

Pengaruh underdog brand biography terhadap intention to vote melalui mediasi self brand connection dan moderasi self identity (studi kasus pemasaran politik salah satu Calon Presiden Republik Indonesia 2014-2019 = Pengaruh underdog brand biography terhadap intention to vote melalui mediasi self brand connection dan moderasi self identity (studi kasus pemasaran politik salah satu Calon Presiden Republik Indonesia 2014-2019) / Singgih Setiadi

Singgih Setiadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368397&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dibalik tujuan pemasaran politik yang berguna untuk meningkatkan elektabilitas kandidat politik, terdapat kerekatan hubungan emosional dengan pemilih pemula. Informasi politik dari media massa yang berlimpah membuat pemilih pemula mengambil jalan pintas dengan menaruh perhatian pada kesamaan identitas. Dengan menggunakan metode eksperimen terhadap 168 responden pemilih pemula, penelitian ini mengangkat sisi Self-Identity dan Self-Brand Connection dari penggunaan strategi politik Underdog Brand Biography pada salah satu calon presiden Indonesia 2014-2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada saat pemilih pemula mempunyai persepsi yang sama dengan kandidat politik sebagai Underdog maka akan memengaruhi keputusan politiknya untuk memilih kandidat yang menggunakan strategi Underdog Brand Biography.

<hr>

ABSTRACT

Behind the marketing political purpose of increasing candidate electability , there is an emotional bond with the beginner voters. Political information from numerous mass media makes beginner voters takes it brief by putting their attention to similarities of background. This research tries to impose Self-Identity and Self-Brand Connection side of Underdog Brand Biography usage of one of the 2014-2019 Indonesian President candidate through experimental method to 168 first-voter respondent, using linear regression with mediating and moderating variables.

The result of the research shows positive significance when the beginner voter feels themselves as the Underdog therefore it will influence the voter's decision to vote the president which use the Underdog Brand Biography strategy.