



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA

Name : Akhirudin

NIM : 55207110021

Title : *Marketing Strategies of Political Party Gerindra Through Media Television (A case study on marketing Gerindra party politics through the medium of television to promote a positive image of the party)*

Bibliografi : xvii + 113 Pages : 3 Table, 5 Figure + 2 Annex

### **ABSTRACT**

*Currently emerging awareness that political parties in improving the party's political image is to use the medium of television, with efficiency and effective considerations in reaching the public. The research objective was to obtain an overview of the reasons Indonesia Movement Party (Gerindra) chose the medium of television as a media campaign, political marketing strategy is being used, to improve the positive image of the party. In this study, using a type of qualitative research, which is an interpretive (interpretation) by using a case study approach. Data collection techniques obtained through primary and secondary data. Data analysis techniques, namely the data reduction, display, verification and conclusion. The results Gerindra political ads on television as a medium of political marketing strategy, based as Gerindra a newcomer party. Marketing strategies used positive advertising and ad impressions are critical. Besides, another strategy use a good ad artistic imagery, figures Prabowo and activities directly to DPC (Board of Directors Branch) and PAC (Lead Child Branch). Apparently, the strategy of political television ads increased the party's image as much as 84% known by the public.*

*Keywords: political marketing strategy, television media, Gerindra party.*



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA

Nama : Akhirudin  
NIM : 55207110021  
Judul : Strategi *Marketing* Politik Partai Gerindra Melalui Media Televisi (studi kasus tentang *marketing* politik partai Gerindra melalui media televisi untuk meningkatkan citra positif partai)  
Bibliografi : xvii + 113 Halaman : 3 Tabel, 5 Gambar + 2 Lampiran

### ABSTRAK

Saat ini muncul kesadaran partai politik bahwa dalam meningkatkan *image* politik partai adalah dengan memanfaatkan media televisi, dengan pertimbangan efisiensi dan keefektifitasannya dalam menjangkau masyarakat luas. Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh gambaran tentang alasan Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) memilih media televisi sebagai salah satu media kampanye, strategi *marketing* politik apa yang digunakan, dalam meningkatkan *image* positif partai. Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif, yang bersifat interpretif (penafsiran) dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, *display*, verifikasi dan kesimpulan. Hasil penelitian adalah penayangan iklan politik Partai Gerindra pada media televisi sebagai strategi *marketing* politik, didasarkan karena Gerindra merupakan partai pendatang baru. Strategi *marketing* yang digunakan adalah penayangan iklan positif dan iklan kritis. Di samping itu strategi lain yang digunakan adalah artistik iklan yang baik, pencitraan figur Prabowo Subianto dan kegiatan kunjungan langsung kepada DPC (Dewan Pimpinan Cabang) dan PAC (Pimpinan Anak Cabang). Ternyata, strategi penayangan iklan politik televisi tersebut meningkatkan *image* partai sebanyak 84% dikenal oleh masyarakat.

Kata kunci: strategi marketing politik, media televisi, partai Gerindra