

**DIKSI TARIK SIS SEMONGKO; DALAM MARKETING
POLITIK DI KECAMATAN TARIK SIDOARJO**

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



Sofi Nuril Lizar

10010121027

Program Studi Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Mei, 2025

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sofi Nuril Lizar

NIM : 10010121027

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Diksi Tarik Sis Semogko: Dalam Marketing Politik dalam Kampanye di Kecamatan Tarik Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik manapun,
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain,
3. Apabila Skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku

Surabaya, 02 Mei 2025

Yang menyatakan



Sofi Nuril Lizar
NIM. 10010121027

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Sofi Nuril Lizar

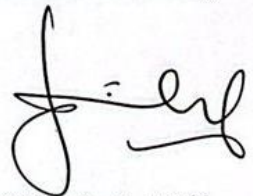
NIM : 10010121027

Program Studi : Ilmu Politik

Berjudul *“Diksi Tarik Sis Semogko: Dalam Marketing Politik dalam Kampanye di Kecamatan Tarik Sidoarjo”*, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik

Surabaya, 02 Mei 2025

Dosen Pembimbing



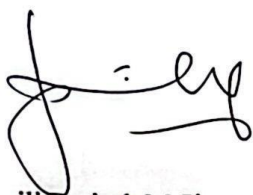
Laili Bariroh, M.Si
NIP 197711032009122002

PENGESAHAN

Skripsi oleh Sofi Nuril Lizar dengan judul **Diksi Tarik Sis Semogko: Dalam Marketing Politik dalam Kampanye di Kecamatan Tarik Sidoarjo** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 11 Juni 2025

Tim Penguji Skripsi

Penguji I



Laili Bariroh M.Si
NIP. 197711032009122002

Penguji II



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si
NIP. 197411102003121004

Penguji III



Holilah, S.Ag, M.Si
NIP. 197610182008012008

Penguji IV



Noor Rohman M.A
NIP. 198510192015031001

Surabaya 23 Juni 2025

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik. M.Ag.
NIP. 197306272000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Sofi Nuril Lizar
NIM : 10010121027
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Ilmu Politik
E-mail address : nurillizar12@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 :

Diksi Tarik Sis Semogko: Dalam Marketing Politik dalam Kampanye di Kecamatan Tarik Sidoarjo

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, 06 September 2025

Penulis

(Sofi Nuril Lizar)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Lizar, Sofi Nuril, “Tarik Sis Semongkos Diction: In Political Marketing in the Campaign in Tarik District, Sidoarjo”. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.

This research focuses on the use of the diction “tarik sis semongko” in Adam Ruysdi's political marketing strategy in Tarik Village. In the midst of tight competition, the use of catchy and memorable jargon or slogans is a crucial strategy for a legislative candidate to win the hearts of the people. One of the jargons that emerged in Tarik District is "Tarik Sis Semongko," which reflects local identity. The purpose of this study is to identify the use of the diction "tarik sis semongko" as Adam Ruysdi's political marketing strategy.

This study uses Philip Kotler's political marketing theory to see segmentation, targeting, and positioning. Nifenneger's political marketing on the 4P model in political marketing which includes product, promotion, price, and place. The research method used by the researcher is a qualitative method with a case study research type and has a descriptive nature which in turn data collection is carried out through observation, interviews, and documentation activities. Qualitative data analysis techniques use Denzin dan Lincoln, namely: data reduction, data presentation, and data verification.

The researcher analyzed the marketing strategy implemented by Adam, which includes segmentation, targeting, and positioning, with an emphasis on the use of the diction "tarik sis semongko" which is the main basis of Adam Rusdi's campaign strategy. This diction has a strong closeness to local culture, so that it is able to create resonance among the community. The political strategy used by Adam in the election adopted the 4P model, where product refers to the work program and vision-mission offered, with the diction "tarik sis semongko" as a central element to attract voters' attention. Furthermore, price includes aspects of economic price and psychological price, where the use of this diction aims to build public trust in Adam and his programs. Place describes the location of the campaign carried out in Tarik Village, where Adam uses diction that is relevant to the daily lives of local people to create emotional closeness. Finally, promotion describes how the "tarik sis semongko" campaign utilizes interesting and relevant diction as an effective promotional tool. Thus, the diction "tarik sis semongko" not only functions as a communication element, but also as a strategic foundation that binds all aspects of Adam Rusdi's campaign.

Keywords: Political marketing, tarik sis semongko diction, the effectiveness of diction

ABSTRAK

Lizar, Sofi Nuril “Diksi Tarik Sis Semogko: Dalam Marketing Politik dalam Kampanye di Kecamatan Tarik Sidoarjo”. Univeritas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.

Penelitian ini berfokus terkait pemakaian diksi “tarik sis semongko” pada strategi pemasaran politik Adam Rusdi di Desa Tarik. Di tengah persaingan yang ketat, penggunaan jargon atau slogan yang menarik dan mudah diingat menjadi strategi krusial dari seorang calon anggota legislatif untuk memenangkan hati masyarakat. Salah satu jargon yang muncul di Kecamatan Tarik adalah "Tarik Sis Semongko," yang mencerminkan identitas lokal. Tujuan penelitian ini yakni melakukan identifikasi pemakaian diksi "tarik sis semongko" menjadi strategi pemasaran politik Adam Ruysdi.

Penelitian ini menggunakan teori pemasaran politik Philip Kotler untuk melihat segmentasi, *targeting*, maupun *positioning*. Marketing politik dari Nifenneger tentang model 4P dalam pemasaran politik yang mencakup *product*, *pomotion*, *price*, dan *place*. Metode penelitian yang dipakai peneliti adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus serta mempunyai sifat deskriptif yang pada gilirannya pengumpulan datanya dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara, maupun dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif menggunakan Denzin dan Lincoln, yaitu: reduksi data, penyajian data, serta verifikasi data.

Peneliti menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Adam, yang mencakup segmentasi, *targeting*, dan *positioning*, dengan penekanan pada pemakaian diksi "tarik sis semongko" yang menjadi dasar utama dalam strategi kampanye Adam Rusdi. Diksi ini memiliki kedekatan yang kuat dengan budaya lokal, sehingga mampu menciptakan resonansi di kalangan masyarakat. Strategi politik yang digunakan oleh Adam dalam pemilu mengadopsi model 4P, di mana *product* merujuk pada program kerja dan visi-misi yang ditawarkan, dengan diksi "tarik sis semongko" sebagai elemen sentral untuk menarik perhatian pemilih. Selanjutnya, *price* mencakup aspek harga ekonomi dan harga psikologis, di mana pemanfaatan diksi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap Adam dan program-programnya. *Place* menggambarkan lokasi kampanye yang dilakukan di Desa Tarik, di mana Adam menggunakan diksi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat untuk menciptakan kedekatan emosional. Terakhir, *promotion* menggambarkan bagaimana kampanye "tarik sis semongko" memanfaatkan diksi yang menarik dan relevan sebagai alat promosi yang efektif. Dengan demikian, diksi "tarik sis semongko" tidak hanya berfungsi sebagai elemen komunikasi, tetapi juga sebagai fondasi strategis yang mengikat seluruh aspek kampanye Adam Rusdi..

Kata kunci: Pemasaran politik, diksi tarik sis semongko, efektivitas diksi

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iiiv
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Fokus penelitian.....	7
C. Tujuan penelitian	7
D. Manfaat penelitian	8
E. Kajian Pustaka	10
F. Sistematika penulisan.....	20
BAB II_PERSPEKTIF TEORI DAN ARGUMENTASI UTAMA	23
A. Perspektif Teori.....	23

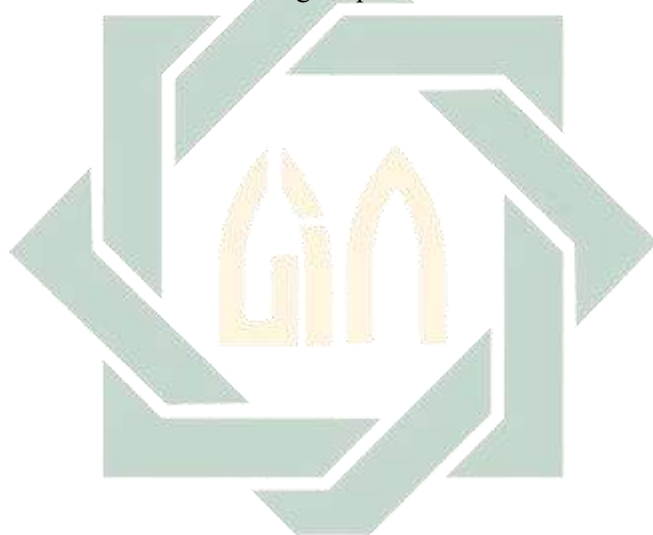
1. Teori Marketing Politik dari Kotler	24
2. Teori Marketing Politik Nifenneger	28
3. Argumentasi utama	32
BAB III_ METODE PENELITIAN	35
A. Jenis dan masalah penelitian	35
B. Unit dan Perangkat Analisis.....	35
C. Situasi Sosial, Sampel dan Teknik Sampling.....	36
D. Teknik pengumpulan data.....	37
E. Teknik analisis data.....	41
F. Teknik validasi data	42
BAB IV_ HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Pemilu Legislatif 2019 dan 2024 di Kecamatan Tarik.....	44
1. Profil Adam Ruysdi	45
2. Profil Dapil Jawa Timur 2.....	48
3. Jumlah DPT Kecamatan Tarik.....	49
4. Partisipasi Politik Masyarakat.....	49
5. Perolehan Suara Caleg di Pemilu 2024 Kecamatan Tarik.	50
B. Diksi "tarik sis semongko" sebagai strategi pemasaran politik Adam Ruysdi di Desa Tarik.....	52
C. Strategi Politik Adam Ruysdi pada Pemilu Legislatif tahun 2025.....	58
1. <i>Product</i>	58

2. <i>Price</i>	61
3. <i>Place</i>	62
4. <i>Promotion</i>	64
5. Segmentasi	66
6. Targeting	76
7. Positioning	80
BAB V : PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
A. Daftar Pustaka	86
B. Lampiran	xvii
Lampiran 1. Interview guide	xviii
Lampiran 2. Dokumentasi wawancara	xix

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Sidoarjo 2024.....	3
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Perolehan Suara Caleg Tingkat Provinsi dapil Jawa Timur 2 di Pemilu 2019	44
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Perolehan Suara Tingkat Provinsi.....	44
Tabel 4.4 Jumlah Perolehan Suara Caleg Terpilih di Kecamatan Tarik	51



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Adam Ruysdi.....	45
Gambar 4.3 jumlah suara daftar calon terpilih di kecamatan Tarik	51
Gambar 5.1 wawancara dengan bapak Adam Ruysdi (caleg golkar jawa timur 2). 98	
<u>Gambar 5.2 wawanara dengan bapak Cahya Nugraha (Ketua tim sukses).....</u>	<u>xvii</u>
<u>Gambar 5.3 wawancara dengan saudara arief (masyarakat tarik).....</u>	<u>xviii</u>
<u>Gambar 5.3 wawancara dengan saudara faisal (masyarakat tarik)</u>	<u>xix</u>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

A. Daftar Pustaka

Zikrahma, Zindy. "Strategi Pendidikan Politik Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Bagi Generasi Z Pada Pilkada Tahun 2024 di Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat." *Ayaz* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Wiryawan, Agus, Mirah Mahaswari, and Kadek Dwita Apriani. "Strategi Marketing Politik Anak Agung Ketut Sujana Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kota Denpasar Periode 2019." *Universitas Udayana* 1, no. 1 (2024): 1–13.

Widiyaningrum, Widdy Yuspita, and Fuziah Nur Alifah. "Strategi Marketing Politik DPD Gerindra Jawa Barat Melalui Sayap Pira Pada Pemilu 2024." *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi* 11, no. 2 (2023): 148–60.

Weninggalih, Prawiro, and Saniyah Nabila Fikriyah. "Strategi Komunikasi Persuasif Pada Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden 2024." *JIPSi: Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 13, no. 2 (2023): 69–81.

Wawointana, Caesar V, Daud M Liando, and Kimbal. "Strategi Marketing Politik Melky Jakhin Pangemanan Dalam Pemilihan Anggota Legislatif Provinsi Sulawesi Utara Periode 2019-2024." *Jurnal Governance* 1, no. 1 (2021): 1–12.

Watoni, Sohibul, and Renny Candradewi Puspitarini. "Strategi Partai Politik Baru: Studi Kasus Strategi Partai Politik Jaring Dukungan Masyarakat Kota Probolinggo." *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 1 (2022): 4297–4306.

Wartoyo, Franciscus Xaverius, and Yuni Priskila Ginting. "Sosialisasi Generasi Z Dalam Partisipasi Pemilu 2024." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 02 (2024): 132–43.

Wahyudi. "Strategi Marketing Politik Media Sosial Pasangan Danny-Fatma Pada Pemilihan Walikota Makassar 2020." *Institusi Agama Islam Negeri Pare-pare*, 2022.

Utari, Nindi. "Penggunaan Media Sosial Dan Transformasi Pemasaran Politik Dan Kampanye Demokrasi Yang Berkembang Di Indonesia." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1515–24.

Ummah, Masfi Sya'fiatul. "Peran Politik Identitas Etnis Dalam Pemilihan Kepala." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.

Sunarsih¹, Tefur Nur Rohman², Maria Veronika Br Halawa³, Nufikha Ulfah⁴. “Analisis Stilistika Slogan Kampanye Calon Presiden Republik Indonesia 2024” 6, no. 1 (2024): 76–83.

Sulistiyowati, Wiwik. “Buku Ajar Statistika Dasar.” *Buku Ajar Statistika Dasar* 14, no. 1 (2017): 15–31.

Sofyan, Nur. “Bahasa Sebagai Simbolisasi Mempertahankan Kekuasaan.” *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2014): 75–84.

Sitorus, Muhammad Syafii, and Siti Hazar Sitorus. “Partisipasi Generasi Z Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum 2024 Di SMK Taruna Pekanbaru.” *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023): 969–76.

Simamora, Irma Yusriani, Alya Azra Mutia Nasution, Dona Dwi Novita, Zidan Syahira, Windi Sakila Nazwa, and Rusydi Aulia Siregar. “Peran Generasi Z Di Pemilu 2024 Di Indonesia.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 5918–22.

Sepriansyah, Muhamad, Yazwardi Yazwardi, and Yulion Zalpa. “Strategi Dan Marketing Politik Caleg Anwar Al Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel.” *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization* 2, no. 2 (2021): 157–67.

Sahea, Rifaldi, Burhan Niode, and Trilke Tulung. “Analisis Strategi Politik Sri Wahyumi Maria Manalip-Petrus Simon Tuange Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Kepulauan Talaud Tahun 2013.” *Jurnal Eksekutif* 1, no. 1 (2018): 3–8.

Rosa, Veronica Dela, Dinda Fadhila, Nathasya Salsabilla, Ridho Satria Tangguh Anwar, and Muhammad Randa. “Peran Generasi Z Dalam Pemilu Yang Dan Demokratis.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 2 (2024): 4654–60.

Rois, Alamudin Dimyanti, Magister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu, Ilmu Politik, and Universitas Diponegoro. “Peran Media Baru Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Z (Studi : Penggunaan TikTok Sebagai Sarana Pemasaran Politik Partai Kebangkitan Bangsa Menuju Pemilu 2024) The Role of New Media in Increasing Political Participation of Generation Z (St.” *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 7, no. 2 (2024): 575–87.

Rambe, Toguan, Seva Maya Sari, and Mawardi Mawardi. “Marketing Politik: Analisis Terhadap Kompetisi Elektoral Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 Di Indonesia.” *Jurnal El-Qanuniy* 9, no. 1 (2023): 87–103.

Ramadhani, Ayu Sari. "Opini Publik Terhadap Slogan Politik Pada Kampanye Pemilihan Presiden 2019," 2019.

Rahardjo M. "Politik Bahasa Dan Bahasa Politik Mudjia Rahardjo." *Ulul .Albab* 5, no. 1 (2004): 83–107.

Putri, Silvia Amanda, Lisa Adhrianti, and Neneng Cucu Marlina. "Memenangkan Suara Generasi Z: Strategi Dempo Xler Di Pemilu 2024." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 6, no. 2

Putri, Selviana, and Dian Prihardini Wibawa. "Peran Media Sosial Dalam Keterlibatan Politik Generasi Z." *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 4, no. 3 (2023): 2014–27.

Prof. Dr. Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.

Priyadi, Budi Puspo. "Pendekatan Kualitatif Oleh : Budi Puspo Priyadi." *"Dialogue" JIAKP* 2, no. 2 (2005): 854–67.

Priskila, Oki, and Dito Anjasromo Ningtyas. "Pengaruh Personal Branding Gemoy Terhadap Keputusan Pemelihan Gen Z" 04 (2024): 25–31.

Pratiwi, Putri Adinda, Fahima Mashalani, Maulia Hafizhah, and Azra Batrisyia. "Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL." *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 2, no. 1 (2024): 133–49.

Pratama, Ardi. "REPRESENTASI BUDAYA POPULER DI YOUTUBE INDONESIA (Analisis Semiotika Konten Youtube Rewind Indonesia 2020 Karya Indonesian Youtubers)," 2021.

Ode Mudiani, Wa. "Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampaye Pada Pemilu 2024." *Journal on Education* 6, no. 1 (2023): 3273–78.

Nurhidayat, Ipan. "Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia." *E-Gov Wiyata: Education and Government* 1, no. 1 (2023): 53–63.

Nasution, Zahri. "Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Politik Dalam Rangka Mempertahankan Kekuasaan." *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan* 1, no. 3 (2007): 445–64..

Nadia, Diva. "Peran Media Sosial Dalam Mewujudkan Pendidikan Politik Untuk Genrasi Z (Studi Kasus Kota Banda Aceh)." *Skripsi*, 2023, 17.

Musticho, Alfian Wahyu, Ikhda Aini Salsabilla, Rafidatul Laila, and Masyiva Alfi Sari. "Peran Pemilih Pemula Melalui Ruang Digital Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Umum 2024." *Verfassung: Jurnal Hukum Tata Negara* 2, no. 2 (2023): 169–86.

Mubarrod, Robert, and Pangi Syarwi. "Marketing Politik Jelang Pemilu 2024 " Desak Anies ", " Prabowo Gemoy ", Dan " Ganjar Nginap Di Rumah Warga ".*" Jurnal Communitarian* 5, no. 2 (2024): 893–904.

McNair, Brian. "An Introduction to Political Communication, Third Edition." *An Introduction to Political Communication, Third Edition*, 2003, 1–250.

Maryani, Eni, Preciosa Alnashava Janitra, and Detta Rahmawan. *Bias Gender Dalam Artikel Di Media Lokal. Aksel Media Akselerasi*. 1st ed., 2019.

Aka Burasati¹, Laode Mustafa Husain², Asriani³ La. "Strategi Politik Kemenangan Surunuddin Dangga-Rasyid Sebagai Calon Bupati Konawe Selatan 2020-2025 Di Kecamatan Ranomeeto." *JAPMAS: Jurnal Politik Dan Demokrasi* 1, no. 2 (2023): 84–89.

Kuada, Calciane Meykristi, Ventje Tamowangkay, and Trike Tulung. "Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara." *Jurnal Sam Ratulangi Politics Review (SRPolRev)* 1, no. 1 (2023): 1–6.

Khozin Afandi, Abdullah. "Konsep Kekuasaan Michel Faucault." *Teosofi: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam* 2, no. 1 (2015): 131.

Kango, Andries. "Marketing Politik Dalam Komunikasi Politik." *Marketing Politik Dalam Komunikasi Politik* 11, no. 1 (2014): 52–65.

Ilham Kurniawan. "Strategi Marketing Politik Dan Personal Branding Prabowo Subianto Dalam Pemilu Presiden 2024." *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 29, no. 1 (2024): 68–80.

Hendrikus Ivoni Bambang Prasetyo, S.Sos., M.Si. *Proceeding Open Society Conference Social and Political Challenges in Industrial Revolution 4.0* ISBN: 1st ed. Banten: Universitas Terbuka, n.d.

Hayati, Neni Nur, Ma'mun Murod, Heru Ryanto Budiana, and Yanti Setianti. "Strategi Mendesain Dan Membangun Identitas Branding Politik Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) Pada Pemilu Serentak 2019." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 6, no. 1 (2022): 13.

Hasanah, Hasyim. “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial).” *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21.

Hasan, Effendi. “Strategi Marketing Politik Azhar Abdurrahman Dalam Memenangkan PEMILU Legislatif DPRA Periode 2019 - 2024.” *Journal of Political Sphere (JPS)* 1, no. 1 (2020): 40–60.

Gautama, Sidartha Adi, and Candra Kusuma. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Politik Terhadap Keputusan Memilih Generasi Milenial.” *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi* 3, no. 4 (2024): 218–28.

Firmansyah, Jovan Prima, Memorianus Amazihono, Chacha Annisa, Marisa Permatasari, and Joko Susilo Raharjo. “Peran Marketing Politik Dalam Membangun Kekuasaan Dan Kepemimpinan Politik.” *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 5, no. 1 (2023): 947.

Fieda, Oxana Putri. “Analisis Strategi Politik Dan Dampaknya Terhadap Konstelasi Politik Nasional : Peran Jokowi Sebagai King Maker Dalam Pemilihan Presiden.” *Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik* 1, no. August (2024): 136–47.

Fauzi, Handriva. “Budaya Politik Pemilih Milenial (Studi Kasus Pilkada Kabupaten Solok Selatan Tahun 2020).” *Journal of Practice Learning and Educational Development* 3, no. 1 (2023): 89–94.

Farelsy Shandiano. “Makalah-Sistem Pemilihan Legislatif DiIndonesia-Farelsy Shandiano,” 2022, 1–10.

Evita, Nona. “Generasi Z Dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik.” *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 5, no. 1 (2023): 47–66.

Endana, Raka. “Partisipasi Dan Budaya Politik Masyarakat Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Pada Pilkada Serentak Tahun 2020,” 2022.

Dita Armah Zuria, Nur Azlinda Herawati, Putresa Eka Irmandini, Yani Septia Rachmawati, Putri Sefhiatul Rohma, Ida Faizahtun Nafiah, Marsianus Aparato, et al. “Dampak Perbaikan Jalan Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Mergosari Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo.” *Guruku: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2, no. 4

BPS Sidoarjo. “Kecamatan Tarik Dalam Angka 2024.” *Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo*, 2024.

Baihaqi, Ahmad, N N Muksin, F Harmonis, and ... "Strategi Marketing Politik Bobby Nasution Dan Aulia Rachman Di Media Sosial Pada Pilkada Kota Medan 2020." *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha* 2, no. 1 (2022): 1–14.

Aydil, Muhammad, and Al Zuhri. "Political Marketing: Strategi PAN Pada Pemilu 2024 Dalam Menyukkseskan Agenda Politik Melalui Pembuatan Jingle." *Jurnal Sains Riset* 13, no. 3 (2023): 870–81.

Andriana, Nina, Pusat Riset, Politik-Badan Riset, Inovasi Nasional, Jalan Jenderal, Gatot Subroto, No 10, and Jakarta Selatan. "Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus Pdi-P Dan Psi the Perspective of Political Parties Towards Social Media As One of the Political Communication." *Jurnal Penelitian Politik* 19, no. 1 (2022): 51–65.

Andamisari, Dessy. "Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Yang Efektif Dalam Mencapai Tujuan Politik." *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 11, no. 1 (2024): 56–62.

Anak, Koalisi Nasional Penghapusan Eksploitasi Seksual Komersial. "Eksploitasi Seksual Komersial Anak Di Indonesia." *Medan, Restu Printing Indonesia, Hal.57* 21, no. 1 (2008): 33–54.

Alizen, Ali Nur, Raisuddin, Ratu Dyah Ayu Gendiswardani, Salma Salima Haliza Nihru, and Rafi Alif Muhammad Akbar. *Prospek Penggunaan Tiktok Sebagai Instrumen Politik Pada Pemilihan Umum 2024. Laboratorium Indonesia 2045*. Vol. 4, 2023.

Ain, Qurratul, Adinda Sari, and Yuli Candrasari. "Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 21 (2023): 568–78.

Agustin Pratama Sihotang, Deo Agung Haganta Barus, Eirene Dahlia Sidabutar, Friska Lorentina Purba, Nasywa Yasmin Purba, and Tesaa Lonika Simanullang. "Pemahaman Terhadap Praktik Demokrasi Gen Z Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024." *BLAZE : Jurnal Bahasa Dan Sastra Dalam Pendidikan Linguistik Dan Pengembangan* 2, no. 3 (2024): 19–34..

Agnes Adhani1), Priska Meilasari2. "Analisis Penggunaan Bahasa Dalam Slogan Politik Dan Kandungan Pendidikan Karakter." *Widya Warta* no 2 (2021): 169–76.

Adnan, Muhammad, and Nailul Mona. "Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Oleh Calon Presiden Indonesia 2024." *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 15, no. 1 (2024): 1–20.

Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP). Vol. 1, 2019.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A