A B S T R A C T

The simultaneous general election was held in 2019, political parties are now beginning to implement political marketing strategies that will be used to win elections in 2019, including Perindo party as a new party that must be able to build a reputation amid fragmentation of political power in Indonesia, political parties Perindo must be able to see the problems that exist in the community so that in this case Perindo party must have a forward orientation by looking at what happens in the community as the basis for the development of party programs. In this research, the author's purpose is to explain how the marketing strategy of political communication of party perindo as a new party in building the reputation before 2019 election specially how to marketing strategy of political communication and strategy of political campaign of Perindo Party.

This qualitative research uses a framework of Lees - Marshment political marketing concepts and campaign strategy of Gun - Gun Heryanto political party. The results of this study show the marketing strategy of political communication perindo party by using approach; product oriented parties, sales oriented parties and market-oriented patrons, then the strategy of campaigning to build a party reputation using approaches; positioning, branding, segmenting, media strategy and non-media strategy and communicative performance of general chairman of perindo party.

Keywords: Political Marketing, Campaign Strategy, Election 2019.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id/

A B S T R A K

Pemilihan umum serentak di laksanakan pada tahun 2019, partai – partai politik kini mulai melakukan strategi politik yang akan digunakan untuk memenangkan pemilu di tahun 2019, termasuk partai Perindo sebagai partai baru yang harus mampu untuk membangun reputasi, partai politik Perindo harus mampu melihat permasalahan yang ada di masyarakat sehingga dalam hal ini partai Perindo harus memiliki orientasi kedepan dengan melihat apa yang terjadi di masyarakat sebagai dasar pengembangan program partai. Pada penelitian ini tujuan penulis menguraikan pada pokonya untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran komunikasi politik partai perindo sebagai partai baru dalam membangun reputasi menjelang pemilu 2019 khususnya bagaimana startegi komunikasi pemasaran politik dan strategi kampanye Politik Partai Perindo.

Penelitian kualitatif ini menggunakan kerangka konsep *political marketing* Lees - Marshment dan strategi kampanye partai politik Gun – Gun Heryanto. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran komunikasi politik partai perindo dengan menggunakan pendekatan ;partai beriorentasi produk, partai beriorentasi penjualan dan partai beriorentasi pasar, kemudian strategi kampenye dalam membangun reputasi partai dengan memakai pendekatan ; positioning,branding,segmenting,strategi media danstrategi non media serta performa komunikatif ketua umum partai perindo.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, , Strategi Kampanye, Partai Perindo, Pemilu 2019,

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id/