

Political marketing partai politik baru menuju Pemilu 2014 : studi kasus strategi pemenangan partai Nasdem = Political marketing a new political party towards election 2014 : case study nasdem party winning strategy

Inco Hary Perdana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20300780&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi political marketing Partai NasDem sebagai partai politik baru dengan tujuan memenangkan Pemilu Legislatif 2014, khususnya bagaimana peran kepemilikan media dalam strategi tersebut. Penelitian kualitatif ini menggunakan kerangka konsep political marketing LeesMarshment (2001) dan strategi kampanye partai politik Nursal (2004).

Kesimpulan utama, Partai NasDem merupakan sales oriented party dan banyak menggunakan pull political marketing dalam menyampaikan pesan politik mereka. Melihat dari fakta di Indonesia bahwa partai politik masih sangatlah lekat dengan figur ketokohan untuk dapat mengangkat elektabilitasnya, maka dibahas pula pembelajaran dari fenomena Partai Demokrat yang dapat memenangkan pemilu pada keikutsertaannya yang kedua kali karena kekuatan figur tokoh SBY. Sehingga penelitian ini dapat melengkapi strategi political marketing Partai NasDem yang ada saat ini.

.....This study aims to determine how political marketing strategy NasDem Party as a new political party with the aim of winning the 2014 legislative elections, in particular how the role of media ownership in the strategy. This qualitative study uses the concept of political marketing framework Lees Marshment (2001) and political partys campaign strategy Nursal (2004).

The main conclusion, NasDem Party is party oriented sales and using pull political marketing in their political message. View of the fact that political parties in Indonesia are still very closely with the figures to be able to lift the electability, then discussed the phenomenon of learning from the Democratic Party who can win elections on the participation of two times the force of character figures SBY. So this study can complement the strategy of political marketing NasDem Party that exists today.