

ABSTRAK

Sepakbola adalah aktivitas yang sangat populer di Indonesia maupun Kota Palembang dan memiliki banyak penggemar. Popularitas sepakbola ini menjadi perhatian politisi di Palembang yaitu salah satunya Jialyka Maharani anggota DPD RI Sumatera Selatan, perhatiannya dalam bentuk dukungan dan kepedulian terhadap 45 klub sepakbola di kota Palembang. Penelitian ini mengkaji bentuk strategi pemasaran politik Jialyka Maharani melalui dukungan kepada klub sepakbola menjelang pemilu tahun 2024 di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir teori strategi pemasaran. Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk strategi pemasaran yaitu 1. *Segmentation* Segmentasi merujuk pada kelompok karakteristik atau kebutuhan serupa yaitu perempuan dan generasi muda 2. *Targeting* merupakan targetnya yaitu klub sepak bola akar rumput yang berjumlah 45 klub sepakbola, 3. *Positioning* ini berdampak juga kepada klub yang merasa terbantu mendapatkan kostum/jersey dan suntikan dana 45 klub sepakbola di kota Palembang, 4. *Push marketing* Strategi seperti ini biasanya dilakukan dengan menghadiri pertemuan secara langsung atau tatap muka dengan melakukan datang ke lokasi di setiap turnamen dan pelatihan klub, selanjutnya 5. *Pull marketing* yang melibatkan tim suksesnya di setiap kabupaten dan influencer media sosial dan terakhir 6. *pull marketing* beliau memfokuskan pada media 2 media tersebut yaitu konvensional dan media sosial dan juga jersey yang bernamakan Jialyka Maharani.

Kata Kunci: Sepak Bola, Strategi, pemasaran politik, Jialyka Maharani