

Strategi komunikasi pemasaran partai politik lokal (studi kemenangan Partai Aceh Pemilu 2014) = Marketing communication strategy of local political party (study of Aceh Party winning on legislative election 2014)

Jamila Catheleya Emor, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20433277&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Saat ini strategi komunikasi pemasaran politik telah berkembang luas. Salah satunya adalah dengan pendekatan political marketing. Penelitian ini ingin melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran politik Partai Aceh. Partai Aceh merupakan Partai Lokal konsekuensi dari hasil kesepakatan MoU Helsinki antara Pemerintah RI dengan GAM. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendapat gambaran jelas strategi partai Aceh dalam memenangkan Pemilu pasca MoU berturut-turut. Informan penelitian adalah aktor politik di Aceh yang terlibat aktif pada pemilu 2014.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Partai Aceh masih menggunakan cara-cara komunikasi pemasaran tradisional. Untuk menjadi partai modern maka Partai Aceh harus mempebahruhi dan beradaptasi dengan kondisi situasi masyarakat saat ini.

<hr>

Nowadays marketing communication strategy on politics has variably developed. One of them is using political marketing and branding perspective. This research aims to find out how Aceh Party planning on their marketing communication strategy in Aceh. This research was conducted on qualitative descriptive method with the informant whom actively participated in 2014 election.

The description will give valuable feedback for Aceh Party in creating communication strategy. The results shows Aceh Party using traditional ways on building its strategy, Aceh Party sucesfully won and dominates the legislative member in Aceh Parliament though.