

ABSTRAK

Political marketing merupakan strategi yang dipakai oleh kandidat atau partai politik dalam kegiatan kampanye yang bertujuan untuk mempengaruhi pemilih saat pemilu. Strategi ini digunakan oleh Afnan Hadikusumo sebagai alat komunikasi politik terhadap masyarakat untuk membrandingkan produknya. Hal tersebut yang kemudian menjadi fokus dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *political marketing* Afnan Hadikusumo dalam pemilu legislatif DPD RI Dapil DIY periode 2014-2019. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Selanjutnya, teknik pengumpulan datanya berupa wawancara kepada tokoh Afnan Hadikusumo, tim pemenangan, PWM DIY, dan masyarakat DIY, sedangkan dokumentasinya berupa buku, jurnal atau skripsi, serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa Afnan Hadikusumo dan tim pemenangan telah menerapkan prinsip-prinsip strategi *political marketing* dengan baik terhadap masyarakat. Strategi yang digunakan juga telah sesuai dengan konsep 4Ps teori dari Harris & Look dalam Firmanzah (2007), yaitu *product* (produk), *promotion* (promosi), *price* (harga), dan *place* (penempatan). Sebagaimana tim pemenangan dan relawan melakukan pemasaran produk politiknya melalui media dan publikasi, lalu dengan perhitungan biaya dan *image* kandidat, serta strategi penyebaran informasi melalui posko yang tersebar di setiap daerah Provinsi DIY.

Kata kunci: *Political Marketing*, Pemilu Legislatif, DPD