

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pemilih muda peran pemasaran politik melalui media sosial = Factors influencing young voters behavior political marketing role through social media

Doryntan Martalenta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404244&lokasi=lokal>

Abstrak

Proses demokrasi di Indonesia mencapai puncaknya melalui pemilu Presiden dan Wakil Presiden sebagai sebuah babak baru bagi bangsa Indonesia. Pesta demokrasi ini tidak dapat dirasakan secara maksimal apabila tidak adanya dukungan dari partisipasi seluruh warga Indonesia. Pada kenyataannya, para pemilih kurang memiliki kemampuan dalam mengingat banyaknya partai-partai politik, program-program yang ditawarkan, ataupun kandidat politik yang didukung oleh partai politik. Oleh karena itu, diperlukannya langkah-langkah yang dilakukan oleh para kandidat politik untuk mencapai target suaranya dan dikenal oleh para pemilih. Langkah-langkah tersebut dapat dilaksanakan dengan strategi, termasuk menerapkan pemasaran politik, yaitu sebuah cara atau metode pemasaran untuk membantu membangun hubungan antara kandidat politik dan masyarakat. Jumlah pemilih muda di Indonesia cukup besar, sehingga posisi strategi kelompok pemilih muda beserta faktor-faktor yang melatarbelakangi perilaku pemilih muda menjadi celah yang dimanfaatkan oleh beberapa kepentingan politik untuk mencapai suara lebih dalam memenangkan pemilu. Fokus penelitian ini ialah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pemilih muda melalui isu-isu dan kebijakan politik, citra kandidat, peristiwa muktahir, peristiwa personal, citra sosial, keyakinan agama, pengaruh teman dan keluarga, serta media sosial.

.....

The democratic process in Indonesia had reached its peak through the general election of President and Vice President as a new chapter for the people of Indonesia. This democratic party could not be perceived to the fullest when there was a lack of support from all Indonesian people. In reality, the voters did not have the sufficient knowledge in political parties, programs offered, or the political candidates who was supported by the political party. Therefore, there are several stages needed to be done by the political candidates in order to achieve its vote target and to be known by the voters. Those stages shall be done with the following strategies, including the political marketing, in which can be defined as a marketing method in order to develop the relationship between the political candidate and society. The amount of young voters in Indonesia are relatively large, therefore the strategic position of the young voters as well as several factors which underlying the behavior of young voters are used by several political interests in order to achieve its vote and win the general election. The focus of this research is to examine factors which influence the behavior of young voters through issues and political policies, image of a candidate, current event, personal events, social image, religious beliefs, friends and family influence, as well as social media.