

Penerapan teknik political marketing dan hubungannya dengan demokrasi internal partai politik

Dicky M. Doorradi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=111776&lokasi=lokal>

Abstrak

Salah satu indikator positif dari perkembangan demokrasi di Indonesia adalah berhasilnya Indonesia mengadakan rangkaian Pemilu yang demokratis, dimana di tahun 2004 lalu pertama kali melakukan pemilihan secara langsung presiden dan diikuti di tahun selanjutnya dengan pemilihan kepala daerah secara langsung pula.

Ada perbedaan cara berkampanye dan cara para kontestan berupaya memikat pendukung dan pemilih dalam pemilihan-pemilihan tersebut. Dimana penggunaan teknik political marketing mulai diadopsi oleh banyak partai. Dilain sisi, fenomena konflik internal dan perseteruan ditubuh partai juga menggejala. Gejala ini melahirkan pertanyaan besar tentang kondisi demokrasi internal didalam partai politik itu sendiri.

Penelitian ini berupaya untuk menjelaskan kondisi penerapan political marketing serta hubungannya dengan kondisi demokrasi internal partai politik. Penelitian yang dilakukan di 3 provinsi dan melibatkan 15 kantor partai ditingkat provinsi dan 24 kantor partai ditingkat kabupaten ini dilakukan diawal tahun 2006.

Penelitian ini mewawancarai pimpinan maupun pengurus senior partai politik guna mengukur dan meneliti hubungan diantara adopsi penerapan political marketing dengan tingkat demokrasi internal partai politik.

Penelitian ini menunjukkan perbedaan tingkat penerapan political marketing diantara kantor partai demikian pula tingkat demokrasi internalnya. Penelitian berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan positif namun lemah antara kondisi demokrasi internal sebuah partai dengan tingkat penerapan political marketing yang telah dilakukan partai tersebut.