

Pengaruh brand image positif Partai Politik terhadap sikap positif dan intensi memilih

Pangaribuan, Yerri Gohi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340840&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan marketing politik saat ini menjadi mendapatkan perhatian karena mampu memberikan suatu analisis yang lebih dapat diandalkan untuk mengetahui berbagai dinamika politik. Brand image yang biasa dikenal dalam produk dan jasa dapat juga diterapkan dalam domain politik. Image partai politik dipandang semakin penting, khususnya jika memperhatikan banyalnya panai politik peserta pemilu. Pemilih tentunya akan mengalami kcsulitan da!am memilih suatu partai politik ketika memasuki tempat pemungutan suara. Disini partai politik memerlukan pembeda antara sam partai politik dengan partai politik lainnya. Hal ini rnenarik sebagai bahan kajian, tidak hanya dari sisi ilmu politik, tetapi juga dalam ilmu pemasaran, bagaimana sebuah partai politik dapat sukses menjadi pilihan rakyat.

Adanya image yang positif terhadap partai politik akan mempengaruhi sikap dan pada akhirnya mendorong pemilih untuk memilih terhadap partai politik tersebut. Melalui penelitian ini juga akan ditinjau pengaruh image, baik pada partai politik maupun pemimpin partai politik terhadap sikap positif dan intensi memilih.

Responden yang terlibat dalam penelitian ini tersebar pada 7 kota yang mewakili karakteristik pemilih di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik convenience sampling. Selain analisis deskriptif dan analisis faktor, penelitian ini juga menggunakan structural equation modeling (SEM) untuk mengetahui hubungan antar variabel secara simultan dan Anova untuk mengetahui perbedaan dalam mengevaluasi perbedaan image partai politik.

Berdasarkan hasil penelitian, image positif partai politik yang terbentuk dari image partai politik dan pemimpinnya meningkatkan intensi memilih melalui sikap positif terhadap partai politik. Implikasinya adalah partai politik dituntut untuk meningkatkan image partai politik dan pemimpinnya untuk memperoleh kesuksesan sebagai partai pilihan dalam pemilihan umum.....Currently, growth of marketing politics gets attention because it can give an analysis that can be more reliable to find out several of political dynamisms, Brand image that is usually recognized in products and services can also be applied in political domain. Image of political party is considered growing more important, especially if seen by the numbers of political parties of election participants. Voters are of course will End difticulties in selecting a political party when entering voting booth. This time, political party needs to distinguish between one political party and other political parties. This issue can be a quite interesting subject, not only from politics side, but also in marketing science, how a political party can be successlirl in becoming people's choice.

Existence of image which is positive to political party will influence attitude and finally influence voters to select that political party as referred. Also, this research will evaluate the influence of an image, either in political party or the leader of that toward positive attitude and voting intention.

Respondents whom are involved in this research spread among 7 cities that represent characteristics of voters in Indonesia. Data collecting is conducted by using convenience sampling technique. Besides descriptive analysis and factor analysis, this research also uses structural equation modeling (SEM) to find out the relation between variables simultaneously and Anova to find out the difference in evaluating the distinction in image of political party.

Based on research result, positive image of political party that formed from the image of its political party and leader resulted in improving intention to vote by positive attitude to that political party. The implication is, political party is demanded to improve its image and the leader's to achieve a success as the chosen party in public election.