

**IMPLEMENTASI *MARKETING POLITIK* NUR AZIZ PADA PEMILU
LEGISLATIF TAHUN 2024 DAPIL IX JAWA TIMUR**

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

Dimas Aunur Rochman

202010040311349

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2024

LEMBAR PENGESAHAN

**Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024
Dapil IX Jawa Timur**

Diajukan Oleh :

Dimas Aunur Rochman
202010040311349

Telah disetujui
Kamis / 11 Juli 2024

Pembimbing I



Jamroji, S.Sos, M.Comms

Wakil Dekan I



Nasrudin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI




Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dimas Aunur Rochman
202010040311349

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 11 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Widiya Yutanti, M.A. (Hons) ()
2. Rahmania Santoso, M.I.Kom ()
3. Jamroji, S.Sos, M.Comms ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khafiq Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : DIMAS AUNUR ROCHMAN
No. Induk Mahasiswa : 202010040311349
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : "Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Dapil Jawa Timur"

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

Malang, 28 Juni 2024

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.



Kampus I
Jl. Bardung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sitani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Togomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : DIMAS AUNUR ROCHMAN
NIM : 202010040311349
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : "Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur"

Disetujui,
Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendojangan Bistami No 100 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : DIMAS AUNUR ROCHMAN
NIM : 202010040311349
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 :

"Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur"

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, 28 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Dimas Aunur Rochman



Kampus I
Jl. Burhan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 273 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bungkaran Sikare No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 567 060

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 310 (Hunting)
F. +62 341 453 415
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DEKTEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada
Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur

Oleh:

Nama : DIMAS AUNUR ROCHMAN

NIM : 202010040311349

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 28 Juni 2024

Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S.Sos., M.Comms.

NIP. 10302030373



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
J. Bendungan I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 465 435

Kampus II
J. Bendungan Suro No 108 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 557 003

Kampus III
J. Raya Tegayman No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 403 418
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Dimas Anur Rochman

NIM : 202010040311349

Hasil Plagiasi : $\frac{2}{7}$

BAB I	14			
BAB II	13			
BAB III	17			

$\frac{2}{2}$

BAB IV	8			
BAB V	13			
BAB VI				

Malang, 2 Juli 2024



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

CS Dipindai dengan CamScanner



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Dimas Aunur Rochman
2. NIM : 202010040311349
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : "Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur"
6. Pembimbing : Jamroji, S. Sos., M. Comms.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
13/12/2023	Pengajuan dan konsultasi judul	
28/12/23	ACC Judul penelitian "Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Prmilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur"	
17/1/2024	Seminaar Proposal Skripsi	
23/1/2024	Konsultasi Bab I, II, III	
6/2/2024	ACC Penelitian	
14/5/2024	Konsultasi Bab IV	
4/6/2024	Konsultasi Bab V	
25/6/2024	Seminar Hasil	

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.



Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Beandjar-Sidarejo No 168 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 552 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur
P: +62 341 404 218 (Hunting)
F: +62 341 403 435
E: webmaster@sum.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Selasa, 25 Juni 2024

Pukul 18:30

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Oleh:

Nama Peneliti	Dimas Aunur Rochman
NIM	202010040311349
Program Studi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Public Relation
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi	"Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur"
Pembimbing	Jamroji, S.Sos, M.Comms.
Dosen Penguji I	Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui Platform Zoom Meeting, Dihadiri oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji I dan sejumlah 20 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Malang, 28 Juni 2024

Dosen Penguji

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bawening 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bawening Sutanji No 150 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tawonmas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 404 219 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

Dimas Aunur Rochman, NIM 202010040311349, Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur,

Kata Kunci : Pemilu, Marketing Politik, Pendekatan Marketing Politik

Pemilu merupakan ajang pemilihan wakil rakyat lima tahunan yang mengharuskan para kandidat dalam pemilu melakukan kegiatan kampanye atau dalam ilmu pemasaran disebut sebagai pemasaran politik (*marketing politic*). Nur Aziz merupakan salah satu anggota DPRD Provinsi Jawa Timur yang pada pemilu tahun 2024 mencalonkan sebagai anggota DPR-RI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis marketing politik yang dilakukan oleh Nur Aziz menggunakan teori pendekatan 3P (push, pass, dan pull marketing) menurut Adman Nursal (2004). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deksriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Nur Aziz telah menerapkan pendekatan 3P (push, pass, dan pull marketing) dalam melakukan marketing politik. Dalam melaksanakan marketing politik Nur Aziz menggunakan dana pribadi tanpa ada sponsor atau bantuan dari pihak manapun. Kendala terberat yang dihadapi Nur Aziz adalah masalah waktu yang terbagi karena masih aktif menjabat sebagai anggota DPRD Jawa Timur pada saat melakukan kampanye. Meskipun telah menerapkan pendekatan 3P, namun Nur Aziz kalah dalam pemilihan legislatif tahun 2024 ini.

Mengetahui

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms

Malang, 21 Juni 2024

Peneliti

Dimas Aunur Rochman

ABSTRACT

Dimas Aunur Rochman, NIM 202010040311349, Implementation of Nur Aziz Political Marketing in the 2024 Legislative Election of East Java District IX

Keywords: Election, Political Marketing, Political Marketing Approach

Elections are five-yearly elections for representatives of the people that require candidates in elections to carry out campaign activities or in marketing science referred to as political marketing (marketing politics). Nur Aziz is one of the members of the East Java Provincial DPRD who in the 2024 election is running for the DPR-RI.

This study aims to analyze the political marketing carried out by Nur Aziz using the 3P approach theory (push, pass, and pull marketing) according to Adman Nursal (2004). This research uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were carried out by means of interviews and documentation.

The results of the study show that Nur Aziz has applied the 3P approach (push, pass, and pull marketing) in conducting political marketing. In implementing political marketing, Nur Aziz uses personal funds without any sponsorship or assistance from any party. The toughest obstacle faced by Nur Aziz was the problem of divided time because he was still actively serving as a member of the East Java DPRD during the campaign. Despite applying the 3P approach, Nur Aziz lost the 2024 legislative election.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala Puji Syukur penulis haturkan kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Marketing Politik Nur Aziz Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 Dapil IX Jawa Timur” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang turut serta dalam memberikan ilmu, pengalaman, kritik, saran, pendapat dari sudut pandang baru, dan lain lain. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M. Si, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan

kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Ibu Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si selaku dosen wali yang telah memberikan arahan sejak awal perkuliahan hingga dapat pada titik saat ini.
6. Paling utama dan tiada duanya, kedua orang tua tercinta dan tersayang bagi penulis, Bapak Sutono dan Ibu Siti Nurjanah yang tidak pernah berhenti berusaha memberikan yang terbaik dan memanjatkan doa tertulis bagi penulis selaku buah hatinya.
7. Pada diri saya sendiri, Dimas Aunur Rochman yang telah berusaha dengan sangat baik hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan masih banyak hal yang menanti ke depannya. Terima kasih karena sudah tetap berjuang, berdoa, berusaha sebaik mungkin, tetap tenang, selalu bangkit dan terus berhusnudzon kepada Allah SWT yang telah menjamin semua jalan hidup!
8. Teruntuk yang terkasih, Sheila Muthoharoh yang selalu menemani proses saya dalam mengerjakan skripsi ini, selalu mensupport saya dan selalu mengingatkan untuk menjaga kesehatan.
9. Teman-teman nyebrang yang telah memberikan dukungan melalui canda tawa, doa dan waktunya kepada Faisal, Zaki, Nashir, Abim, Aldi, Yayak dan Izzul terimakasih atas pertemanannya.
10. Tak lupa juga teman-teman OCTOP yang selalu mengisi hari-hari saya dengan kulineran, semoga kedepannya tetap akur hehe.

11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam laporan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka kritik dan saran demi memperbaiki karya ini sangat penulis harapkan. Meskipun demikian, penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DEKTEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
DAFTAR PUSTAKA	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Tinjauan Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4. Bauran Promosi Pemasaran	16
2.1.5. Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2. Tinjauan Mengenai <i>Marketing Politik</i>	30

2.2.1. Pengertian <i>Marketing Politik</i>	30
2.2.2. Tujuan Marketing Politik.....	33
2.2.3. Pendekatan Marketing Politik.....	40
2.2.4. Fungsi Marketing Politik	48
2.3. Tinjauan Pemilu	51
2.3.1. Pengertian Pemilu	51
2.3.2. Pemilu Legislatif.....	53
2.4. Penelitian Terdahulu.....	55
2.5. Kerangka Berpikir	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	61
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	62
3.3. Fokus Penelitian	62
3.4. Subjek dan Objek Penelitian	63
3.5. Informan	63
3.6. Sumber Data	64
3.7. Teknik Pengumpulan Data	64
3.8. Teknik Analisis Data	65
3.9. Keabsahan/Validitas Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Hasil Penelitian.....	68
4.1.1. Profil Nur Aziz.....	68
4.1.2. Kabupaten Tuban.....	72
4.1.3. Dinamika Politik di Kabupaten Tuban	80
4.1.4. Marketing Politik Nur Aziz	82
4.1.5. Sumber Dana Kampanye	113
4.1.6. Rincian Perolehan Suara Nur Aziz di Kabupaten Tuban	116
4.1.7. Kendala Marketing Politik Nur Aziz	116
4.2. Pembahasan	122
4.2.1. Penerapan <i>Push Marketing</i>	122
4.2.2. Penerapan <i>Pass Marketing</i>	126
4.2.3. Penerapan <i>Pull Marketing</i>	127

4.2.4. Kekurangan Implementasi Marketing Politik Nur Aziz	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	131
5.1. Kesimpulan.....	131
5.2. Saran	132
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	133



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Saingan Politik Nur Aziz dalam Pemilu Legislatif.....	6
Tabel 2. Jadwal Tahapan Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.....	7
Tabel 3. Matriks Penelitian	57
Tabel 4. Perkembangan Jumlah Penduduk Kabupaten Tuban Tahun 2021-2023	78
Tabel 5. Kepadatan Penduduk per-Kecamatan di Kabupaten Tuban	78
Tabel 6. Jumlah Penduduk Kabupaten Tuban Menurut Kelompok Umur Tahun 2023.....	80
Tabel 7. Perolehan Suara Parpol Pada Pemilu Tahun 2004-2024	80
Tabel 8. Peringkat Lima Teratas Kekuatan Partai di Setiap Wilayah.....	105
Tabel 9. Portal Berita Online Yang Memuat Berita Mengenai Kampanye Nur Aziz	111
Tabel 10. Perolehan Suara Nur Aziz di Kabupaten Tuban	116
Tabel 11. Kandidat Terpilih Daerah Pemilihan IX Jawa Timur	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	60
Gambar 2. Profil Nur Aziz	68
Gambar 3. Lambang Kabupaten Tuban	72
Gambar 4. Kegiatan Uri-Uri Budoyo Tayub	84
Gambar 5. Kegiatan Pangetan Syuran	87
Gambar 6. Pagelaran Wayang.....	90
Gambar 7. Pembangunan RUTILAHU.....	93
Gambar 8. Desain Banner Kampanye Nur Aziz	95
Gambar 9. Nur Aziz Bersama Relawan Dalam Kegiatan "Grebeg Amin Patrol Perubahan"	97
Gambar 10. Nur Aziz Bersama PW GP Ansor Jawa Timur dan PC GP Ansor Kabupaten Tuban	99
Gambar 11. Nur Aziz Bersama Tokoh Agama	101
Gambar 12. Nur Aziz Bersama Relawan Perempuan	102
Gambar 13. Media Sosial Nur Aziz	109
Gambar 14. Twibbon Kampanye Nur Aziz	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Nur Aziz	133
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Juru Kampanye.....	146
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Koordinator Humas Kampanye	155
Lampiran 4. Perolehan Suara Kandidat Partai PKB	162



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nyarwi. (2012). *Manajemen Komunikasi & Marketing Politik*. Yogyakarta: Pustaka Jaman.
- Banjarhahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., ... & Hasyim, H. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Vol. Cetakan Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Qiara Media
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hariyanto, D. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*. Umsida Press, 1-142.
- Hoesein, Z. A. (2017). *Penetapan Pemilih Dalam Sistem Pemilihan Umum*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada-Rajawali Pers.
- Huda, N. (2017). *Penataan Demokrasi dan Pemilu di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Gorup.
- Ismail Nurdin, M. S. (2017). *Etika Pemerintahan: Norma, Konsep, dan Praktek bagi Penyelenggara Pemerintahan*. Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books.
- Jurdi, F. 2018. *Pengantar Hukum Pemilihan Umum*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip, dan Kevin L, Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th edition. New Jersey: Prentice Hall
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhadam Labolo, and Teguh. (2015). *Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nursal, A. (2004). *Political Marketing Strategi memenangkan pemilu sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu: Solusi menembus hati pelanggan*. Penerbit: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia.

- Surbakti, A. R., Supriyanto, D., & Santoso, T. (2008). *Perekayasa sistem pemilu untuk pembangunan tata politik demokratis*. Partnership for Governance Reform Indonesia.
- Wanto, A. H. (2017). *Strategi pemerintah Kota Malang dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik berbasis konsep smart city*. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1), 39-43.
- Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). *Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik*. *Avant Garde Jurnal Ilmu Komunikasi*, 134-145.

Sumber Online

- Melalui Website <https://www.kpu.go.id/> (diakses pada tanggal 13 Januari 2024; pukul 13.28 WIB)
- Melalui Instagram https://www.instagram.com/kpu_ri/ (diakses pada tanggal 13 Januari 2024; pukul 14.13 WIB)
- Melalui Website <https://www.lsi.or.id/post/rilis-lsi-05-januari-2024> (diakses pada tanggal 21 Mei 2024; pukul 10.38 WIB)
- Melalui Website <https://tubankab.bps.go.id/> (diakses pada tanggal 20 Mei 2024; pukul 19.45)
- Melalui Website <https://tubankab.go.id/page/lambang-daerah> (diakses pada tanggal 21 Mei 2024; pukul 10.12 WIB)
- Melalui Website <https://jagatsembilan.com/> (diakses pada tanggal 19 Mei 2024; pukul 10.34 WIB)
- Melalui Website <https://www.harianjatim.com/> (diakses pada tanggal 19 Mei 2024; pukul 10.10 WIB)
- Melalui Website <https://jdih.kpu.go.id/> (diakses pada tanggal 31 Mei 2024; pukul 23.20 WIB)

Melalui Website <https://kab-tuban.kpu.go.id/> (diakses pada tanggal 14 Juli 2024; pukul 16.04 WIB)

