

## ABSTRAK

### **Putri Feny Yuniarti, 2026, STRATEGI PEMASARAN POLITIK KEMENANGAN HUMAIRA ZAHROTUN NOOR PADA PEMILU LEGISLATIF DPRD JAWA BARAT 2024**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana Strategi Pemasaran Politik Humaira Zahrotun Noor dalam memperoleh dukungan masyarakat Kabupaten Bandung. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran politik kemenangan Humaira Zahrotun Noor menjadi anggota DPRD Jawa Barat 2024 serta mengetahui dan menguraikan faktor pendukung Humaira Zahrotun Noor terpilihnya menjadi anggota legislatif di Jawa Barat 2024. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan tim sukses dan masyarakat, observasi lapangan, serta dokumentasi dari berbagai sumber yang relevan.

Hasil Penelitian menunjukkan Strategi Pemasaran Politik Kemenangan Humaira Zahrotun Noor menggunakan Teori 3P Adman Nursal yaitu *Push Marketing*, *Pass Marketing* dan *Pull Marketing*. *Push Marketing* berinteraksi secara langsung dengan publik melalui program humaira mendengar dan pesta rakyat Humaira Mendengar. *Pass Marketing* konsep ini mengandalkan kepercayaan dan kredibilitas pihak ketiga yang terdiri atas keluarga, teman organisasi, serta kelompok-kelompok relawan. Konsep *Pull Marketing* strategi ini dilakukan melalui berbagai media massa, termasuk internet seperti instagram, telepon seluler, media cetak, dan perangkat elektronik. Serta faktor pendukung yaitu faktor personal, pengaruh tokoh lokal dan identitas partai dan dukungan struktur partai.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Humaira Zahrotun Noor menggunakan strategi pemasaran politik untuk mencapai kemenangan politik, baik melalui perolehan suara dalam PEMILU ataupun meningkatkan citra dan popularitas kandidat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Politik, Humaira Zahrotun Noor, Pemilu

## **ABSTRACT**

*Putri Feny Yuniarti, 2026, POLITICAL MARKETING STRATEGY FOR HUMAIRA ZAHROTUN NOOR'S VICTORY IN THE 2024 WEST JAVA REGIONAL LEGISLATIVE ELECTION*

*This research focuses on Humaira Zahrotun Noor's political marketing strategy in gaining public support in Bandung Regency. The purpose of this research is to determine the political marketing strategy for Humaira Zahrotun Noor's victory as a member of the West Java Regional People's Representative Council (DPRD) in 2024 and to identify and describe the supporting factors for Humaira Zahrotun Noor's election as a member of the West Java Legislative Council (DPRD) in 2024. The approach used is a qualitative case study method. Data were obtained through interviews with the campaign team and the community, field observations, and documentation from various relevant sources.*

*The results show that Humaira Zahrotun Noor's winning political marketing strategy utilizes Adman Nursal's 3P theory: Push Marketing, Pass Marketing, and Pull Marketing. Push Marketing interacts directly with the public through the Humaira Listening program and the Humaira Listening People's Party. This Pass Marketing concept relies on the trust and credibility of third parties, including family, friends, and volunteer groups. This Pull Marketing strategy is implemented through various media, including the internet like Instagram, mobile phones, print media, and electronic devices. Supporting factors include personal factors, the influence of local figures, party identity, and support from the party structure.*

*This study concludes that Humaira Zahrotun Noor uses political marketing strategies to achieve political victory, either through gaining votes in elections or enhancing the candidate's image and popularity.*

*Keywords: Political Marketing Strategy, Humaira Zahrotun Noor, Elections*