

**Strategi Marketing Politik Digital DPD PKS Surabaya Dalam Mendulang  
Dukungan Suara Generasi Z Pada Pemilu 2024**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Muhamad Yudha Firdaus**

**NIM (I01219018)**

**Program Studi Ilmu Politik**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Juni, 2024**

## PERNYATAAN

### PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhamad Yudha Firdaus

NIM : 101219018

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : *Strategi Marketing Politik Digital DPD PKS Surabaya Dalam Mendulang Dukungan Suara Generasi Z Pada Pemilu 2024*, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam angka memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 06 Juni 2024  
METERAL  
TEMPER  
A13AKX6508500  
Muhamad Yudha Firdaus



## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Muhamad Yudha Firdaus

NIM : I01219018

Program Studi : Ilmu Politik

Yang berjudul : *Strategi Marketing Politik Digital DPD PKS Surabaya Dalam Mendulang Dukungan Suara Generasi Z Pada Pemilu 2024*, Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan untuk diseminarkan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos), dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 04 Juni 2024

Pembimbing



**Dr. Andi Suwarko, S.Ag. M.Si.**

**NIP : 197411102003121004**

## PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhamad Yudha Firdaus dengan judul *Strategi Marketing Politik Digital DPD PKS Surabaya dalam Mendulang Suara Generasi Z pada Pemilu 2024* telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 25 Juni 2024.

### Tim Penguji Skripsi

Penguji I



Dr. Andi Suwarko, M.Si  
NIP 197411102003121004

Penguji II



Dr. Aniek Nurhayati, M.Si  
NIP 196909071994032001

Penguji III



Noor Rohman, M.A.  
NIP 198510192015031001

Penguji IV



Ajeng Widya Prakasita, M.A.  
NIP 199502232020122025

Surabaya, 25 Juni 2024

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dekan

Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.

NIP 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhamad Yudha Firdaus  
NIM : I01219018  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Politik  
E-mail address : yudha.firdaus1311@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (..... )  
yang berjudul :

*“Strategi Marketing Politik Digital PKS Surabaya dalam Meningkatkan Dukungan  
Suara Generasi Z pada Pemilu 2024”*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 September 2024

Penulis



(Muhamad Yudha Firdaus)  
nama terang dan tanda tangan



## ABSTRAKSI

**Muhamad Yudha Firdaus, 2024, *Strategi Marketing Politik Digital PKS dalam Mendulang Suara Generasi Z pada Pemilu 2024.***

Kata Kunci : Strategi marketing politik digital, PKS, Generasi Z, Pemilu

Strategi pemasaran politik digital untuk memperoleh suara generasi Z melibatkan pendekatan yang terfokus pada media sosial, kreativitas konten, dan penggunaan platform digital yang relevan bagi kelompok usia ini. Ini termasuk penggunaan TikTok, Instagram, dan platform visual lainnya, serta narasi yang autentik dan relevan dengan isu-isu yang penting bagi generasi Z. Selain itu, strategi ini memanfaatkan teknologi seperti analisis data untuk memahami perilaku online generasi Z dan menyesuaikan pesan politik sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dengan pendekatan yang tepat, strategi ini dapat efektif dalam memperoleh dukungan dan suara dari generasi Z dalam konteks politik modern yang semakin didominasi oleh teknologi digital.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *marketing politik digital* PKS Surabaya dalam mendulang dukungan suara generasi Z, serta hambatan dan solusinya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Marketing Politic 4P* dari Niffeneger.

Hasil dari penelitian ini bahwa Strategi marketing politik digital yang dilakukan oleh DPD PKS Kota Surabaya yang dianalisis dengan teori strategi marketing politik bauran 4p yakni, strategi *place* PKS menggunakan Instagram sebagai tempat *Marketing Politic*, strategi *price* PKS menganggarkan sendiri untuk tim *Marketing Digital*, strategi *promotion* Setiap DPC, dan caleg mempromosikan program kerja di masing-masing akun media sosial, dan strategi *product* baik caleg maupun partai mempunyai program sendiri-sendiri dalam proses *Marketing Politic*. Dan ditemukan beberapa hambatan yang dialami PKS seperti dalam pengelolaan akun media sosial DPC, kurangnya bahan untuk pengisian konten, dan rendahnya minat generasi z terhadap politik. Namun PKS mempunyai solusi untuk mengatasi hambatan tersebut dengan cara memberikan pelatihan kepada relawan digital mengenai pengoptimalan media sosial dalam proses marketing politik, yang kedua merujuk ke akun pusat, dan provinsi untuk menemukan ide konten, dan selanjutnya menyediakan konten-konten digital yang sifatnya persuasif dan mengikuti tren yang sedang viral. Strategi marketing yang dijalankan PKS telah dijalankan dengan efektif. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya perolehan suara PKS dari Pemilu tahun 2019 ke Pemilu tahun 2024. Hal ini tentunya tidak terlepas dari pemanfaatan media digital. Tepatnya, melalui media sosial.

## **ABSTRACTION**

**Muhamad Yudha Firdaus, 2024, "Digital Political Marketing Strategy of PKS in Garnering Votes from Generation Z in the 2024 Election."**

Keyword : Digital Political Marketing Strategy, PKS, Generation Z, elections

The digital political marketing strategy to capture Generation Z votes involves a focused approach on social media, content creativity, and the utilization of relevant digital platforms for this age group. This includes leveraging TikTok, Instagram, and other visual platforms, along with authentic narratives addressing issues pertinent to Generation Z. Additionally, the strategy utilizes technology such as data analysis to understand Generation Z's online behavior and tailor political messages according to their preferences and needs. With the right approach, this strategy can effectively garner support and votes from Generation Z in the context of modern politics increasingly dominated by digital technology.

The aim of this research is to examine the digital political marketing strategies employed by PKS Surabaya in garnering support from Generation Z voters, as well as the obstacles encountered and their solutions. This study employs a qualitative research method with a case study approach through in-depth interviews, observations, and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and data verification.

The results of this research are that the digital political marketing strategy carried out by the Surabaya City PKS DPD is a 4p mix strategy, namely, place strategy, price strategy, promotion strategy and product strategy. And it was found that several obstacles were experienced by PKS, such as managing DPC social media accounts, a lack of materials for filling content, and the low interest of Generation Z in politics. However, PKS has a solution to overcome these obstacles by providing training to digital volunteers regarding optimizing social media in the political marketing process, secondly referring to central and provincial accounts to find content ideas, and then providing digital content that is persuasive and consistent. a trend that is going viral. The marketing strategy implemented by PKS has been implemented effectively. This can be seen from the increase in PKS vote acquisition from the 2019 election to the 2024 election. This of course cannot be separated from the use of digital media. To be precise, through social media.

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Persetujuan Pembimbing.....</b>	<b>ii</b>
<b>Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>Persembahan.....</b>	<b>v</b>
<b>Pernyataan.....</b>	<b>vii</b>
<b>Abstraksi.....</b>	<b>viii</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>xv</b>
<b>Bab I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang.....	1
2. Fokus Penelitian.....	9
3. Tujuan Penelitian.....	9
4. Manfaat Penelitian.....	10
5. Kajian Pustaka.....	10
6. Sistematika Pembahasan.....	22
<b>Bab II Prespektif Teoritis dan Argumentasi Utama.....</b>	<b>24</b>
1. Prespektif Teoritis.....	17
2. Argumentasi Utama.....	30
<b>Bab III Metode Penelitian.....</b>	<b>31</b>
1. Jenis dan Problema Penelitian.....	31
2. Unit Peringkat Analisis.....	32
3. Situasi Sosial, Sampel, dan Teknik Sampling.....	32
4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
5. Teknik Analisis Data.....	37
6. Teknik Validasi Data.....	38



<b>Bab IV Temuan Penelitian dan Pembahasan.....</b>	<b>40</b>
<b>1. Deskripsi PKS dan Kota Surabaya.....</b>	<b>40</b>
<b>A. Partai Keadilan Sejahtera.....</b>	<b>40</b>
<b>B. Gambaran Umum Kota Surabaya.....</b>	<b>45</b>
<b>2. Strategi Marketing Politik Digital DPD PKS Surabaya.....</b>	<b>54</b>
<b>3. Hambatan dan Solusi yang dialami Partai Keadilan Sejahtera.....</b>	<b>74</b>
1. Hambatan.....	74
2. Solusi.....	80
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>87</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>95</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

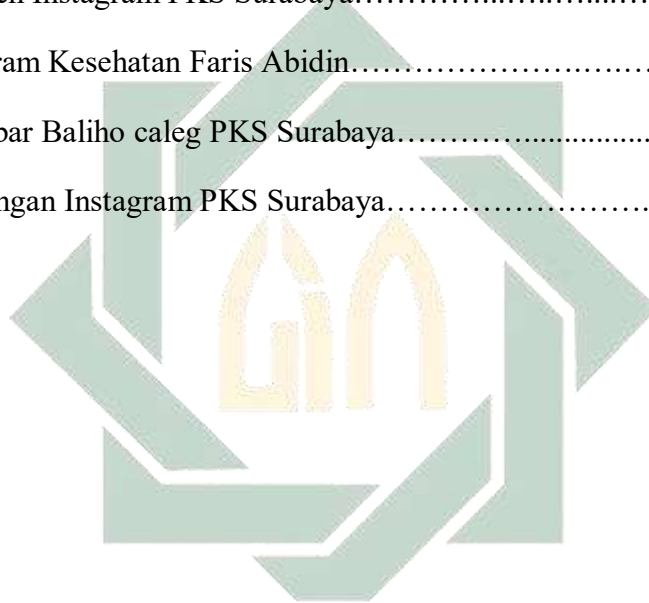
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Perolehan suara PKS Pileg 2024.....	45
Tabel 4.2 Kepadatan penduduk Surabaya per Kecamatan.....	49
Tabel 4.3 Perolehan suara sah PKS Pileg 2024.....	53
Tabel 4.4 Perolehan suara sah tiap parpol pada Pileg Surabaya 2024.....	53
Bagan 1.1 Populasi Generasi tahun 2021.....	6
Bagan 1.2 Populasi Generasi tahun 2023 Surabaya.....	7



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Bauran Strategi Marketing Politik Niffeneger.....	25
Gambar 4.1 Komposisi penduduk Surabaya berdasarkan jenis kelamin.....	51
Gambar 4.2 Artikel Program Kerja PKS.....	60
Gambar 4.3 Akun media sosial PKS Surabaya.....	66
Gambar 4.4 Konten Instagram PKS Surabaya.....	67
Gambar 4.5 Program Kesehatan Faris Abidin.....	68
Gambar 4.6 Gambar Baliho caleg PKS Surabaya.....	70
Gambar 4.7 Postingan Instagram PKS Surabaya.....	73



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

Usman. 2015. *Negara dan Fungsinya (Telaah atas Pemikiran Politik)*. Makasar. Al-Daulah

Isharyanto. 2017. *Partai Politik , Ideologi, dan Kekuasaan*. Bantul. CV. Absolute Media

Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Zuchri Abdussamad. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar. Syakir Media Press

Fenti Hikmawati. 2020. *Metodologi Penelitian*. Depok. Rajagrafindo persada

Suharsimi Arikunto. 2011. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta

Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta. Yayasan Obor

Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Samsuddin Dkk. 2020. *Buku Pintar Pemilu dan Demokrasi*. Bogor. Komisi Pemilihan Umum Kota Bogor

Wojciech C dkk. 2015. *Political Marketing, Theoretical And Strategic Foundations*. London. Routledge Taylor

Cangara H. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers

Agus Imam. 2023. *Profil Perkembangan Kependudukan Kota Surabaya 2022*. Surabaya. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya

Wahyudi Johan. Pudarnya Ideologi Partai Islam Pascareformasi : Telaah atas Perjalanan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sejak Pemilu 2009-2019. *Politea*

Wisnu Prasetya Utomo. 2013. Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia : Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.17*

Aminah. Effendi Hassan. 2020. Strategi Marketing Politik Azhar Abdurrahman dalam Meningkatkan Pemilu Legislatif DPRD Periode 2019-2024. *Journal of Politics Sphere (JPS) Vol.1*

Nina Nurdiani. 2014. Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *Comtech Vol.5 No.2*

Harrop M. Political Marketing. vol 43, (*Parliamentary Affairs 1990*)

Anna Dollot. 2018. Characteristics Of Generation Z. *Journal e-mentor. No.2.*

Pupu Saeful Rahmat. 2009. Penelitian Kualitatif. *Equilibrium Vol. 5 No. 9*

Romli Lili. 2011. Reformasi Partai Politik dan Sistem Kepartaian di Indonesia. *Jurnal Politica Vol.2, No.2*

Nurjaman Asep. 2009. Peta Baru Ideologi Partai Politik Indonesia. *Bestari, No.42*

Sibghatullah dkk. 2020. Perkembangan Partai Keadilan Sejahtera Tahun 1998-2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah Vol.5 No.1*

Bhatari S. 2023. Peran Sayap Kepemudaan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Politik, Keamanan, dan Hubungan Internasional*

Hery Suprpto. 2019. Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi pada Hotel Mahkota Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*

Sagita G. 2022 Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ebismen (Ekonomi, Bisnis, & Manajemen) Vol 1 No. 3*



Sundari dkk. 2022. Marketing Politik Pasangan Mahyeldi-Audy dalam Pemilihan Gubernur Sumatra Barat 2020 pada Masa Pandemi. *Journal Of Education, Cultural, and Politics, Vol.2, No.2*

Very Wahyudi. 2018. Politik Digital di Era Revolusi 4.0 “Marketing Politik & Komunikasi Politik”. *Politea : Jurnal Politik Islam Vol.1 No.2*

Sutrisno dkk. 2018. Komparasi Teori Marketing Politik 4p menurut Niffenneger dan 3p menurut Adman Nursal. *JPPUMA : Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*

Gabriel Ega, 2019, *Pengertian dan Bentuk-bentuk Negara*, Padang, Universitas Eka Sakti

Sulisworo Dwi, Wahyuningsih Tri, Arif Dikdik Baegaqi, 2012, *Bahan Ajar Demokrasi*, Yogyakarta, Universitas Ahmad Dahlan

Dewi Pratiwi Putri Aji, 2014, *Penggunaan Media Sosial dalam Pemenangan Joko Widodo – Basuki Tjahaja Purnama pada Pilkada DKI Jakarta 2012 (Studi atas Marketing Politik di Facebook, dan Twitter)*, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah

Indra Wahyu Krisnanto, Fitriyah, 2017, *Strategi Pemasaran Politik pada Era Digital : Pemanfaatan Instagram dalam Kampanye Politik pada Pilgub DKI Jakarta 2017*, Semarang, Departemen UNDIP

David Hizkia dkk, 2017, *Bahan Ajar Pendekatan dalam Penelitian Kualitatif*, Denpasar, Fakultas Kedokteran Universitas Udayana

Agus Wiryawan, Mirah Mahaswari, 2020, Kadek Dwita, *Strategi Marketing Politik Anak Agung Ketut Sujana dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Denpasar Periode 2019-2024*, Denpasar, Fisip Universitas Udayana

Naira Br. Cappah, 2023, *Strategi Pemasaran Politik (Political Marketing) dalam Meningkatkan Eksistensi Partai Politik Lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh*, Sulubussalam, Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Achmad Ghufron Kharima, 2015, *Strategi Pemasaran Politik (Political Marketing) DPC Partai Gerindra Kota Semarang dalam Pemilu Legislatif tahun 2014*, Semarang, Departemen Politik dan Pemerintahan

Tedi Hilmawan, 2022, *Politik Patronase Partai Kebangkitan Bangsa pada Pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Lampung Timur Tahun 2019*, Lampung Timur, Universitas Lampung

Munadiyah Rizqa. 2022. *Pentingnya Strategi Digital Marketing Politik*. diakses pada Agustus 2023 jam 20.53 [www.gcomm.id](http://www.gcomm.id)

Usman. 2015. *Negara dan Fungsinya (Telaah atas Pemikiran Politik)*. Makassar. Al-Daulah

Isharyanto. 2017. *Partai Politik , Ideologi, dan Kekuasaan*. Bantul. CV. Absolute Media

Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Zuchri Abdussamad. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar. Syakir Media Press

Fenti Hikmawati. 2020. *Metodologi Penelitian*. Depok. Rajagrafindo persada

Suharsimi Arikunto. 2011. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta

Firmanzah. 2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta. Yayasan Obor

Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Samsuddin Dkk. 2020. *Buku Pintar Pemilu dan Demokrasi*. Bogor. Komisi Pemilihan Umum Kota Bogor

Wojciech C dkk. 2015. *Political Marketing, Theoretical And Strategic Foundations*. London. Routledge Taylor

Espinal E, Sukmajati M. 2015. *Politik Uang di Indonesia : Patronase dan Klientelisme di Pemilu Legislatif 2014*, Yogyakarta, PolGov

Cangara H. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers

Agus Imam. 2023. *Profil Perkembangan Kependudukan Kota Surabaya 2022*. Surabaya. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya

Wahyudi Johan. Pudarnya Ideologi Partai Islam Pascareformasi : Telaah atas Perjalanan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sejak Pemilu 2009-2019. *Politea*

Wisnu Prasetya Utomo. 2013. Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia : Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.17*

Aminah. Effendi Hassan. 2020. Strategi Marketing Politik Azhar Abdurrahman dalam Meningkatkan Pemilu Legislatif DPRD Periode 2019-2024. *Journal of Politics Sphere (JPS) Vol.1*

Nina Nurdiani. 2014. Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *Comtech Vol.5 No.2*

Harrop M. Political Marketing. vol 43, (*Parliamentary Affairs* 1990)

Anna Dollot. 2018. Characteristics Of Generation Z. *Journal e-mentor. No.2.*

Pupu Saeful Rahmat. 2009. Penelitian Kualitatif. *Equilibrium Vol. 5 No. 9*

Romli Lili. 2011. Reformasi Partai Politik dan Sistem Kepartaian di Indonesia. *Jurnal Politica Vol.2, No.2*

Nurjaman Asep. 2009. Peta Baru Ideologi Partai Politik Indonesia. *Bestari*, No.42

Sibghatullah dkk. 2020. Perkembangan Partai Keadilan Sejahtera Tahun 1998-2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah Vol.5 No.1*

Bhatari S. 2023. Peran Sayap Kepemudaan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Politik, Keamanan, dan Hubungan Internasional*

Hery Suprpto. 2019. Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi pada Hotel Mahkota Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*

Sagita G. 2022 Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ebismen (Ekonomi, Bisnis, & Manajemen) Vol 1 No. 3*

Sundari dkk. 2022. Marketing Politik Pasangan Mahyeldi-Audy dalam Pemilihan Gubernur Sumatra Barat 2020 pada Masa Pandemi. *Journal Of Education, Cultural, and Politics, Vol.2, No.2*

Very Wahyudi. 2018. Politik Digital di Era Revolusi 4.0 “Marketing Politik & Komunikasi Politik”. *Politea : Jurnal Politik Islam Vol.1 No.2*

Sutrisno dkk. 2018. Komparasi Teori Marketing Politik 4p menurut Niffenneger dan 3p menurut Adman Nursal. *JPPUMA : Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*

Gabriel Ega, 2019, *Pengertian dan Bentuk-bentuk Negara*, Padang, Universitas Eka Sakti

Sulisworo Dwi, Wahyuningsih Tri, Arif Dikdik Baegaqi, 2012, *Bahan Ajar Demokrasi*, Yogyakarta, Universitas Ahmad Dahlan

Dewi Pratiwi Putri Aji, 2014, *Penggunaan Media Sosial dalam Pemenangan Joko Widodo – Basuki Tjahaja Purnama pada Pilkada DKI Jakarta*

2012 (*Studi atas Marketing Politik di Facebook, dan Twitter*), Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah

Indra Wahyu Krisnanto, Fitriyah, 2017, *Strategi Pemasaran Politik pada Era Digital : Pemanfaatan Instagram dalam Kampanye Politik pada Pilgub DKI Jakarta 2017*, Semarang, Departemen UNDIP

David Hizkia dkk, 2017, *Bahan Ajar Pendekatan dalam Penelitian Kualitatif*, Denpasar, Fakultas Kedokteran Universitas Udayana

Agus Wiryawan, Mirah Mahaswari, 2020, Kadek Dwita, *Strategi Marketing Politik Anak Agung Ketut Sujana dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Denpasar Periode 2019-2024*, Denpasar, Fisip Universitas Udayana

Naira Br. Cappah, 2023, *Strategi Pemasaran Politik (Political Marketing) dalam Meningkatkan Eksistensi Partai Politik Lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh*, Sulubussalam, Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Achmad Ghufron Kharima, 2015, *Strategi Pemasaran Politik (Political Marketing) DPC Partai Gerindra Kota Semarang dalam Pemilu Legislatif tahun 2014*, Semarang, Departemen Politik dan Pemerintahan

Tedi Hilmawan, 2022, *Politik Patronase Partai Kebangkitan Bangsa pada Pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Lampung Timur Tahun 2019*, Lampung Timur, Universitas Lampung

Munadiyah Rizqa. 2022. *Pentingnya Strategi Digital Marketing Politik*. diakses pada 8 Agustus 2023 jam 20.53 [www.gcomm.id](http://www.gcomm.id)

<https://news.republika.co.id/berita/prf6po377/peneliti-ssc-pks-surabaya-konsisten-strategi-door-to-door>, diakses pada 8 Oktober 2023 jam 14.48

<https://www.news.detik.com/berita/d-126942/perhitungan-suara-kpu-surabaya-selesai-pdip-teratas>, diakses pada 8 Oktober 2023 jam 13.02



<https://www.surabaya.tribunnews.com/2009/08/23/besok-pelantikan-anggota-dprd-surabaya-2009-2014>, diakses pada 8 Oktober 2023 jam 13.20

<https://www.kota-surabaya.kpu.go.id> diakses pada 8 Oktober 2023 jam 13.46

<https://www.bps.go.id> diakses pada 15 September 2023 jam 14.01

<https://www.rri.go.id/pemilu/276532/syarat-usia-di-bawah-17-tahun-bisa-nyoblos> diakses pada 28 Januari 2024 jam 09.34

<https://uin-malang.ac.id/r/101001/triagulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html> diakses pada 28 Januari 2024 jam 10.32



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A