

## **ABSTRACT**

*Junedi Singarimbun in the 2019 legislative election is incumbent for 3 periods. This research aims to find out and analyze Junedi Singarimbun's election winning strategy in the 2019 Jambi City legislative election. Through qualitative descriptive research methods, namely interviews and literature that supports the research process. Researchers use political strategy theory from Peter Schroder and political marketing from Niffenegger. Research shows that the political strategy used in the offensive political strategy theory is to organize a winning team to run the Junedi Singarimbun campaign while conducting outreach to the community with policy offers that will be implemented when elected. In winning, there are 3 principles that strengthen, namely, the winning team, relationships and funds. Defensive (defensive) strategies in maintaining the market approach are carried out with people of the same ethnicity in the electoral district and ensuring that they reach people who are at the bottom of the economy and people of different ethnicities are used in carrying out market expansion. There are 4 Ps of political marketing used, namely, (product) is a past record that Junedi Singarimbun has, namely coming from a party family, joining the party for a long time, utilizing a good image from the past until he was already in the legislature, (promotion) print media and social media in distributing self and party identity flyers and videos, (price) Junedi Singarimbun uses social prices with the existence of tribal communities which are considered to be a winning factor, (place) segmentation strategy to meet community needs based on the approach used for a group characteristics of other groups. Good personal relationships with the party are a factor in the winning process.*

**Keywords:** *Elecections Edition, Political Marketin, Winning Strategy.*

## INTI SARI

Junedi Singarimbun pada pemilu legislatif 2019 merupakan *incumbent* selama 3 periode. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi pemenangan keterpilihan Junedi Singarimbun pada pemilu legislatif Kota Jambi 2019. Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu wawancara dan literatur yang mendukung dalam proses penelitian. Peneliti menggunakan teori strategi politik dari Peter Schroder dan marketing politik dari Niffenegger. Penelitian menunjukkan bahwa strategi politik yang digunakan dalam teori strategi politik ofensif (menyerang) yaitu mengadakan tim pemenangan dalam menjalankan kampanye Junedi Singarimbun saat melakukan sosialisai pada masyarakat dengan penawaran kebijakan yang akan dilakukan saat sudah terpilih. Dalam pemenangan adanya 3 prinsip yang memperkuat yaitu, tim pemenangan, relasi dan dana. Strategi defensif (bertahan) dalam mempertahankan pasar pendekatan yang dilakukan dengan masyarakat yang satu etnis di daerah pemilihan dan memastikan menjangkau masyarakat yang berada ekonomi bawah dan masyarakat yang berbeda suku digunakan dalam menjalankan perluasan pasar. Marketing politik yang digunakan ada 4P yaitu, (*product*) merupakan catatan masa lalu yang dimiliki oleh Junedi Singarimbun yaitu berasal dari keluarga partai, lama bergabung di dalam partai, memanfaatkan citra baik yang dilakukan di masa lalu hingga saat sudah duduk dalam legislatif, (*promotion*) media cetak dan media sosial dalam menyebarkan flyer dan video identitas diri dan partai, (*price*) Junedi Singarimbun menggunakan harga sosial dengan adanya masyarakat kesukuan yang dianggap bisa menjadi faktor kemenangan, (*place*) strategi segmentasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat adanya pendekatan yang digunakan untuk suatu kelompok karakteristik kelompok lainnya. Hubungan baik pribadi dengan partai yang menjadi faktor dalam proses pemenangan.

**Kata Kunci:** Edisi Pemilu, Marketing Politik, Strategi Pemenangan