

**Penerapan The Circular Model of SOME dalam Mengelola Content Marketing Politik  
Kampanye Pemilihan Walikota Malang Jawa Timur 2024  
(Studi Deskriptif Terhadap Akun Instagram @alimuthohirin)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Nazwa Avi Laeliya

NIM : 202110040311229

Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2025**

## Lembar Pengesahan

PENERAPAN THE CIRCULAR MODEL OF SOME DALAM MENGELOLA  
CONTENT MARKETING POLITIK KAMPANYE PEMILIHAN WALIKOTA  
MALANG JAWA TIMUR 2024  
(STUDI DESKRIPTIF TERHADAP AKUN INSTAGRAM  
@ALIMUTHOHIRIN)

Diajukan Oleh :

NAZWA AVI LAELIYA  
202110040311229

Telah disetujui  
Rabu / 18 Juni 2025

Pembimbing I



Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Wakil Dekan I



Abdul Wahid Zuhair Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

## Lembar Pengesahan

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nazwa Avi Laeliya**  
**202110040311229**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
**LULUS**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 18 Juni 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Budi Suprpto, Ph.D. (  )
2. Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom. (  )
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Khairat Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

# Lembar Pernyataan Skripsi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Nazwa Avi Laeliya  
NIM : 202110040311229  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024  
Wahyu Hidayat - Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada  
Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin)

Disetujui,  
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

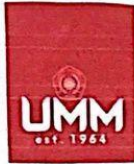


Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No.138 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tloposmas No.240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# Surat Keterangan Skripsi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Nazwa Avi Laeliya
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311229
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024 Wahyu Hidayat - Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 15 Mei 2025

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## Surat Keterangan



(\*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Nazwa Avi Laeliya  
NIM : 202110040311229  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 15 Mei 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

#### Kampus III

Jl. Raya Tiogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id



# Surat Pernyataan



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nazwa Avi Laeliya  
NIM : 202110040311229  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

### 1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024 Wahyu Hidayat - Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Nazwa Avi Laeliya

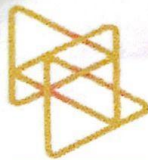


Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulami No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## Tanda Terima Plagiasi



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : NAZWA AUI LAELIYA

NIM : 2021 - 229

Hasil Plagiasi :  $\frac{15}{5}$

BAB I	9			
BAB II	8			
BAB III	15			

$\frac{15}{5}$

BAB IV	1			
BAB V	1			
BAB VI	2			

Malang, 15 Mei 2020  
Admin Plagiasi  
  
PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



## Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Nazwa Avi Laeliya
2. NIM : 202110040311229
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024 Wahyu Hidayat - Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin)
6. Pembimbing : Arum Martikasari M.med.Kom

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
01/03/2024	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
05/10/2024	Acc judul penelitian "Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024 Wahyu Hidayat-Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Kasus Pada Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin)"	
22/12/2024	Konsultasi Bab I, II, III	
14/01/2025	Seminar Proposal	
21/04/2025	Acc untuk melakukan penelitian	
30/04/2025	Konsultasi Bab IV, V, VI	
30/04/2025	Acc untuk Seminar Hasil	
07/05/2025	Seminar Hasil	

Malang, 15 Mei 2025

Pembimbing

Arum Martikasari M.Med.Kom



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 264 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## Berita Acara Seminar Hasil



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari 07 Mei 2025

Pukul 10.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Nazwa Avi Laeliya
NIM	202110040311229
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024 Wahyu Hidayat - Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin)
Pembimbing	Arum Martikasari, M.Med.Kom.
Dosen Penguji 1	Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting  
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 10 Mahasiswa  
(Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~

Malang, 08 Mei 2025

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Mengetahui,  
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi.

Nasrullah, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung I Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 480 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 480 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## Abstrak

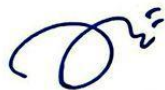
### Abstrak

Nazwa Avi Laeliya. NIM 202110040311229. Strategi Content Marketing Politik Walikota Malang Terpilih 2024 Wahyu Hidayat - Ali Muthohirin Melalui Akun Instagram (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @alimuthohirin), 8 Buku, 18 Jurnal, 3 Skripsi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan tipe deskriptif menggunakan metode studi deskriptif. Objek dari penelitian ini yaitu strategi pengelolaan akun Instagram Ali Muthohirin terhadap content marketing politik dalam momentum pilkada Kota Malang 2024. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi content marketing politik yang diterapkan dalam akun Instagram Ali Muthohirin. Dalam penelitian ini, menerapkan Teori *The Circular Model of SOME* yang diusulkan oleh Regina Luttrell dalam menganalisis strategi content marketing politik dalam mengelola akun Instagram Ali Muthohirin. Teori *The Circular Model of SOME* memiliki empat tahapan seperti *Share* (Berbagi), *Optimize* (Mengoptimalkan), *Manage* (Mengelola), dan *Engage* (Melibatkan) yang bertujuan untuk memudahkan praktisi sosial media dalam mengelola sosial medianya dengan mudah. Selanjutnya, metode pengambilan data yang digunakan oleh peneliti yaitu wawancara internal tim media Ali Muthohirin dan teknik dokumentasi melalui unggahan konten Instagram @alimuthohirin. Selain itu, untuk memaksimalkan keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa untuk meningkatkan popularitas Ali Muthohirin di Kota Malang yang sangat rendah diterapkannya marketing politik melalui sosial media Instagram. Strategi pengelolaan content marketing politik yang dilakukan oleh tim media Ali Muthohirin untuk meningkatkan popularitas di Kota Malang ini diterapkannya empat aspek dari teori *The Circular Model of SOME*, meskipun dalam *share* (Berbagi) konten tidak menggunakan semua fitur-fitur yang ada di Instagram namun tetap mengoptimalkan fitur Reels secara efektif untuk mendapatkan jangkauan yang luas di Kota Malang.

**Keywords :** Content Marketing, Politik, Instagram, Fitur, Konten

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Malang, 15 Mei 2025  
Peneliti



Nazwa Avi Laeliya

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan segala pertolongan dan Hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Penerapan The Circular Model of SOME dalam Mengelola Content Marketing Politik Kampanye Pemilihan Walikota Malang Jawa Timur 2024 (Studi Deskriptif Terhadap Akun Instagram @alimuthohirin)”**

Dalam proses menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak menerima dukungan, bantuan serta doa yang tidak terputuskan dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu skripsi peneliti :

1. Pertama, tentunya saya banyak syukur dan terima kasih kepada Allah SWT yang memberikan peneliti kemudahan dan kelancaran dalam proses penelitian ini berlangsung hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.
2. Ibu Arum Martikasari, M.Med.kom sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan dan bimbingan dengan penuh rasa kesabaran.
3. Cinta pertama dan panutanku, Ayah Sunaryo dan mama Popi Nurhayati yang selalu mendoakan tanpa terputus, memberikan cinta dalam keseharian peneliti, serta banyak pengorbanan yang sudah diberikan oleh kedua orang tua peneliti yang tidak mampu penulis balas. Kedua orang tua penulis menjadikan peneliti semangat dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih

atas pengorbanan yang sudah diberikan dan banyak doa yang sudah dilangitkan.

4. Terima kasih banyak untuk adik tercinta Kalingga Nur Falah yang mendorong peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi, memberikan dukungan dan doa untuk peneliti.
5. Kakak Dewi Risky, Kakak Lila Rachim, Kakak Maulidya Rahma, Kakak Amel, Kakak Adel, dan Mang Iki yang sudah mensupport peneliti untuk mengerjakan skripsi ini dengan tuntas dan terima kasih banyak atas dukungan yang sudah diberikan selama ini.
6. Teman-teman terdekat peneliti, Ulil Azmi, Lutfi Azizah, Shabilla Salva, Begawan Ajie, Jalaludin Akbar, Agung Budi, Gerry Gianola, Billy Syahputra, Mahfudh Ghafur, Imam Hanif, Yusuf, Bintang Bachtiar, Rizky Nur, dan Amalia Nur, Yusuf terima kasih banyak sudah mendukung dan setia menemani peneliti hingga peneliti menyelesaikan tugas akhir skripsinya
7. Kakak Anugra Putri, Kakak Ayunda Pinkan, Kakak Arya Khanza, Kakak Darmo Fauzan, Kakak Hanif Yusuf, Kakak Daffa Gusti, Kakak Iqbal Ferdian, terima kasih banyak sudah banyak menemani peneliti selama berkuliah di Kota Malang.
8. Terima kasih banyak untuk Bapak Aditya, Adik Salis, Adik Karina, Adik Rasya, Adik Fani yang selalu support peneliti dalam menyusun skripsi ini.
9. Randi Satrizal L, terima kasih banyak sudah mendukung proses perjalanan peneliti dalam penyusunan skripsi dan menjadi tempat berbagi cerita keluh kesah.

10. Terima kasih juga saya ucapkan untuk teman-teman tim Ali Muthohirin, Rizqi Amaliya, Moch. Ilham dan Wahyu Rian sudah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.

11. Terima kasih banyak kepada diri peneliti sendiri, sudah mau bertahan menyelesaikan skripsi ditengah banyaknya godaan yang memperlambat kelulusan. Semoga kedepannya banyak kelancaran dari segala cita-cita yang diimpikan.

Malang, 15 Mei 2025

Peneliti,

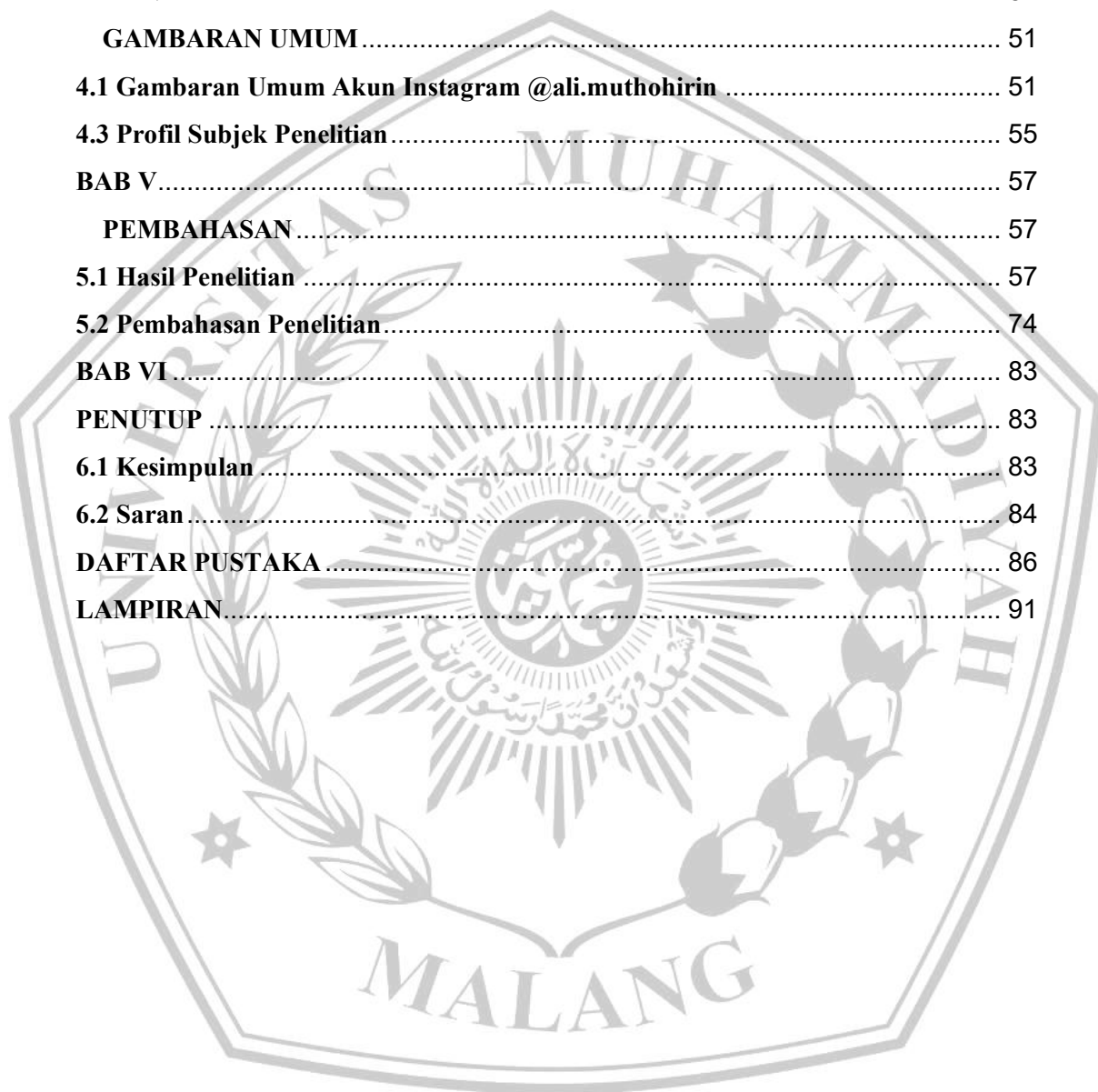
Nazwa Avi Laeli



## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Pernyataan Skripsi.....	iv
Surat Keterangan Skripsi.....	v
Surat Keterangan.....	vi
Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi.....	vii
Surat Pernyataan.....	viii
Tanda Terima Plagiasi.....	ix
Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	x
Berita Acara Seminar Hasil.....	xi
Abstrak.....	xii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
2.1 Komunikasi Politik.....	9
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3 Pemasaran Politik.....	14
2.4 Sosial Media.....	23
2.5 Content Marketing.....	29
2.6 Teori Marketing Politik.....	37
2.7 Teori Content Marketing.....	38
2.9 Penelitian Terdahulu.....	40
2.10 Kerangka Berpikir.....	44
<b>BAB III</b> .....	45
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	45
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Pendekatan Penelitian.....	45
3.3 Tipe Penelitian.....	46

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
3.5 Subjek Penelitian.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.7 Teknik Analisis Data .....	48
3.8 Keabsahan Data .....	49
BAB IV .....	51
<b>GAMBARAN UMUM</b> .....	51
4.1 Gambaran Umum Akun Instagram @ali.muthohirin .....	51
4.3 Profil Subjek Penelitian.....	55
BAB V.....	57
<b>PEMBAHASAN</b> .....	57
5.1 Hasil Penelitian .....	57
5.2 Pembahasan Penelitian.....	74
BAB VI.....	83
<b>PENUTUP</b> .....	83
6.1 Kesimpulan .....	83
6.2 Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	86
<b>LAMPIRAN</b> .....	91



## DAFTAR PUSTAKA

Adnan, M., & Mona, N. (n.d.). *Strategi Komunikasi Politik melalui Media Sosial oleh Calon Presiden Indonesia 2024*, 15 No. 1. <https://doi.org/10.14710/politika.15.1.2024.1-20>

Baihaqi, A., Muksin, N. N., Harmonis, F., Setiawan, A., & Karmila, L. (2022, Agustus). *STRATEGI MARKETINGPOLITIK BOBBY NASUTION DAN AULIA RACHMAN DI MEDIA SOSIAL PADA PILKADA KOTA MEDAN 2020*, 2 No. 1, 14. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/361/175>

Budiardjo, P. M. (2008). *Dasar - Dasar Ilmu Politik Edisi Revisi*. Gramedia Pustaka Utama. <https://sudimaratabanan.desa.id/desa/upload/media/upload%20buku%209092022/Dasar-Dasar%20Ilmu%20Politik.pdf>

Dwi Putra, F. S., BS, D. A., T, Y. S., Hartati, A., Ode Amane, A. P., Hanika, I. M., Ysanto, Y., & Nugroho, H. (n.d.). *Marketing Politik (Teori dan Konsep)*. Widina. [https://books.google.co.id/books/about/MARKETING\\_POLITIK\\_Teori\\_dan\\_Konsep.html?id=CEJzEAAAQBAJ&source=kp\\_book\\_description&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/MARKETING_POLITIK_Teori_dan_Konsep.html?id=CEJzEAAAQBAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y)

Febriani, N. S., & Dewi, W. A. (2022). *Sejarah dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan di Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.

Firmanzah. (2007). *Marketing politik: antara pemahaman dan realitas*. Yayasan Obor Indonesia.

Gautama, S. A., & Kusuma, C. (2023, Desember). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH GENERASI MILENIAL*, 3 No.4. <https://jurnalp4i.com/index.php/paedagogy/article/download/2719/2408/18922>

JA, D. (2020). *Membangun Legacy: 10P Untuk Marketing Politik: Teori dan Praktik*. Cerah Budaya Indonesia.

Jayus, Sumaiyah, Mairita, D., & Abdullah, A. (2024, April). *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning In Communication Study. Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024 Social Media as a Political Campaign Media Ahead of the 2024 Elections*, 10. 10.31289/symbolika.v10i1.11468

Kanda S, A. S., & Nurhasanah, N. (2024, Maret). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat*, 2 No. 2. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.922>

Lestari, A. F., Asrinaldi, A., & Putri, I. A. (2024, September). *TREN DAN STRATEGI MARKETING POLITIK DALAM ERA DIGITAL: SEBUAH STUDI LITERATUR DENGAN FOKUS PENDIDIKAN DI SEKOLAH*, 9 No.3. <https://doi.org/10.23969/jp.v9i03.15891>

Mansur, A. S. d. (2017, Februari). *STRATEGI PEMASARAN POLITIK CALON INDEPENDEN DALAM KONTES TASI PILKADA SERENTAK TAHUN 2017 DI KABUPATEN BUTON SELATAN*, 16, 19. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ilmusos/article/view/16534/12069>

Mubarrod, R., & Syarwi, P. (2024). *Marketing politik jelang Pemilu 2024 "Desak Anies", "Prabowo Gemoy", dan "Ganjar Nginap di Rumah Warga".*, 5 No. 2.  
<https://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/communitarian/article/view/492>

Niazi, H. A. (n.d.). *ANALISIS MARKETING POLITIK: SEBUAH PERSPEKTIF MASYARAKAT DI PROVINSI NTB.*  
<http://dx.doi.org/10.35906/equili.v12i2.1572>

Nurhidayat, I. (2023, Februari). *MARKETING POLITIK DALAM PEMILIHAN UMUM DI INDONESIA*, 1 No.1, 10.  
<https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov/article/download/6/6/23>

PAKPAHAN, A. V. A. (2019). *Penggunaan Circular Model of Some Melalui Instagram @Trademark\_bdg* [Skripsi].  
[https://repository.telkomuniiversity.ac.id/pustaka/151141/penggunaan-circular-model-of-some-melalui-instagram-trademark\\_bdg.html](https://repository.telkomuniiversity.ac.id/pustaka/151141/penggunaan-circular-model-of-some-melalui-instagram-trademark_bdg.html)

Ramah, A. D., Khanti, V. V., & Budiwinarto, A. (2024, juni). *PEMASARAN POLITIK DI ERA DIGITAL: PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT KAMPANYE DALAM MEMBENTUK CITRA GANJAR PRANOWO*, 1. <https://www.journal.stabn-sriwijaya.ac.id/index.php/NAGASENA/article/view/520/pdf>

Rizkia, N. D., Basri, H., Dewi, N. P. S., Falimu, Asmaret, D., Fardiansyah, H., Hanika, I. M., Subandi, Y., Dawarni, & Ramadhani, M. M. (n.d.). *MARKETING POLITIK*. Penerbit Widina.

Saraswati, D. A. (2020, November). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement*, 9 No.2. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>

Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020, November). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement*, 9 No.2. <https://e-journal.unair.ac.id/BIOKULTUR/article/view/22980>

Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.

Silalahi, J. E. (2024, Juni). *Political Marketing Pasangan Prabowo-Gibran Melalui Media Sosial Instagram selama Masa Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024*. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.12181>

silfia, I. (2020). *MODEL KOMUNIKASI HUMAS POLDA RIAU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI EKSTERNAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM* [Skripsi]. <https://repository.uin-suska.ac.id/25586/2/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Sutisna, S.H., M.B.A, D. I. N. (n.d.). *Digital Marketing For Politics : Pemasaran Politik Era Digital*. Penerbit Adab.

Trilke Tulung, C. M. K. V. T. (2023, Juni). *Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara*, 1.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/srpolrev/article/view/49526/4325>

1

Utari, N. (2022). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN TRANSFORMASI PEMASARAN POLITIK DAN KAMPANYE DEMOKRASI YANG BERKEMBANG DI INDONESIA*, 1 No.8, 10.

<https://publish.ojs->

[indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/download/199/182/390](https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/download/199/182/390)

Wardhani, R. D. (2014). *PERBEDAAN KOMUNIKASI POLITIK ANTARA BUPATI IPUK FIESTIANDANI DENGAN BUPATI ABDULLAH AZWAR ANAS PERIODE 2016-2021 ( Studi di Kelurahan Bakungan dan Banjarsari )*. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/11077>

Yopita, L., & Kurniangsih, A. (2024, Agustus). *BUTTONSCARVES'S DIGITAL CONTENT MARKETING ON ITS SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ACCOUNT TO MAINTAIN BRAND IMAGE*, 6 No.2. <https://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/3529>

Zatadini, T. S. (2025). *PEMANFAATAN THE CIRCULAR MODEL OF SHARE, OPTIMIZE, MANAGE, ENGAGE (SOME) PADA KLINIK KECANTIKAN (Studi Deskriptif pada Akun Instagram Kimaya Beauty Spa and Experience @kimaya\_experience) [Thesis (Undergraduate)]*. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/14847>