



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Strategi *Marketing* Politik Partai Gerindra
Melalui Media Televisi (studi kasus tentang *marketing*
politik partai Gerindra melalui media televisi
untuk meningkatkan citra positif partai)**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

Nama : Akhirudin

NIM : 55207110021

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2012**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

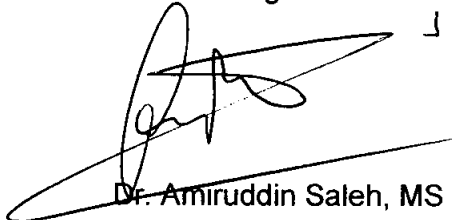
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Akhirudin
2. NIM : 55207110021
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
6. Judul : Strategi Marketing Politik Partai Grindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang marketing politik Partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

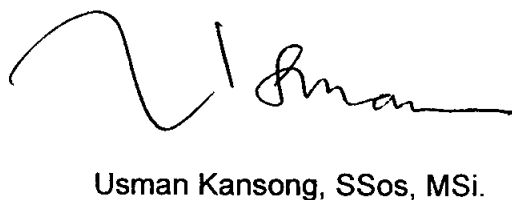
Jakarta, 2 Agustus 2012

Pembimbing Utama



Dr. Amiruddin Saleh, MS

Pembimbing II



Usman Kansong, SSos, MSi.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Strategi Marketing Politik Partai Gerindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang marketing politik Partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)
2. Nama : Akhirudin
3. NIM : 55207110021
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
7. Tanggal : 27 Agustus 2012

Jakarta, 27 Agustus 2012
Disetujui dan diterima oleh,

Direktur Program Pascasarjana

Prof.Dr.Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid.M.Si.

Pembimbing I

Dr. Amiruddin Saleh, MS

Pembimbing II

Usman Kansong S.Sos, Msi



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Marketing Politik Partai Gerindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang marketing politik Partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)
2. Nama : Akhirudin
3. NIM : 55207110021
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media & Komunikasi Politik
7. Tanggal : 13 Agustus 2012

Jakarta, 13 Agustus 2012
Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Heri Budianto S.Sos, M.Si
2. Penguji Ahli:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
3. Pembimbing I:
Dr. Amiruddin Saleh, MS
4. Pembimbing II:
Usman Kansong S.Sos, Msi.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU
KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Marketing Politik Partai Grindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang marketing politik Partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)
2. Nama : Akhirudin
3. NIM : 55207110021
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media & Komunikasi Politik
7. Tanggal : 23 Agustus 2012

Jakarta, 23 Agustus 2012
Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Heri Budianto S.Sos, M.Si

2. Penguji Ahli:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

3. Pembimbing I:
Dr. Amiruddin Saleh, MS

4. Pembimbing II:
Usman Kansong S.Sos, Msi.

PERNYATAAN

Judul : Strategi *Marketing* Politik Partai Gerindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang *marketing* politik Partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)

Nama : Akhirudin

NIM : 55207110021

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik

Tanggal : 13 Agustus 2012

Merupakan hasil studi pustaka, peneliti lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Agustus 2012



Akhirudin

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis bersyukur atas segala rahmat dan hidayah Allah SWT, upaya dan kerja keras menyelesaikan tesis ini telah membuahkan hasil. Tak lupa terkirim salam kepada Rasulullah Muhammad SAW, sebagai rahmatan lilalamin, sebagai teladan umat manusia, dan inspirasi penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini.

Tesis berjudul “Strategi *Marketing* Politik Partai Gerindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang *marketing* politik partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)” diajukan sebagai salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Magister Sains (M.Ikom), Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi (S2) pada Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan tesis ini belum sempurna. Meskipun demikian upaya maksimal sesuai kaidah ilmu yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini selalu menjadi dasar penyusunannya. Oleh karena itu, dalam rangka penyempurnaan tesis ini penulis berharap mendapat saran maupun kritikan yang bersifat membangun.

Dengan tidak mengurangi rasa hormat kepada semua pihak, yang membantu secara moril maupun materil, perkenankan penulis menghaturkan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada ayahanda Udin Syamsudin Sumendeo dan ibunda Nasbah Latomi yang selalu ikhlas memberikan do’a, cinta, dan segala bentuk kasih sayang

yang tiada terukur kepada penulis. Terimalah persembahan khusus ananda ini sebagai bentuk cinta yang tulus, semoga menjadi kekuatan baru dalam pencapaian cita-cita berikutnya. Kepada semua saudara penulis : Nur Ipa, Ruiyana, Daeria, Rusdin, Syarifudin, Awal, Mariyana, Abdul Farid, kebersamaan kita akan terus membuahakan hal-hal positif dalam kehidupan ini.

Selain itu penulis perlu mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Dr. Amiruddin Saleh, MS selaku pembimbing utama yang begitu bertanggung jawab, penuh kesabaran dan perhatian dalam membimbing anak didiknya.
2. Bapak Usman Kansong SSos, MSi sebagai pembimbing penulis yang terus memberikan dorongan untuk merampungkan tesis ini;
3. Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana, yang tiada hentinya memberikan dukungan serta motivasi dalam penyelesaian tesis ini.
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si yang banyak memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Prof. Dr. Didik J. Rachbini;
6. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta;

7. Dr. Farid Hamid M.Si, Kepala Program Studi Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana;
8. Dr. Lely Ariani, M.Si yang selalu memberikan masukan dalam perampungan tesis ini.
9. Dosen-dosen Universitas Mercu Buana baik yang masih aktif atau yang sudah tidak aktif Ibu Endah, Bapak Andi Cory, Bapak Zaim Uchrowi dan lain-lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
10. Teman-teman MKom 3 Universitas Mercu Buana; Pak Ucup, Pak Gunawan, Pak Andre, Mbak Gege, Pak Misnan, Reren, Rina, Novida, Rere, Dedy F, Bintang kuadrat, Purwandi, Satya, Made, dll yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Silaturahmi kita terus kita jaga, kompak selalu dan terus menjadi tim yang solid, terus *support* dan motivasi satu sama lain.
11. Teman-teman kantor yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan tesis ini; Yudho, Rendi, Firman, Doddy, Dhani.
12. Ibunda Ani Murdiati yang sangat pengertian memberikan izin saat sidang tesis.
13. Para informan penulis; Bapak Fadli Zon, Bapak Lukman Hakiem yang telah memberikan kesempatan untuk wawancara di tengah-tengah kesibukan kegiatan mereka.
14. Kepada semua pihak dan kerabat yang membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis sangat menyadari proses penulisan tesis ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis berharap masukan dan kritikan yang membangun demi penyempurnaan tesis ini. Akhirnya, penulis berharap semoga tesis ini bisa bermanfaat. Amin.

Jakarta, 13 Agustus 2012

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud	5
1.3.2. Tujuan	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat	6
1.4.2. Kegunaan	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Kajian Pustaka	7
2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.1.2. <i>Marketing</i> Politik	10
2.1.3. Iklan Televisi	21
2.1.4. Iklan Politik	25

2.1.5. Pengertian <i>Image</i> (Citra)	34
2.2. Kerangka Pemikiran	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian	46
3.2. Paradigma penelitian	47
3.3. Metode Penelitian	49
3.4. Key Informan	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data	51
3.6. Teknik Analisis Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1. Sejarah Lahirnya Partai Gerindra	55
4.1.2. Berdirinya Partai Gerakan Indonesia Raya	58
4.1.2. Deklarasi Partai Gerakan Indonesia Raya	59
4.1.4. Asal – usul logo dari Partai Gerindra	61
4.1.5. Profil Partai Gerindra	62
4.1.6. Visi dan Misi Partai Gerindra	63
4.1.7. Struktur Organisasi DPP Partai Gerindra	64
4.1.8. Pendekatan Partai Gerindra	65
4.1.9. Jati Diri Partai Gerindra	66
4.1.10. Prinsip Dasar Partai Gerindra	67
4.1.11. Kisah Partai Gerindra dan Kepala Garuda	70
4.1.12. Profil Prabowo Subianto	76

4.1.13. Delapan Program Aksi Partai	79
4.2. Hasil Penelitian	83
4.2.1. Partai Gerindra Memilih Iklan Politik Media Televisi Sebagai Strategi <i>Marketing</i> Politik Partai	84
4.2.2. Strategi <i>Marketing</i> Partai Gerindra Melalui Iklan Politik Media Televisi untuk meningkatkan citra positif partai kepada masyarakat	86
4.3. Pembahasan	90
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	112



DAFTAR TABEL

1. Beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan fokus penelitian	9
2. Jadwal Penelitian	47
3. Nama-nama dan jabatan pengurus partai Gerindra ...	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

1. Strategi <i>marketing</i> politik	12
2. Segmentasi dan <i>Positoning</i> politik	18
3. Konstruksi <i>image</i>	41
4. Kerangka pemikiran pada penelitian strategi <i>marketing</i> politik partai Gerindra melalui media televisi	45
5. Logo partai Gerindra	61



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip wawancara Fadli Zon	105
2. Transkrip wawancara Lukman Hakim	110



UNIVERSITAS
MERCU BUANA