utama, menyoroti program-program untuk peningkatan ekonomi dan kesejahteraan sosial. (Fatimah, 2018).

Pesan kampanye juga dapat berupa penyampaian gagasan bahwa kandidat memiliki komitmen untuk berkontribusi dan memperjuangkan kepentingan masyarakat. Umumnya, pesan-pesan tersebut disusun dalam bentuk pokok-pokok pikiran yang menyoroti kebijakan strategis tertentu, kemudian disampaikan secara konsisten agar mudah diingat oleh khalayak. Misalnya kandidat A

mengutamakan isu pemberdayaan ekonomi, sementara kandidat B menekankan kebijakan peningkatan mutu pendidikan atau layanan publik (Fatimah, 2018).

Di sisi lain, strategi kampanye politik seringkali tidak hanya berfokus pada penguatan citra diri sendiri tetapi juga pada pelemahan posisi lawan. Taktik ini melibatkan penggambaran lawan politik sebagai pihak yang kurang memiliki visi atau pesan yang jelas. Pada saat yang sama, kandidat berusaha menekankan keunggulannya untuk menarik dukungan sebanyak mungkin. Ketika pesan tersebut berhasil memengaruhi persepsi publik dan menghasilkan kemenangan pemilihan, kampanye tersebut dapat dianggap efektif dan telah mencapai tujuannya. (Fatimah, 2018).

### **2.3 Marketing Politik**

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, meskipun politik dan bisnis adalah dua entitas yang berbeda, keduanya dapat menggunakan pemasaran untuk membujuk publik. Penting untuk ditegaskan kembali bahwa pemasaran politik dimaksudkan sebagai aktivitas untuk menyebarkan informasi tentang kandidat, partai, dan program kerja kepada khalayak luas dengan tujuan mengubah wawasan, pengetahuan, sikap, dan perilaku calon pemilih (cangara dalam Putra dkk, 2022).

Marketing politik adalah kombinasi antara pemasaran dan politik. Istilah "pemasaran politik" merujuk pada bagaimana suatu organisasi berperilaku dalam hubungannya dengan konsumennya. Sementara itu, politik didefinisikan sebagai aktor politik dan lembaga-lembaga mereka yang memprioritaskan kepentingan warga negara mereka. Seperti pemasaran pada umumnya, pemasaran politik memiliki berbagai pendekatan atau orientasi, yang dianggap sebagai pendorong utama dalam suatu organisasi. Dari segi aktivitasnya, pemasaran politik berfokus pada kegiatan yang dilakukan oleh organisasi tersebut (Tabroni dalam Wawointana dkk, 2021).

Menurut Kolter dan Neil dalam Rini (2012) konsep *political marketing* atau Pemasaran politik adalah serangkaian aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk mendukung keberhasilan seorang kandidat atau partai politik melalui berbagai kegiatan politik. Aktivitas ini meliputi kampanye untuk program pembangunan ekonomi, kampanye kesadaran sosial, promosi tema, gagasan, ideologi, dan penyampaian pesan yang dirancang agar sangat menarik dan efektif memengaruhi warga negara dan lembaga/organisasi.

Harris dalam Widagdo (2014) menjelaskan bahwa *political marketing* merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk melibatkan pemilih dalam kampanye guna mempromosikan politisi dan kebijakan mereka. Seperti halnya pemasaran bisnis, pemasaran politik juga menerapkan bauran pemasaran, yang dalam konteks politik disebut bauran pemasaran politik. Partai politik perlu memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi konstituen dan pendukung mereka, serta terus memantau tindakan pesaing mereka. Penerapan konsep bauran pemasaran politik juga akan membantu dalam menargetkan sasaran mereka. Konsep ini juga akan membantu dalam mengembangkan strategi komunikasi politik antara partai politik atau kandidat dan karakteristik komunitas sasaran (Widagdo, 2014).

Salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam memahami strategi pemasaran atau marketing politik adalah konsep bauran pemasaran atau *marketing mix*. Menurut Firmanzah dalam Wawointana dkk, (2021) dalam *political marketing* diterapkan konsep bauran pemasaran 4P yakni *Product*, *Promotion*, *Price*, dan *Place*. Dalam konsep marketing politik, *product* dimaknai sebagai segala sesuatu yang ditawarkan oleh partai atau kandidat kepada masyarakat, tidak terbatas pada bentuk fisik atau materi, melainkan mencakup identitas, ideologi, citra, serta gagasan politik yang melekat pada kandidat maupun partai. *Promotion* merupakan serangkaian upaya yang dilakukan partai politik atau organisasi pendukung untuk memperkenalkan kandidat beserta visi politiknya kepada masyarakat melalui berbagai media,

seperti periklanan dan kegiatan kampanye langsung, yang dirancang secara sistematis agar selaras dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat sehingga pesan politik dapat diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan pemilih.

Pemasaran politik, *price* tidak hanya dipahami sebagai biaya ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi psikologis dan citra nasional. Biaya ekonomi berkaitan dengan semua pengeluaran kampanye, seperti iklan, logistik, dan operasional, sedangkan biaya psikologis berkaitan dengan persepsi dan tingkat kenyamanan pemilih terhadap kandidat yang dipengaruhi oleh kesamaan latar belakang etnis, agama, pendidikan, dan nilai-nilai sosial. Sementara itu, citra nasional berkaitan dengan sejauh mana pemilih memandang seorang kandidat mampu menampilkan citra positif dan menjadi sumber kebanggaan bagi negara, yang dapat dilihat melalui integritas, prestasi, dan rekam jejak kandidat tersebut. Sementara itu, *place* berkaitan dengan bagaimana partai atau kandidat hadir dan mendistribusikan keberadaannya di tengah masyarakat, baik melalui struktur organisasi di berbagai wilayah maupun melalui komunikasi yang intensif dan berkelanjutan dengan pemilih, yang menuntut pemahaman terhadap karakteristik geografis dan demografis masyarakat agar strategi komunikasi yang diterapkan dapat lebih tepat sasaran.

**Tabel 2.1 Marketing Politik Firmanzah dalam Wawointana dkk, (2021) diterapkan konsep bauran pemasaran 4P**

<b>Dimensi</b>	<b>Fokus Utama</b>	<b>Indikator</b>
<i>Product</i>	Menawarkan identitas, ideologi, citra, dan gagasan politik yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra kandidat dan partai politik</li> <li>• visi, misi, dan program</li> <li>• Rekam jejak kandidat/partai</li> </ul>
<i>Promotion</i>	Membangun komunikasi politik yang efektif melalui periklanan, hubungan masyarakat, dan kegiatan kampanye.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periklanan (media cetak, elektronik, digital)</li> <li>• Aktivitas kampanye tatap muka/komunitas</li> </ul>
<i>Price</i>	Menggambarkan berbagai bentuk “biaya” yang ditanggung partai maupun pemilih dalam proses politik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya ekonomi kampanye (iklan, logistik, operasional)</li> <li>• Biaya psikologis pemilih (kenyamanan dan kesamaan identitas: etnis, agama, pendidikan, nilai sosial)</li> <li>• Citra nasional kandidat (integritas, prestasi, rekam jejak)</li> </ul>
<i>Place</i>	Kehadiran, distribusi, dan keterjangkauan partai/kandidat dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemetaan geografis (lokasi, perkotaan/pedesaan, pesisir/pegunungan, aksesibilitas)</li> </ul>

Dimensi	Fokus Utama	Indikator
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemetaan demografis (usia, gender, pendidikan, pekerjaan, etnis, agama, status sosial)</li> </ul>

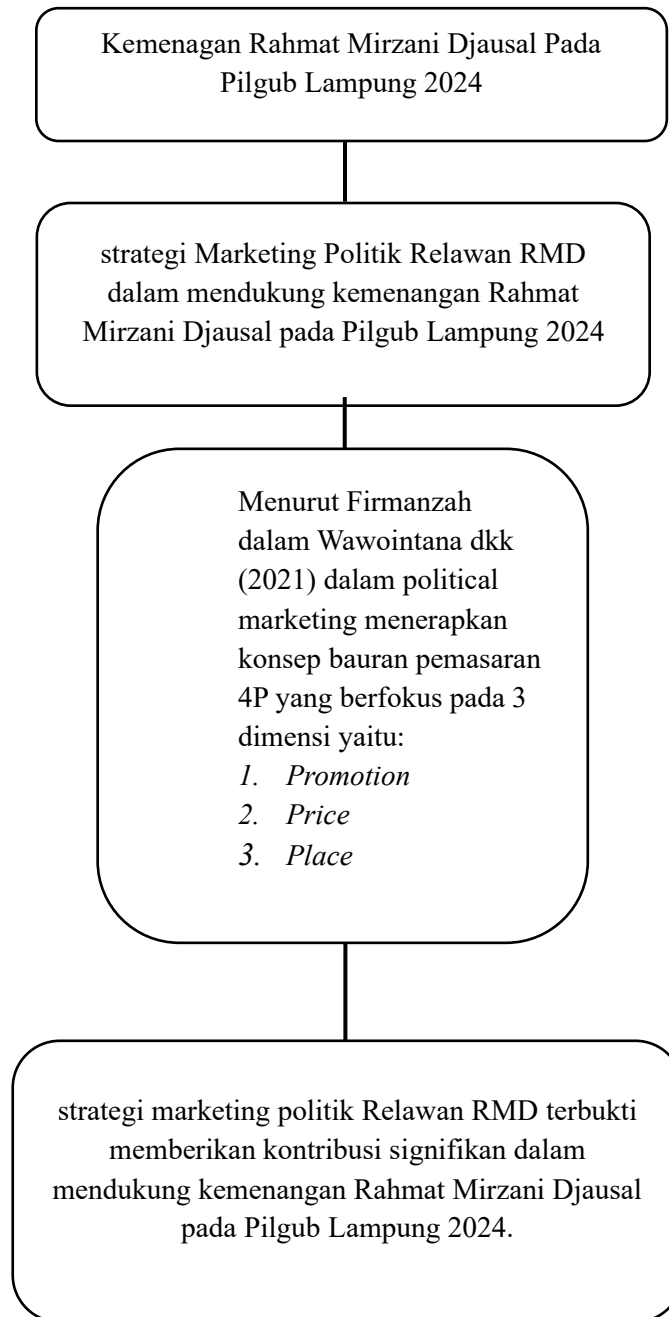
*Sumber: : Wawointana dkk, Diolah Peneliti 2025*

Penerapan konsep 4P pemasaran dalam ranah politik menjadikan pemasaran politik bukan sekedar urusan periklanan, melainkan suatu pendekatan yang lebih menyeluruh. Pemasaran politik mencakup cara partai politik atau kandidat merancang produk politik, menyusun program kampanye dan strategi komunikasi politik, menentukan segmentasi pasar untuk memenuhi kebutuhan berbagai lapisan masyarakat, hingga menghitung nilai atau harga dari sebuah produk politik (Firmanzah dalam Wawointana dkk, 2021).

## 2.4 Kerangka Pikir

Pemilihan kepala Daerah (Pilkada) di Indonesia merupakan salah satu wujud nyata dari pelaksanaan demokrasi pimpinan di daerahnya. Proses ini telah di atur secara sistematis melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota. Dalam konteks Pilkada Lampung 2024, Partisipasi masyarakat tidak hanya di wujudkan melalui penggunaan hak pilih, tetapi juga keterlibatan relawan politik yang berperan aktif dalam mendukung kandidat, relawan RMD menjadi salah satu contoh nyata bagaimana kekuatan masyarakat sipil dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan kandidat dalam kontestasi politik lokal.

Penelitian ini menggunakan perspektif *political marketing* dengan mengacu pada konsep bauran pemasaran atau *mix marketing* politik 4P menurut Firmanzah(2008), yaitu *product*, *promotion price*, dan *place*. Peneliti berfokus pada 3 dimensi marketing politik dengan tidak menggunakan *product* sebagai fokus utama analisis. Kondisi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian lebih menitikberatkan pada bagaimana strategi yang dijalankan oleh relawan RMD dalam mengkomunikasikan dan mendistribusikan pesan politik kepada masyarakat bukan pada pembentukan atau karakter *product* politik itu sendiri. Sehingga Strategi Marketing Politik Relawan RMD dalam mendukung kemenangan kandidat pada Pilgub Lampung 2024 hanya berfokus pada *promotion*, *price*, *place*. *Promotion* mencakup seluruh aktivitas kampanye, publikasi, dan hubungan masyarakat yang di lakukan secara sistematis. Relawan hadir sebagai ujung tombak dalam menyebarkan pesan politik melalui media masa, kampanye tatap muka, maupun kegiatan sosial kemasyarakatan agar lebih dekat dengan kebutuhan pemilih. Sementara itu, *price* meliputi aspek ekonomi, psikologis hingga citra politik. Dari sisi ekonomi, relawan membantu mengurangi beban biaya kampanye dengan kerja sukarela. Adapun *place* menekankan kehadiran kandidat dan relawan di tengah masyarakat serta kemampuan menjalin komunikasi politik. Relawan RMD mampu memetakan wilayah strategi wilayah strategis, memahami kondisi geografis maupun demografis agar pesan politik kandidat tersampaikan merata ke seluruh lapisan masrakat. Melalui kerangka ini, penelitian berupaya menilai sejauh mana relawan berperan dalam kemenangan yang di peroleh oleh kandidat, serta aspek mana yang kurang berpengaruh dalam proses kemenangan Pilkada Lampung 2024.



**Gambar 2. Kerangka Pikir**

(Diolah Peneliti, 2025)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif kualitatif mengharuskan peneliti untuk memberikan uraian yang rinci, terstruktur, serta menyeluruh terhadap berbagai data dan informasi yang dikumpulkan dari hasil penelitian di lapangan (Agustina, 2019). Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berpijak pada pandangan postpositivisme dan dilakukan dalam kondisi alamiah dari objek yang diteliti, bukan dalam situasi buatan seperti eksperimen. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan melalui berbagai teknik secara terpadu (triangulasi), dan proses analisis data dilakukan secara kualitatif atau induktif. Hasil dari penelitian kualitatif lebih mengedepankan makna yang mendalam dari data yang diperoleh, dibandingkan dengan membuat generalisasi temuan (Sugiyono, 2015).

Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dinilai mampu menjawab permasalahan mengenai strategi marketing politik relawan RMD dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal pada Pilgub Lampung 2024. Kondisi ini dikarenakan pendekatan ini mampu menggali secara mendalam terkait proses serta dinamika strategi yang dijalankan oleh relawan RMD di lapangan, termasuk interaksi, komunikasi politik, dan pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat. Selain itu, melalui pendekatan ini peneliti dapat menyajikan gambaran yang rinci dan sistematis mengenai fenomena yang terjadi, sehingga dapat

mengungkapkan makna di balik strategi yang diterapkan serta kontribusinya terhadap perolehan dukungan politik. Metode ini menjadi relevan dalam memahami secara komprehensif realitas sosial dan praktik marketing politik yang dilakukan relawan RMD dalam mendukung kemenangan kandidat pada Pilgub Lampung 2024.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana peneliti akan melaksanakan kegiatan penelitian yang relevan dengan realitas di lapangan dan berhubungan langsung dengan pokok masalah yang diteliti. Penelitian ini secara umum akan dilaksanakan di Kota Bandar Lampung dan secara khusus akan dilaksanakan di DPD Rewalan RMD. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa di tempat inilah proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan relawan berlangsung secara intensif.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini didasarkan pada latar belakang masalah yang kemudian dirumuskan dan dianalisis menggunakan teori dalam tinjauan pustaka. Penelitian ini menitikberatkan pada strategi *marketing* politik relawan RMD dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal pada pilgub lampung 2024, dengan menggunakan kerangka teori marketing politik dengan menerapkan konsep 4P menurut Firmanzah dalam Wawointana dkk (2021), yaitu *product*, *promotion price*, dan *place*. Peneliti berfokus pada 3 dimensi marketing politik yakni *promotion*, *price*, *place* dengan tidak menggunakan *product* sebagai fokus utama analisis. Kondisi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian lebih menitikberatkan pada bagaimana strategi yang dijalankan oleh relawan RMD dalam mengkomunikasikan dan mendistribusikan pesan politik kepada masyarakat bukan pada pembentukan atau karakter *product* politik itu sendiri.

Tabel 3.1 Marketing Politik Firmanzah dalam Wawointana dkk (2021)

Dimensi	Fokus Utama	Indikator
<i>Promotion</i>	Membangun komunikasi politik yang efektif melalui periklanan, dan kegiatan kampanye.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periklanan (media cetak, elektronik, digital)</li> <li>• kampanye tatap muka</li> </ul>
<i>Price</i>	Menggambarkan berbagai bentuk “biaya”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya ekonomi</li> <li>• Biaya psikologis</li> <li>• Citra nasional</li> </ul>
<i>Place</i>	keterjangkauan partai/kandidat dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemetaan geografis (lokasi perkotaan/pedesaan)</li> <li>• Pemetaan demografis.</li> </ul>

*Sumber: Wawointana dkk, Diolah Peneliti 2025*

### 3.4 Informan

Untuk memahami konteks penelitian secara tepat, peneliti perlu memilih sumber data atau informan yang sesuai. Hal utama yang harus diperhatikan adalah memastikan bahwa subjek yang dipilih memiliki informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini, informan ditentukan dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pemilihan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan atau keterlibatan langsung dengan topik penelitian. Dengan cara ini, peneliti dapat lebih terarah dalam mengeksplorasi objek yang diteliti. Rujukan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Informan

No	Nama	Jabatan	Alasan
1.	Ahmad Kennedy	Ketua Relawan RMD	dipilih sebagai informan karena sebagai ketua Relawan RMD, beliau memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait kontribusi relawan pada pilkada lampung 2024

No	Nama	Jabatan	Alasan
2.	MAA. Imam Santoso	Ketua Staf Pribadi Gubernur	dipilih sebab menjabat sebagai ketua Tim Pemenangan RMD dan memiliki wawasan serta pengalaman langsung dalam strategi pemenganan pada pilkada lampung 2024
3.	Budiarjo	Akademisi	dipilih sebagai informan karena menurut peneliti beliau bisa memberikan pandangan yang objektif dan analitis terkait fenomena politik, khususnya dalam konteks pilkada lampung 2024
4.	Deden Ismail Zainal	Sekretaris Relawan RMD	dipilih sebagai informan karena beliau memahami terkait proses administrasi serta koordinasi internal relawan pada pilkada lampung 2024
5.	Panji Daniel	Bendahara Relawan RMD	dipilih sebagai informan karena beliau mengetahui secara langsung pengelolaan serta alokasi sumber daya dalam kegiatan relawan pada pilkada lampung 2024
6.	Watoni Noerdin	Wakil Ketua Bidang Ideologi dan Kaderisasi DPD PDIP	Dipilih sebagai informan karena mewakili tim pemenangan inkumben dan memahami strategi politik serta pandangan terhadap efektivitas gerakan relawan RMD pada Pilkada Lampung 2024.

*Sumber: Diolah Peneliti 2025*

### 3.5 Jenis dan Sumber data

Data dalam penelitian ini merupakan informasi yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan peneliti dan dianalisis guna memperoleh kesimpulan yang valid. Menurut (Sugiyono, 2024) data dalam penelitian dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder.

#### a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama di lapangan, melalui metode seperti wawancara mendalam dengan informan yang terlibat atau memiliki hubungan dengan strategi *marketing* politik relawan RMD pada Pilgub Lampung 2024. Proses wawancara dilakukan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya agar tetap sesuai dengan fokus penelitian.

#### b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data dokumentasi bisa berupa data hasil penelitian yang telah lalu yang dilakukan peneliti atau orang lain. Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi dokumen resmi, berita online, artikel yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat hasil wawancara serta memberikan konteks yang lebih luas terhadap fenomena yang diteliti.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua faktor utama yang memengaruhi mutu data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas proses pengumpulan data. Kualitas instrumen berkaitan dengan tingkat validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan, sedangkan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan metode atau teknik yang diterapkan dalam mengumpulkan data (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara biasanya dilakukan dengan format semi-terstruktur dengan menggunakan panduan pertanyaan yang bersifat fleksibel. Hal ini berarti penelitian telah menyiapkan daftar pertanyaan atau pokok bahasan yang ingin digali, namun tetap memberikan kebebasan kepada informan untuk menyiapkan jawaban secara leluasa dan mendalam (Rachmawati, 2007). Dalam penelitian ini peneliti menerapkan wawancara semi terstruktur dengan informan dari Relawan RMD, Ketua Staf Pribadi Gubernur, pengamat politik, dan Wakil Ketua Bidang Ideologi dan Kaderisasi DPD PDIP Provinsi Lampung, yang akan dilaksanakan pada tanggal 17 November samapi dengan 17 Desember 2025.

### 2. Dokumentasi

Dokumen termasuk salah satu sumber data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian. Guba & Lincoln menyatakan bahwa dokumen mencakup segala bahan tertulis, film, gambar, serta foto-foto yang disiapkan sebagai respons terhadap permintaan dari seorang penyidik (Moleong dalam Haris, 2016) .

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data menganalisis dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, dokumen digunakan untuk memperoleh informasi tambahan mengenai berita online, rekapitulasi suara, Undang-undang, serta jurnal penelitian.

### 3. Observasi

Menurut Craswell dalam Veronica dkk (2022), observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan melihat secara langsung kejadian dari perilaku subjek penelitian atau kondisi di lokasi terjadinya peristiwa. Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk mengamati secara

langsung aktivitas strategi relawan RMD di lapangan, sehingga dapat diperoleh gambaran nyata mengenai peran mereka dalam mendukung kemenangan kandidat pada Pilgub Lampung 2024.

### **3.7 Teknik Pengolahan Data**

Menurut Emzir dalam Abdussamad (2021) menjelaskan bahwa pengolahan data mencakup sejumlah tahapan penting yang perlu dilakukan secara sistematis dan berurutan guna menjamin validitas serta reliabilitas data. Adapun tahapan-tahapan tersebut meliputi :

#### **1. Editing Data**

Editing merupakan tahap pemeriksaan ulang terhadap data yang telah diperoleh untuk memastikan relevansi serta kesesuaiannya sebelum masuk ke proses pengolahan selanjutnya. Dalam tahap ini peneliti melakukan beberapa langkah berikut :

##### **a) Pemeriksaan kelengkapan data**

Peneliti menelaah kembali transkrip wawancara serta catatan observasi guna memastikan seluruh informasi telah tercatat dengan lengkap dan tidak ada bagian yang terlewatkan.

##### **b) Perbaikan kesalahan penulis**

Peneliti memperbaiki kesalahan pada transkrip, seperti salah ketik, kesalahan ejaan, atau penghilangan kata yang berpotensi mengubah makna pernyataan informan.

##### **c) Penyesuaian istilah**

Peneliti melakukan penyesuaian istilah, misalnya mengubah "hasil wawancara" menjadi "hasil penelitian" agar mencerminkan temuan akademikk yang telah melalui proses analisis secara sistematis.

d) Penyaringan data yang tidak relevan

Informasi yang tidak berhubungan dengan fokus penelitian atau memiliki tingkat subjektivitas tinggi disisihkan untuk menghasilkan kesimpulan yang tepat.

2. Interpretasi Data

Interpretasi data dilakukan untuk memahami secara mendalam makna yang terkandung dalam temuan penelitian sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang tepat. Pada tahap ini, peneliti tidak hanya menelaah data yang berasal dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut kemudian ditelaah untuk mengidentifikasi pola, keterkaitan antar temuan, serta kesesuaiannya dengan teori dan konsep yang digunakan. Melalui proses tersebut, peneliti dapat merumuskan kesimpulan yang menggambarkan hasil penelitian secara menyeluruh.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merujuk pada langkah-langkah dan metode yang digunakan untuk mengolah, menggambarkan, menarik kesimpulan, serta menafsirkan data yang diperoleh dalam suatu penelitian. Melalui teknik ini, peneliti dapat mengidentifikasi pola, hubungan antar data, dan membuat generalisasi dari informasi yang bersifat kompleks. Pada penelitian kualitatif, pendekatan analisis data yang umum digunakan adalah *Interactive Model* yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman.

Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2015) menyatakan bahwa pengolahan data tidak hanya dilakukan setelah data dikumpulkan, melainkan berlangsung secara berkelanjutan. Melalui model ini, peneliti memiliki fleksibilitas untuk berpindah antara berbagai tahapan penelitian, sehingga memungkinkan adanya penyesuaian serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Secara umum, model interaktif ini mencakup:

## 1. Reduksi data (*Data Rreduction*)

tahapan analisis yang membutuhkan ketelitian dan kepekaan dalam berpikir, karena proses ini memerlukan tingkat kecerdasan tinggi serta pemahaman yang luas dan mendalam terhadap konteks data yang diteliti. Reduksi data merupakan suatu tahapan dalam penelitian yang melibatkan:

### 1.) Proses Pemilahan Data

Dari berbagai informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan relawan, tim sukses, maupun masyarakat, peneliti hanya mengambil data yang relevan dengan strategi relawan.

### 2.) Penajaman Fokus

Data kemudian dipusatkan pada tema-tema utama penelitian, yaitu bentuk strategi relawan yang digunakan dalam kampanye, serta dampaknya terhadap peningkatan dukungan masyarakat. Dengan begitu, data yang beragam bisa diarahkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

### 3.) Penyederhanaan Dan Pengabstrakan

Pernyataan panjang dari wawancara, catatan observasi, maupun dokumen kampanye disederhanakan dalam bentuk poin-poin inti.

### 4.) Pengubahan Data Mentah

pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyusun ulang catatan lapangan yang masih bersifat kasar atau acak menjadi informasi yang lebih sistematis sesuai fokus penelitian.

Reduksi data merupakan proses penyusunan dan penyederhanaan informasi tanpa menghilangkan makna penting di dalamnya, sehingga data yang semula masih acak dapat lebih terarah, terfokus, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

## 2. *Data Display* (Penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan melalui uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, diagram alur, dan bentuk lainnya. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2015) bentuk yang paling

umum digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. Peneliti mengolah data yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi terstruktur, yang disusun berdasarkan tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Tema-tema ini mencerminkan berbagai bentuk kontribusi yang diberikan oleh relawan RMD selama proses Pilkada Lampung 2024. Hasil wawancara, misalnya, menyoroti bagaimana relawan RMD berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi calon, membantu logistik kampanye, hingga mobilisasi massa pada saat pemungutan suara. Observasi langsung dan dokumentasi pun mendukung temuan tersebut, menunjukkan kontribusi tenaga, waktu, dan pemikiran dari para relawan dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal.

### 3. Menarik kesimpulan/verifikasi

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan biasanya merupakan hasil temuan baru yang sebelumnya belum diketahui. Temuan ini sering kali berbentuk deskripsi atau penjelasan mengenai suatu objek yang awalnya masih kabur atau belum terdefinisi dengan baik. Setelah dilakukan penelitian, objek tersebut menjadi lebih jelas sehingga memungkinkan untuk ditemukan hubungan sebab-akibat, interaksi antar elemen, hipotesis, bahkan teori baru. Data dalam penelitian kualitatif umumnya disajikan dalam bentuk narasi teks. Kesimpulan yang diperoleh memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana strategi marketing politik relawan RMD dapat berdampak terhadap kemenangan kandidat dalam Pilkada Lampung 2024. Peneliti dapat merumuskan poin-poin utama terkait peran relawan RMD, dan kesimpulan tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyusun rekomendasi maupun strategi dalam kampanye politik di masa yang akan datang.

### **3.9 Teknik Validasi/Keabsahan Data**

Menurut sugiyono, Dalam proses penelitian, pengujian terhadap keabsahan data sering kali hanya berfokus pada dua aspek utama, yaitu validitas dan reliabilitas.

Validitas mengukur sejauh mana data mencerminkan realitas yang sebenarnya, sedangkan reliabilitas menilai konsistensi data jika diuji kembali dalam kondisi serupa. Dengan kata lain, keabsahan data kerap kali dipersempit hanya pada kedua aspek tersebut. Keabsahan data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan serta memverifikasi informasi dari beragam sumber guna menjamin validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2015).

#### 1. *Triangulasi* Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data atau informasi yang diperoleh dari berbagai sumber informan yang memiliki peran dan perspektif berbeda terkait objek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari beberapa pihak, seperti ketua relawan, sekretaris dan bendahara relawan RMD, Ketua Staf Pribadi Gubernur, akademis, sertawakil ketua bidang ideologi dan kaderisasi DPD PDIP. Tujuan dari triangulasi sumber adalah untuk memperoleh gambaran data yang lebih menyeluruh dan memastikan bahwa informasi yang didapat tidak bersifat sepihak atau bias. Jika data dari berbagai sumber menunjukkan kesamaan atau konsistensi, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid dan dapat dipercaya.

#### 2. *Triangulasi* Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu metode pengumpulan data terhadap sumber informasi yang sama. Misalnya, peneliti menggunakan wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi sebagai teknik untuk memperoleh informasi mengenai strategi relawan RMD. Dengan membandingkan hasil dari ketiga teknik tersebut, peneliti dapat melihat konsistensi data dan meningkatkan kepercayaan terhadap temuan penelitian.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **4.1 Relawan RMD**

Relawan RMD secara resmi di deklarasikan di Nako Shop pada Rabu, 15 Mei 2024 sebagai bagian dari konsolidasi dukungan politik terhadap Rahmat Mirzani Djausal. Deklarasi tersebut dihadiri oleh pengurus dan anggota relawan sebagai bentuk komitmen dalam pencalonan Rahmat Mirzani Djausal pada Pilgub Lampung 2024. Deklarasi ini menandai dimulainya aktivitas Relawan RMD untuk menjalankan berbagai kegiatan sosialisasi politik kepada Masyarakat (Nenemonews.com, 1 Februari 2026).

Ahmad Kennedy menjelaskan bahwa pembentukan Relawan RMD bertujuan untuk mensosialisasikan sosok Rahmat Mirzani Djausal kepada berbagai lapisan masyarakat. Melalui beragam kegiatan dilakukan relawan berupaya memperkenalkan latar belakang, karakter, serta program-program kerja yang akan dijalankan Rahmat Mirzani Djausal apabila terpilih sebagai Gubernur. Kegiatan mensosialisasikan Rahmat Mirzani Djausal di arahkan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada masyarakat mengenai kandidat yang di dukung, sehingga masyarakat tidak hanya mengenal figur, tetapi juga memahami visi dan arah kebijakan yang di tawarkan (Nenemonews.com, 1 Februari 2026).

Ketua Relawan RMD Ahmad Kennedy, menekankan pentingnya solidaritas dan dukungan kolektif dalam perjuangan politik yang dijalankan oleh relawan.

Berdasarkan pemahamannya terhadap proses politik yang berlangsung, Ahmad Kennedy menilai bahwa percalonan Rahmat Mirzani Djausal menimbulkan dorongan moral dan komitmen untuk berpartisipasi secara aktif dalam perjuangan politik tersebut. Beliau juga menyampaikan bahwa keterlibatannya sebagai ketua di dorong oleh rasa tanggung jawab sebagai bagian dari gerakan politik masyarakat, sehingga menuntut keterlibatan langsung dalam mengordinasikan dan menggerakkan relawan, termasuk berada di baris depan bersama para relawan lainnya (Sormin, 2024).

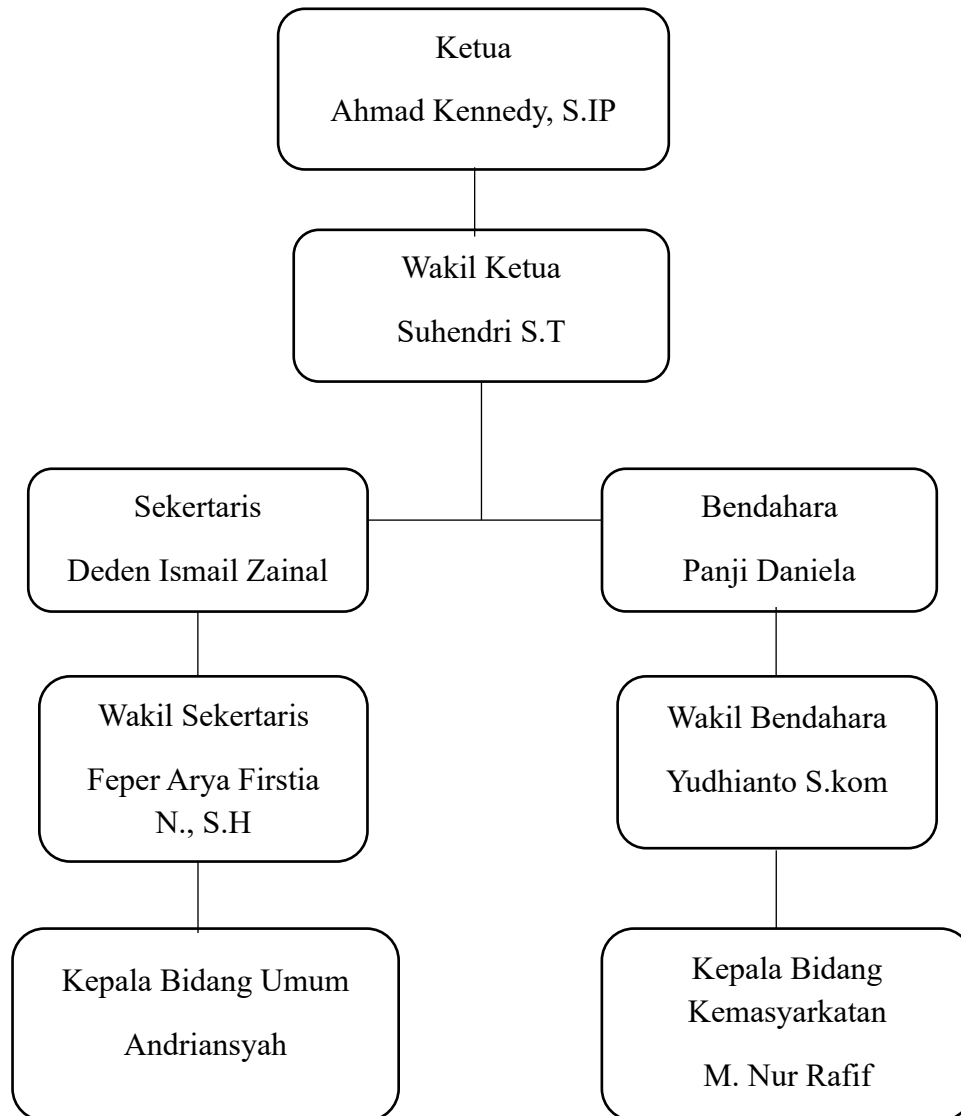
#### 4.2 Logo Relawan RMD



**Gambar 3. Logo Relawan RMD**

*Sumber : IGRelawanRMD 2026*

### 4.3 Struktur Kepengurusan Relawan RMD



**Gambar 4. Struktur Kepengurusan Relawan RMD**

*Sumber: SKRelawanRMD2025*

#### 4.4 Simpul Relawan RMD

**Tabel 4.1 Simpul dan Simpatisan Relawan RMD**

<b>Lokasi Simpul</b>	<b>Membawahi Jumlah Simpatisan</b>
Bandar Lampung	200.000 orang
Pesawaran	50.000 orang
Pringsewu	50.000 orang
Lampung Tengah	50.000 orang
Lampung Utara	50.000 orang
Tulang Bawang	50.000 orang
Tulang Bawang Barat	50.000 orang
Lampung Timur	50.000 orang
Lampung Selatan	50.000 orang
Mesuji	50.000 orang

*Sumber : Dokumen Relawan RMD*

#### 4.5 Profil Rahmat Mirzani Djausal

Rahmat Mirzani Djausal, yang akrab disapa Mirza yakni lahir di Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara pada 18 maret 1980. Beliau menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 1 Teladan Lampung Utara pada tahun 1986-1992, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 5 Kotabumi pada tahun 1992-1995. Pendidikan menengah atas dilanjutkan di SMA Negeri 2 Bandar Lampung pada 1995-1998. Kemudian beliau melanjutkan studi di universitas Trisakti dan memperoleh gelar sarjana Teknik pada tahun 2005. Beliau juga melanjutkan pendidikan pascasarjana di Universitas Lampung dan meraih gelar Megister Manajemen pada tahun 2012 (Saputra, 2025).

Perjalanan karier Rahmat Mirzani Djausal dimulai dengan memasuki dunia bisnis dan tercatat pernah bekerja serta memimpin sejumlah perusahaan, antara lain di PT Behima Capital (2006–2014), PT Tiga Satu Multimedia (2007–2012), PT Tiga Satu Mandiri Prima (2010–2016), dan PT Hulu Batu Perkasa (2011–2018).

Keterlibatannya disektor usaha memberinya pengalaman dalam manajemen perusahaan, pengembangan proyek, hingga perluasan jaringan bisnis. Perjalanan profesional tersebut menjadi fondasi kuat bagi kiprahnya di dunia organisasi dan politik (Saputra, 2025).

Rahmat Mirzani Djausal semakin dikenal dalam bidang politik setelah bergabung dengan partai Gerindra. Beliau dipercaya menjabat sebagai ketua Fraksi Partai Gerindra di DPRD Provinsi Lampung 2019-2024, diaman beliau berperan aktif dalam proses legislasi dan pengawasan kebijakan daeah. Selain itu, beliau juga menjabat sebagai ketua DPD Partai Gerindra Provinsi Lampung, sebuah posisi strategis yang menunjukkan kepercayaan partai terhadap kapasitas kepemimpinannya di tingkat provinsi (Saputra, 2025).

Kiprahnya tidak hanya terbatas pada bisnis dan poltik, tetapi juga meluas keberbagai organisasi kemasyarakatan, kepemudaan, dan olahraga. Rahmat Mirzani Djausal pernah menjabat sebagai ketua HKTI Provinsi Lamapung pada dua periode (2012-2019 dan 2019-2024), ketua HIPMI Provinsi Lampung (2008-2011), ketua PD DMI Kota Bandar Lampung (2023-2027), serta ketua persatuan Golf Indonesia Provinsi Lampung (2023-2027). Selain itu juga beliau pernah menjadi pembina Klub Bola TS Saiburai Lampung sejak 2017 serta mendirikan tim *e-sport "The Pillars"*, yang mnecerminkan kepeduliannya terhadap perkembangan olahraga dan komunitas pemuda di Lampung (Saputra, 2025)

Kontribusinya dalam dunia bisnis, organisasi, dan olahraga Rahmat Mirzani Djausal telah menerima sejumlah penghargaan bergengsi yakni *Youth Awards* Indonesia 2021 sebagai pelopor penusaha muda di Provinsi Lampung serta inisiator Olahraga Indonesia 2022 dari PWI Pusat. Rekam jejak panjang dan pencapaiannya menunjukkan kapasitas Rahmat Mirzani Djausal sebagai salah satu tokoh muda berpengaruh di Provinsi Lampung (Saputra, 2025).

## 4.6 Pilkada

### 4.6.1 Sejarah Pilkada di Indonesia

Pada awal era pasca kemerdekaan, mekanisme pemilihan kepala daerah masih di atur oleh Undang-undang Nomor 22 Tahun 1948 tentang pemerintahan daerah. Peraturan ini menekankan bahwa kepala daerah tidak dipilih langsung oleh rakyat, namun diangkat langsung oleh pemerintah pusat, dengan mempertimbangkan rekomendasi dari DPRD Daerah. Pada tingkat Provinsi, kepala daerah diangkat langsung oleh Presiden berdasarkan rekomendasi dari DPRD Provinsi. Sedangkan di tingkat kabupaten, kepala daerah diangkat oleh Menteri Dalam Negeri berdasarkan rekomendasi dari DPRD Kabupaten. Kondisi ini muncul sebagai bentuk kompromi politik dan strategi untuk memastikan konsistensi dan stabilitas pemerintahan di tengah situasi nasional yang masih rentan terhadap tantangan setelah proklamasi kemerdekaan. Sistem tersebut mencerminkan kebutuhan negara untuk memastikan berjalannya pemerintahan yang efektif, bahkan dengan mengorbankan prinsip pemilihan langsung kepala daerah oleh masyarakat (Muhtar, 2024).

Masa orde lama hingga orde baru, mekanisme pemilihan kepala daerah masih didominasi oleh kekuasaan terpusat. Pengangkatan kepala daerah yang didasarkan oleh rekomendasi dari DPRD, tetapi pemerintah pusat masih memegang kendali atas proses tersebut. Akibat adanya kebijakan tersebut, otonomi daerah tidak berjalan dengan baik, karena otoritas daerah seringkali terkikis oleh intervensi politik pemerintah pusat. Perubahan atas kebijakan tersebut mulai muncul ketika masa Reformasi 1998, yang menandai titik balik dalam sistem Indonesia. Reformasi tersebut melahirkan Undang-undang nomor 22 tahun 1999 tentang pemerintah daerah, yang menekankan pentingnya desentralisasi sebagai dasar pemerintahan. Peraturan ini memberikan dampak yang baik terhadap otonomi daerah menjadi lebih baik dari pada sebelumnya. Namun pada masa reformasi kepala daerah masih dipilih oleh DPRD, sehingga masyarakat tidak memiliki kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam menentukan pemimpin mereka (Muhtar, 2024).

Langkah maju selanjutnya dalam demokratisasi terwujud melalui UU No. 32 Tahun 2004, yang memperkenalkan mekanisme pemilihan langsung kepala daerah oleh rakyat. Sejak saat itu, masyarakat diberikan kendali penuh atas siapa yang akan memimpin daerah mereka. Pemilihan langsung kepala daerah pertama kali diadakan pada Juni 2005 dan dianggap sebagai pencapaian signifikan dalam memperkuat demokrasi di Indonesia. Perkembangan ini semakin diperluas dengan diterbitkannya UU No. 12 Tahun 2008, yang membuka kesempatan bagi calon independen untuk berpartisipasi dalam pemilihan tanpa harus melalui partai politik. Kehadiran calon independen merupakan manifestasi nyata dari upaya untuk memperluas keterlibatan masyarakat dalam proses politik (Muhtar, 2024).

Perbaikan sistem pemilihan daerah terus berlanjut dengan adanya penerapan kebijakan pemilihan daerah serentak. Kebijakan ini pertama kali diterapkan pada 9 Desember 2015, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi administrasi pemilihan sekaligus guna memperkuat partisipasi pemilih. Selama bertahun-tahun, cakupan pemilihan daerah serentak telah meluas. Pada tahun 2015, 269 daerah dengan 96,9 juta pemilih berpartisipasi. Pada tahun 2018, jumlah ini meningkat menjadi 171 daerah dengan 152 juta pemilih. Pada tahun 2020, pemilihan daerah masih diadakan meskipun terjadi pandemi COVID-19, melibatkan 270 daerah dengan 100,3 juta pemilih (Muhtar, 2024).

Perjalanan ini berlangsung mencapai puncaknya pada pilkada 2024 yang di jadwalkan berlangsung pada 27 november. Pilkada kali ini akan menjadi terbesar sepanjang sejarah indonesia karena melibatkan 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota (Sivitas, 2024). Skala besar penyelenggaraan ini mencerminkan konsistensi indonesia dalam memperkuat sistem demokrasi. Harapannya, melalui mekanisme Pilkada yang semakin berkembang, tidak hanya lahir pemimpin daerah yang berkualitas, tetapi juga terbangun legitimasi politik serta kepercayaan masyarakat terhadap demokrasi di tanah air.



**Gambar 5. Pilkada Serentak di Indonesia Masa ke Masa**

*Sumber: Indonesiabaik.id, 3 April 2026*

#### 4.6.2 Mekanisme Pelaksanaan Pilkada di Indonesia

Pelaksanaan Pilkada di Indonesia telah diatur secara sistem dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota (Republik Indonesia, 2016). Pilkada meliputi beberapa lembaga legislatif seperti DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota yang telah ditetapkan. Keseluruhan tahapan ini menunjukkan bahwa pemilu dilaksanakan secara berjenjang dan terstruktur untuk menjamin keabsahan dan legitimasi proses demokrasi di Indonesia (Anwar, 2023).

Proses Pilkada di jalankan berdasarkan asas-asas yang telah ditetapkan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, yang menyebutkan bahwa pemilu diselenggarakan berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (Hukumonline.com, 20 November 2025). Keenam asas ini dikenal luas dengan "Luber Jurdil" yang menjadi prinsip fundamental dalam menjamin terselenggaranya pemilu yang demokratis. Asas langsung dapat diartikan sebagai pemilih berhak memberikan suaranya secara langsung, tanpa perantara, sesuai

dengan kehendak hati nurani masing-masing. Sedangkan asas umum dapat diartikan bahwa semua warga negara yang telah memenuhi syarat, terutama syarat usia, memiliki hak untuk ikut serta dalam pemilu, baik sebagai pemilih maupun sebagai calon dipilih.

Prinsip kebebasan menegaskan bahwa setiap pemilih memiliki kebebasan untuk membuat pilihan mereka, tanpa tekanan, paksaan, ataupun campur tangan dari pihak manapun, sehingga pilihan yang dibuat benar-benar datang dari keinginan pribadi mereka. Prinsip kerahasiaan digunakan untuk memastikan bahwa kerahasia suara pemilih sepenuhnya terlindungi, sehingga tidak seorang pun dapat mengetahui pilihan masing-masing individu. Selanjutnya untuk prinsip kejujuran dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku secara jujur dan bertanggung jawab. Sedangkan untuk prinsip keadilan diartikan sebagai bahwa semua pihak yang terlibat dalam pemilihan harus menerima perlakuan yang sama dan tidak diskriminatif, dan harus menghindari praktik curang atau manipulasi hasil. Pada prinsip-prinsip ini diharapkan pemilihan dapat berjalan secara demokratis, menjunjung tinggi hak-hak warga negara, dan menghasilkan pemimpin yang sah secara hukum dan moral (Hukumonline.com, 20 November 2025).

#### **4.6.3 Pilkada Lampung 2024**

Pelaksanaan Pilkada di Provinsi Lampung tahun 2024 menjadi salah satu bagian integral dari Pilkada serentak yang diadakan pada 27 November 2024, dimana pada masa ini masyarakat Lampung menggunakan hak pilihnya untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur periode 2024-2030, serta Kepala Daerah di tingkat Kabupaten/Kota (KPU, 2024a). Penyelenggaraan Pilkada oleh KPU Provinsi Lampung menetapkan bahwa Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 6.515.869 pemilih yang tersebar di seluruh 15 Kabupaten dan Kota di Provinsi Lampung sebagai berikut:



**Gambar 6. Daftar Pemilih Tetap Provinsi Lampung 2024**

*Sumber : KPULPG, 2024*

Berdasarkan gambar tersebut, distribusi daftar pemilih tetap (DPT) pada pemilu Provinsi Lampung 2024 menunjukkan adanya variasi yang signifikan dalam jumlah pemilih pada setiap kabupaten dan kota. Berdasarkan data tersebut kabupaten Lampung Tengah menjadi wilayah dengan jumlah mata pilih yang paling besar yang ada di Provinsi Lampung dengan mencapai 1.001.344 pemilih. Selanjutnya diduduki oleh kabupaten Lampung selatan dengan mencapai 786.182 pemilih, dan Kabupaten Lampung Timur dengan 823.417 pemilih. Sedangkan untuk daerah dengan jumlah mata pilih menengah diduduki oleh Kabupaten Lampung Utara dengan 470.052 pemilih, Kabupaten Tanggamus dengan 453.261, Kabupaten Pesawaran dengan 347.797 pemilih, Kabupaten Way Kanan dengan 354.599 pemilih, dan yang terakhir Kabupaten Pringsewu dengan 321.976 pemilih (KPU, 2024a).

Daerah dengan jumlah mata pilih yang cukup sedikit diantara meliputi Kabupaten Tulang Bawang dengan 309.963 pemilih, Kabupaten Tulang Bawang Barat dengan 220.140 pemilih, Kabupaten Lampung Barat dengan 222.236 pemilih, Kabupaten Mesuji dengan 170.255 pemilih, Kabupaten Pesisir Barat

dengan 121,267 pemilih, dan yang terakhir yakni Kota Metro dengan 131.482 pemilih. Secara keseluruhan, Daftar Pemilih Provinsi Lampung (DPT) 2024 tersebar di 229 kecamatan, 2.651 desa/kecamatan, dan 13.282 tempat pemungutan suara (TPS), dengan komposisi 3.304.463 pemilih laki-laki dan 3.211.406 pemilih perempuan. Distribusi DPT ini merupakan dasar penting dalam perencanaan teknis pelaksanaan Pilkada, termasuk penentuan logistik, pengaturan TPS, serta strategi kampanye dan mobilisasi pemilih oleh peserta pemilu di seluruh Provinsi Lampung (KPU, 2024).

#### 4.6.4 Tahapan Pilkada Lampung



**Gambar 7. Tahapan Pilkada 2024**

*Sumber: KPULPG, 2024*

Gambar tersebut menunjukkan alur dan sistem tahapan Pilkada 2024 yang disusun dan ditentukan oleh KPU Provinsi Lampung, mulai dari tahap awal hingga akhir proses pemilihan. Tahapan ini dimulai dengan perencanaan program dan anggaran, persiapan dan penetapan peraturan dan jadwal pemilihan, serta pembentukan badan PPK (Panitia Pemilihan Kecamatan), PPS (Panitia Pemungutan Suara), KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara). Proses ini kemudian berlanjut dengan pengumpulan data pemilih yang meliputi pengumpulan data calon pemilih, pembaruan data, serta penyusunan daftar

pemilih. Selanjutnya, proses pencalonan diawali dengan pemenuhan syarat untuk masing-masing kandidat, pendaftaran dan riset pasangan, dan pada akhirnya penentuan calon kandidat. Tahap berikutnya yakni berupa kampanye, dimana pada tahap ini memberikan ruang bagi pasangan untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja kandidat kepada publik sebelum memasuki hari pemungutan suara pada 27 November 2024. Setelah pemungutan suara, tahapan berlanjut dengan perhitungan dan rekapitulasi hasil suara, penyelesaian pelanggaran dan sengketa pemilu, serta penentuan dan pengangkatan kandidat terpilih. Secara keseluruhan, gambaran ini mengilustrasikan bahwa Pemilu Daerah 2024 akan dilaksanakan melalui serangkaian tahapan terstruktur, dengan kerangka waktu yang jelas, dan berdasarkan peraturan KPU sebagai manifestasi pelaksanaan pemilu yang demokratis, tertib, dan akuntabel (KPU, 2024).

#### 4.6.5 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Perolehan Suara Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2024



Gambar 8. Rekapitulasi Hasil Perolehan Suara Pilgub Lampung 2024

Sumber: KPULPG, 2024

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran politik realwan RMD dalam mendukung kemenangan Rahmat Mirzani Djausal pada Pilgub Lampung 2024, dapat disimpulkan bahwa relawan memiliki peran yang sangat signifikan dalam membangun dan memperluas dukungan elektoral bagi kandidat. Strategi yang dijalankan tidak dilakukan secara terpisah-pisah, melainkan diterapkan secara terpadu melalui tiga dimensi utama dalam marketing politik, yaitu *promotion, price, dan palce* sebagaimana dikemukakan Firmanzah (2008).

Dimensi Promosi, para relawan berhasil menggabungkan strategi periklanan berbasis media sosial dengan kampanye tatap muka secara intensif dan kontekstual. Penggunaan Facebook dan Instagram dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik pengguna masing-masing platform, sehingga pesan politik kandidat dapat menjangkau segmen usia yang berbeda secara lebih efektif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi tetapi juga sebagai ruang komunikasi dua arah yang membangun citra dan kedekatan dengan pemilih. Sementara itu, kegiatan tatap muka seperti penyuluhan, diskusi publik, kompetisi senam, dan konser berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat ikatan emosional antara kandidat, relawan, dan masyarakat di tingkat akar

rumpit. Integrasi strategi digital dan tatap muka menunjukkan adaptasi terhadap perkembangan komunikasi politik modern tanpa meninggalkan pendekatan sosial langsung yang menjadi ciri khas politik lokal.

Dimensi *Price*, strategi yang diterapkan oleh para relawan tidak hanya mencerminkan aspek ekonomi tetapi juga aspek psikologis dan citra nasional kandidat. Secara ekonomi, pendanaan kampanye dilakukan secara proporsional dan sebagian besar bersumber dari partisipasi sukarela para sukarelawan dan donatur. Pola pendanaan berbasis swadaya ini menunjukkan bahwa modal sosial memainkan peran penting dalam mendukung kegiatan kampanye. Secara psikologis, dukungan politik terbentuk melalui kedekatan pribadi, identitas sosial yang sama, serta adanya rasa kepercayaan dan kenyamanan yang dirasakan oleh para relawan dan masyarakat terhadap kandidat. Latar belakang sosial yang serupa, seperti adanya kesamaan etnis dan agama antara kandidat dan masyarakat memperkuat ikatan emosional, yang berdampak pada mobilisasi dukungan. Citra nasional kandidat, yang dibangun melalui rekam jejak pendidikan, organisasi, riwayat pekerjaan, posisi strategis di partai politik dan legislatif juga memperkuat legitimasi dan kapasitas yang dirasakan kandidat di mata publik. Dimensi *price* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan finansial bukanlah satu-satunya faktor penentu, melainkan kombinasi dari modal sosial, persepsi psikologis, dan citra politik yang positif.

Dimensi *place*, para relawan menerapkan strategi pemetaan geografis, memprioritaskan area dengan potensi pemilih yang lebih besar dan peluang pemilihan yang lebih terbuka, sehingga mendistribusikan sumber daya kampanye secara rasional dan efisien. Strategi ini menunjukkan pemahaman tentang dinamika politik lokal dan kemampuan untuk membaca peta kekuatan politik di setiap wilayah. Dalam pemetaan demografis, para relawan melakukan pengelompokan kegiatan kampanye

berdasarkan usia dan peran sosial. Kegiatan kampanye dirancang sesuai dengan karakteristik setiap kelompok, seperti lomba senam untuk para ibu dan konser untuk generasi muda. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi *place* tidak hanya berorientasi pada ruang fisik, tetapi juga struktur sosial dan karakteristik komunitas.

Secara keseluruhan, keberhasilan Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan gubernur Lampung 2024 terkait erat dengan strategi relawan RMD dalam menerapkan pemasaran politik terpadu. Relawan tidak hanya bertindak sebagai pelaksana teknis kampanye, tetapi juga sebagai aktor politik yang mampu menerjemahkan teori pemasaran politik ke dalam praktik kontekstual dan efektif di tingkat lokal. Kerja kolektif, partisipasi sukarela, dan kemampuan memahami dinamika sosial merupakan faktor penting yang berkontribusi pada kemenangan kandidat tersebut.

## 6.2 Saran

1. Para relawan disarankan untuk mempertahankan kombinasi kampanye digital dan tatap muka, karena kedua metode tersebut telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan dengan masyarakat.
2. Pengelolaan dimensi *price* perlu dilakukan secara lebih sistematis dan transparan, baik dalam aspek ekonomi maupun dalam memperkuat citra nasional kandidat. Transparansi dalam pendanaan kampanye sangat penting untuk menjaga legitimasi publik, sementara penguatan pasar sasaran harus diarahkan pada kapasitas kepemimpinan dan program substantif sehingga dukungan politik tidak hanya didasarkan pada kedekatan emosional tetapi juga pada rasionalitas pemilih.
3. Strategi wilayah perlu dikembangkan secara lebih inklusif, memprioritaskan wilayah potensial tanpa sepenuhnya mengabaikan

wilayah non-prioritas. Pemetaan demografis juga perlu diperkuat melalui penggunaan data sosial yang lebih komprehensif untuk memastikan strategi kampanye lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

4. Para peneliti di masa mendatang disarankan untuk mengembangkan penelitian menggunakan pendekatan metode kuantitatif atau campuran untuk mengukur secara lebih menyeluruh pengaruh setiap dimensi pemasaran politik terhadap kemampuan terpilihnya seorang kandidat, serta melakukan studi perbandingan di wilayah lain untuk memperkaya studi tentang peran relawan dalam kontes politik lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H.Z. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by P. Rapanna. Makassar: CV. Syakir Media Press. Available at:  
<https://books.google.com/books?id=JtKREAAAQBAJ>.
- Agustina, N. Iaras (2019) *Pemanfaatan Twitter Oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Jelang Pemilihan Umum 2019*.
- Amalia Syauket (2024) 'Peran Relawan Politik Dalam Konstelasi Politik Indonesia', *Jurnal Hukum Sasana*, 8(1), pp. 47–56. Available at:  
<https://doi.org/10.31599/sasana.v8i1.1252>.
- Anwar, I.C. (2023) 'Tahapan Penyelenggaraan Pemilu 2024 Menurut PKPU No 3 & Jadwal'. Available at: <https://tirto.id/tahapan-penyelenggaraan-pemilu-2024-menurut-pkpu-no-3-jadwal-gBjA>.
- Arianto, B. (2016) 'Fenomena Relawan Politik dalam Kontestasi Presidensial 2014', *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(2), p. 130. Available at:  
<https://doi.org/10.22146/jsp.13128>.
- Arya Fernandes, Florentina Dwiastuti, Ainur Khafifah, Amanda Kania, dan S.M.G. (2022) 'Kepala Daerah Terpilih 2025: Kepemimpinan Politik di Tingkat Lokal dan Tantangan untuk Generasi Elite Baru', *Centre for strategic and international Studies* [Preprint]. Available at:  
[https://www.csis.or.id/publication/kepala-daerah-terpilih-2025-kepemimpinan-politik-di-tingkat-lokal-dan-tantangan-untuk-generasi-elite-baru/?utm\\_source=perplexity](https://www.csis.or.id/publication/kepala-daerah-terpilih-2025-kepemimpinan-politik-di-tingkat-lokal-dan-tantangan-untuk-generasi-elite-baru/?utm_source=perplexity).

- BPS (2019) 'Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung Juli 2019 Naik 0,24 persen', *Berita Resmi Statistik*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, p. Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung Juli 2019 Naik. Available at: <https://lampung.bps.go.id/id/pressrelease/2019/08/01/712/nilai-tukar-petani-provinsi-lampung-juli-2019-naik-0-24-persen.html>.
- BPS (2020) 'Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung Turun 0,93 Persen', *Berita Resmi Statistik*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, p. Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung Turun 0,93 Per. Available at: <https://bandarlampungkota.bps.go.id/id/pressrelease/2020/11/03/788/nilai-tukar-petani-provinsi-lampung-turun-0-93-persen.html>.
- BPS (2021) 'Nilai Tukar Petani (NTP) Provinsi Lampung November 2021 naik 0,67 persen', *Berita Resmi Statistik*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, p. Nilai Tukar Petani (NTP) Provinsi Lampung November. Available at: <https://lampung.bps.go.id/id/pressrelease/2021/12/01/938/nilai-tukar-petani--ntp--provinsi-lampung-november-2021-naik-0-67-persen.html>.
- BPS (2022) 'Nilai Tukar Petani (NTP) Provinsi Lampung Januari 2022 naik 0,52 persen', *Berita Resmi Statistik*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, p. Nilai Tukar Petani (NTP) Provinsi Lampung Januari. Available at: <https://lampung.bps.go.id/id/pressrelease/2022/02/02/1005/nilai-tukar-petani--ntp--provinsi-lampung-januari-2022-naik-0-52-persen.html>.
- BPS (2023) 'Perkembangan Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung Februari 2023', *Berita Resmi Statistik*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, p. Perkembangan Nilai Tukar Petani Provinsi Lampung F. Available at: <https://lampung.bps.go.id/id/pressrelease/2023/03/01/1078/perkembangan-nilai-tukar-petani-provinsi-lampung-februari-2023.html>.
- Fatimah, S. (2018) 'Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu', *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), pp. 5–16. Available at: <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>.

- Firmanzah (2008) *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas (Edisi Revisi)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Available at: <https://books.google.com/books?id=LAn8R3yXjIIC>.
- Haris, A. (2016) 'Pengawasan Inspektorat Kabupaten Serdang Bedagai Inspection Function of Inspectorate of Serdang Bedagai Regency dan Aparat Pengawasan Intern Pemerintah', *Jurnal Administrasi Publik Fungsi*, 6(1), pp. 75–86.
- Hukumonline.com (2023) 'Fungsi, Tujuan, Prinsip, dan Asas-Asas Pemilu'. Available at: <https://www.hukumonline.com/berita/a/asas-asas-pemilu-lt64956cc40a99a/>.
- Indonesiabaik.id (2024) 'Pilkada Serentak di Indonesia Masa ke Masa'. IndonesiaBaik.id. Available at: <https://indonesiabaik.id/infografis/pilkada-serentak-di-indonesia-masa-ke-masa>.
- Kartika, Y., Suminar, P. and Adhrianti, L. (2021) 'POLITICAL MARKETING PEMILIHAN KEPALA DAERAH BENGKULU UTARA TAHUN 2020', 10(1), pp. 85–96.
- Kompas.com (2024) 'Menjabat Ketua Golkar Lampung, Arinal jadi cagub setelah diusung PDI-P'. Available at: <https://regional.kompas.com/read/2024/08/29/202138378/menjabat-ketua-golkar-lampung-arinal-jadi-cagub-setelah-diusung-pdi-p>.
- Kompas (2024) 'Pilkada Lampung: Visi, Misi serta Program Mirza-Jihan dan Arinal-Sutono', *Kompas.com*. Available at: <https://regional.kompas.com/read/2024/09/23/152336678/pilkada-lampung-visi-misi-serta-program-mirza-jihan-dan-arinal-sutono?page=all>.
- KPU (2024a) 'Hasil Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2024'. Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung. Available at: <https://lampung.kpu.go.id/page/read/hasil-pemilihan-gubernur-dan-wakil>

gubernur-lampung-tahun-2024.

- KPU (2024b) ‘Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara di Provinsi Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2024’. Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung. Available at:  
<https://lampung.kpu.go.id/blog/read/rekapitulasi-hasil-penghitungan-perolehan-suara-di-provinsi-pemilihan-gubernur-dan-wakil-gubernur-lampung-tahun-2024>.
- Mairita, D. and Abdullah, A. (2024) ‘Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024 Social Media as a Political Campaign Media Ahead of the 2024 Elections’, 10(1). Available at:  
<https://doi.org/10.31289/symbolika.v10i1.11468>.
- Maryanto, D. (2025) ‘Pilkada 2024 dan Dinamika Sosial Masyarakat Lampung Timur’. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Lampung Timur. Available at:  
<https://kab-lampungtimur.kpu.go.id/blog/read/pilkada-2024-dan-dinamika-sosial-masyarakat-lampung-timur>.
- Milana Robby and Muksis Nani Nurani (2021) ‘Kampanyepolitik Calon Legislatif Perempuan (Studi Fenomenologi Pada Pemilihan Umum 2019)’, *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 2, pp. 3–4. Available at:  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24853/kais.2.1.158-168>.
- Muhtar (2024) ‘Sejarah Pilkada di Indonesia: Dari Era Awal Kemerdekaan Hingga Pilkada Serentak 2024’, *UICI* [Preprint]. Available at:  
<https://uici.ac.id/sejarah-pilkada-di-indonesia-dari-era-awal-kemerdekaan-hingga-pilkada-serentak-2024/>.
- Nenemonews.com (2024) ‘Relawan RMD Resmi Dideklarasikan’. Available at:  
<https://nenemonews.com/2024/05/16/relawan-rmd-resmi-dideklarasikan/>.
- Putra, F.S.D. *et al.* (2022) *MARKETING POLITIK (Teori dan Konsep)*. Bandung: Widina Bhakti Persada. Available at:

[https://www.google.co.id/books/edition/MARKETING\\_POLITIK\\_Teori\\_dan\\_Konsep/CEJzEAAAQBAJ](https://www.google.co.id/books/edition/MARKETING_POLITIK_Teori_dan_Konsep/CEJzEAAAQBAJ).

Rachmawati, I.N. (2007) ‘Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara (Data Collection In Qualitative Research: Interviews)’, *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), pp. 35–40.

Republik Indonesia (2016) ‘Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi U’, pp. 1–90. Available at: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

Rian Handika, A.A. (2020) ‘Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Milenial (Strategi Pemenangan Manufer Putra Firdaus dalam Pemilu legislatif’, 3(1), pp. 61–73. Available at: <https://doi.org/10.24036/jce.v3i1.336>.

Rizkiawati, R. *et al.* (2017) ‘Pentingnya Buku Panduan bagi Voulunteer pada Organisasi Sosial’, *Share : Social Work Jurna*, 7(2), pp. 1–79. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v7i2.15723>.

Saputra, T. (2025) ‘Mengenal Rahmat Mirzani Djausal, Gubernur Lampung ke-11 yang Baru Terpilih’, *detikSumbagsel*. Available at: <https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7783719/mengenal-rahmat-mirzani-djausal-gubernur-lampung-ke-11-yang-baru-terpilih>.

Sepriansyah, Muhamad , Yazwardi Yulion, Z. (2021) ‘Strategi dan Marketing Politik Caleg Anwar Al Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel’, pp. 157–167.

Sivitas (2024) ‘Pemerintah Pastikan Pilkada Serentak 2024 Berjalan Lancar, Aman dan Damai’. Available at: <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/pemerintah-pastikan-pilkada-serentak-2024-berjalan-lancar-aman-dan-damai>.

- Soraya, Y. and Husna, J. (2020) ‘Motivasi Relawan Melalui Media Sosial Facebook Pada Gerakan Donasi Motor Pustaka di Desa Pematang Pasir Kecamatan Ketapang Kabupaten Lampung Selatan’, *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), pp. 256–266. Available at: <https://doi.org/10.14710/jip.v8i2.256-266>.
- Sormin, A. (no date) ‘Resmikan Rumah Relawan RMD, Mirza Siap Laksanakan Program Unggulan Prabowo Subianto di Lampung’, *lampungpro.com*. Available at: <https://lampungpro.co/news/resmikan-rumah-relawan-rmd-mirza-siap-laksanakan-program-unggulan-prabowo-subianto-di-lampung-/2>.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827>[internal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt](https://www.semanticscholar.org/paper/semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt/10.1016/j.str.2013.02.005/10.1016/j.str.2013.02.005)<http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>
- Sugiyono (2024) *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Surbakti, R. (2007) ‘Ramlan Surbakti (2007) Memahami Ilmu Politik. Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.’, *Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia*, (9), p. 144.
- Suyatno (2016) ‘Politik Indonesia Indonesian Political Science Review Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan Tantangan Demokrasi Lokal di Indonesia’, *Politik Indonesia*, 1(2), pp. 212–230. Available at: <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/JPI>.
- Tribunnews (2025) ‘Rekam Jejak Rahmat Mirzani Djausal, Gubernur Lampung yang Dilantik Prabowo, Putra Asli Lampung Utara’. Available at: <https://newsmaker.tribunnews.com/2025/03/23/rekam-jejak-rahmat-mirzani-djausal-gubernur-lampung-yang-dilantik-prabowo-putra-asli-lampung-utara?page=3>.

Veronica, A. *et al.* (2022) 'Metodologi Penelitian Kuantitatif. PT. Global Eksekutif Teknologi', *Pt. Global Eksekutif Teknologi*, pp. 1–169.

Wawointana, C. V, Liando, D.M. and Kimbal (2021) 'Strategi Marketing Politik Melky Jakhin Pangemanan Dalam Pemilihan Anggota Legislatif Provinsi Sulawesi Utara Periode 2019-2024', *Jurnal Governance*, 1(1), pp. 1–12.  
Available at: <https://doi.org/10.35884/governance.v1i1.33655>.

Widagdo, S. (2014) 'PENGARUH BAURAN PEMASARAN POLITIK TERHADAP PERILAKU KONSTITUEN DALAM MEMILIH KANDIDAT DAN PARTAI POLITIK (Studi pada Pemilu Legislatif di Kabupaten Jember)'