

Strategi marketing politik: studi tentang promosi dalam peningkatan suara anggota legislatif (DPR-RI) Partai Gerindra di Jawa Barat pada Pemilu legislatif 2014 = Political marketing strategy: a study on promotion in increasing the votes of members of the legislature (DPR-RI) Gerindra Party in West Java in the 2014 legislative election

Yeremia Michael Basauli, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482428&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai strategi marketing politik studi tentang promosi dalam peningkatan suara anggota legislatif (DPR-RI) Partai Gerindra di Jawa Barat pada pemilu legislatif 2014. Kasus ini di analisis menggunakan teori marketing politik. Pada teori ini, penulis menekankan terhadap komponen promosi. Promosi yang dilakukan oleh Partai Gerindra dapat dilihat dalam 6 kelompok saluran komunikasi politik, yaitu saluran komunikasi politik lini atas, saluran komunikasi politik lini bawah, saluran komunikasi dengan special event, saluran komunikasi politik dengan media baru, saluran komunikasi politik dengan komunikasi antar pribadi, dan saluran komunikasi politik dengan media tradisional. Studi ini menemukan bahwa Partai Gerindra memaksimalkan berbagai media yang tersedia dan struktur jaringan partai yang ada dalam mempromosikan partai. Strategi promosi yang dilakukan oleh Partai Gerindra memberikan hasil perolehan suara sebesar 2.378.762 dan 10 kursi dalam pemilihan legislatif 2014 di Jawa Barat.

.....This undergraduate-thesis analyzes about political marketing strategy study about promotion in increasing the votes member of parliaments (House of Representative of Indonesia Republic) Gerindra Party in West Java in legislative election 2014. This case using the political marketing theory. On this theory, writer focus on component of promotion. Promotion carried out by the Gerindra Party can be seen from 6 groups of political communication channels, consisting of political communication channel above the line, political communication channel below the line, political communication channel with special events, political communication channel with new media, political communication channel with interpersonal communication, political communication channel with traditional media. The study finds that Gerindra Party maximize the various available media and the network structure of the parties that are in promoting the party. Promotion strategy carried out by Gerindra Party give the result of the vote amounting 2.378.762 and 10 seats in legislative election 2015 in West Java.