

ABSTRAK

Keberhasilan Partai Demokrat Kota Palembang dalam memenangkan pemilihan legislatif tahun 2019 tidak terlepas dari adanya strategi untuk mendapatkan suara dari masyarakat. Meskipun sempat mengalami penurunan perolehan suara pada pemilu tahun 2014, Partai Demokrat Kota Palembang kembali bangkit dan mendapatkan kenaikan perolehan suara yang cukup signifikan pada pemilu tahun 2019. Dengan perolehan sebesar 156.504 suara, membuat Partai Demokrat mendapat 9 kursi legislatif di Kota Palembang. Tentunya terdapat strategi *marketing* politik yang dilakukan Partai Demokrat Kota Palembang sehingga bisa mendapatkan perolehan suara terbanyak pada pemilu tahun 2019. Oleh karena itulah, penelitian ini bertujuan untuk mencari tau pemasaran politik yang dilakukan oleh Partai Demokrat Kota Palembang pada pemilihan legislatif tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan memakai tiga metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran 4p dalam pemasaran politik yang terdiri dari *Product*, *Promotion*, *Place*, dan *Price*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya dalam proses pemasaran politik Partai Demokrat Kota Palembang menjangkau semua golongan masyarakat. Produk yang ditawarkan berupa ideologi partai, program-program partai serta kader-kader unggulan. Promosi menggunakan dua cara, yaitu secara langsung dan menggunakan media. Harga politik yang dikeluarkan meliputi semua dana pada saat kampanye dan sumber daya dari para kader-kadernya.

Kata Kunci : Partai Demokrat, Pemasaran Politik, Pemilu 2019.