



Sumber: Youtube PSI

Judul Skripsi:

ANALISIS STRATEGI *MARKETING* POLITIK DALAM MEMBANGUN *BRANDING* POLITIK PADA PEMILU 2019 (STUDI PADA PEMILU LEGISLATIF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik S.1

Nama: Farid Abiyyu Naufal

NIM: 1810413087



PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA



SKRIPSI

Judul Skripsi:

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* POLITIK DALAM
MEMBANGUN *BRANDING* POLITIK PADA PEMILU 2019
(STUDI PADA PEMILU LEGISLATIF PARTAI SOLIDARITAS
INDONESIA)**

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Awal untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Politik**

Oleh:

Farid Abiyyu Naufal 1810413087

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

2023

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* POLITIK DALAM
MEMBANGUN *BRANDING* POLITIK PADA PEMILU 2019
(STUDI PADA PEMILU LEGISLATIF PARTAI SOLIDARITAS
INDONESIA)**

***ANALYSIS OF POLITICAL MARKETING STRATEGIES IN
BUILDING POLITICAL BRANDING IN 2019 ELECTIONS
(STUDY ON PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA
LEGISLATIVE ELECTIONS)***

Oleh:
Farid Abiyyu Naufal
1810413087

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Politik

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada
tanggal seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 12 Desember 2022

Pembimbing Utama

Dr. Dudy Hervadi

Pembimbing Pendamping

Danis T. S. Wahidin, S.IP., M.IP



Program Studi Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Tahun 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang di kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Farid Abiyyu Naufal

NIM : 1810413087

Program Studi : Ilmu Politik

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 Desember 2022

Yang menyatakan,



Farid Abiyyu Naufal

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farid Abiyyu Naufal
NRP : 1810413087
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* POLITIK DALAM MEMBANGUN
BRANDING POLITIK PADA PEMILU 2019 (STUDI PADA PEMILU
LEGISLATIF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Jakarta, 24 Desember 2022

Yang menyatakan,



Farid Abiyyu Naufal

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Farid Abiyyu Naufal

NIM : 1810413087

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI *MARKETING* POLITIK DALAM MEMBANGUN *BRANDING* POLITIK PADA PEMILU 2019 (STUDI PADA PEMILU LEGISLATIF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing I



Dr. Dudy Heryadi

Penguji I



Dr. Asep Kamaluddin N.,
S.Ag, M.Si.

Penguji II



Danis T.S Wahidin, S.IP.,
M.IP

Ketua Program Studi



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 11 Januari 2023

ANALISIS STRATEGI *MARKETING* POLITIK DALAM MEMBANGUN *BRANDING* POLITIK PADA PEMILU 2019 (STUDI PADA PEMILU LEGISLATIF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)

FARID ABIYU NAUFAL

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana strategi *marketing* politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam membangun dan memperkuat *branding* nya menuju pemilu 2019 lalu. Tujuan penelitian ini ialah Untuk mengetahui faktor apa yang membuat PSI membangun *branding* sebagai partai anak muda, selain itu untuk memahi strategi yang dilakukan PSI dalam melakukan *Marketing* Politik yang *branding* nya melekat pada persepsi publik. Penelitian ini menggunakan teori mengenai strategi *marketing* politik dan *branding* politik. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan teori strategi *marketing* politik Adman Nursal, yang di dalam teori tersebut terdapat *Pull Political Marketing*, *Push Political Marketing* dan *Pass Political Marketing*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan data primer serta sekunder diantaranya berupa wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Penulis juga menggunakan 4 tahapan analisis data diantaranya pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian dengan metode kualitatif deskriptif ini menampilkan hasil penelitian bahwa pemasaran/ *marketing* politik PSI cukup efektif dalam membangun *branding* nya, Pertama melakukan segmentasi dan targeting lalu menggunakan strategi *marketing* politik yang sesuai dan akhirnya *brand* tersebut melekat pada PSI. Walaupun PSI lebih banyak menggunakan pada dua strategi pemasaran politik yaitu *push political marketing* dan *pull political marketing*. Walaupun ada kendala yang di hadapi PSI yaitu masih kurangnya pemetaan yang spesifik dan masih banyaknya penyebaran Hoax tentang PSI, serta kurangnya menggunakan organisasi yang berpengaruh sehingga hal ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *Partai Solidaritas Indonesia, Strategi, Branding politik, Marketing Politik*

**ANALYSIS OF POLITICAL MARKETING STRATEGIES IN
BUILDING POLITICAL BRANDING IN 2019 ELECTIONS
(STUDY ON PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA
LEGISLATIVE ELECTIONS)**

FARID ABIYYU NAUFAL

ABSTRACT

This research analyzes the political marketing strategy of the Partai Solidaritas Indonesia (PSI) in building and strengthening its branding towards the 2019 elections. The purpose of this study is to find out what factors make PSI build branding as a youth party, besides that to understand the strategy carried out by PSI in carrying out political marketing whose branding is attached to public perception. This study uses the theory of political marketing strategy and political branding. In conducting this research, the authors used Adman Nursal's political marketing strategy theory, in which the theory includes Pull Political Marketing, Push Political Marketing and Pass Political Marketing. The method used is descriptive qualitative using primary and secondary data including interviews, documentation, and literature study. The author also uses 4 stages of data analysis including data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. This research using descriptive qualitative method displays the results of research that PSI political marketing/ marketing is quite effective in building its branding. Although PSI uses more of two political marketing strategies, namely push political marketing and pull political marketing. Although there are obstacles faced by PSI, namely the lack of specific mapping and the spread of hoaxes about PSI, and the lack of using influential organizations so that this can be a reference for further research.

Keywords: *Partai Solidaritas Indonesia, Strategy, Political Branding, Political Marketing*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih sayangnya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Marketing Politik Dalam Membangun Branding Politik Pada Pemilu 2019 (Studi Pada Pemilu Legislatif Partai Solidaritas Indonesia)”**. Dengan tuntasnya penulisan skripsi ini menjadi bukti bahwa peneliti telah menyelesaikan studi strata satu (S1) Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan memperoleh gelar Sarjana Sosial.

Dalam proses penulisan skripsi ini dan selesainya masa studi penulis, tentunya terdapat dukungan penuh dari orang-orang terdekat. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Pertama, Allah SWT yang senantiasa memberikan kelancaran dalam pasang surut proses penyelesaian skripsi.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Wagiman dan Ibu Suratin yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Keluarga penulis, Kedua Kakak Kandung penulis Suci Kusuma Wardani S, Psi. dan Didit Dwi Prasetyo serta Kakak Ipar Penulis Yulianti, S.T atas segala dukungan dan memotivasi dalam menyemangati peneliti untuk tidak pantang menyerah.
4. Kepada jajaran Dosen Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta atas segala ilmu, pengalaman, dan bimbingan selama menjalani proses pembelajaran di lingkungan kampus.
5. Dosen Pembimbing penulis Bapak Dr. Dudy Heryadi dan Bapak Danis T. S Wahidin, S.IP., M.IP. Yang telah memberikan pengarahan, saran, dan masukan bahkan pengetahuan tambahan bagi penulis.
6. Para narasumber yang telah membantu penulis untuk memperoleh data Bapak Yus Ariyanto selaku Wakil Direktur Kampanye DPP PSI dan Randy Davrian. Terima kasih atas data dan wawancaranya sehingga mempermudah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

7. Terima kasih untuk Prisca Octaviani yang sudah mendukung, selalu memberikan semangat dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dan menjadikan motivasi penulis untuk tidak pantang menyerah.
8. Terima kasih untuk Sahabat penulis yang selalu ada dan memberikan semangat Anton, Bayu, Chandra, Nabil, Tama, Sania, Fatah, Rayhan Abhinaya, Terima kasih sudah menemani dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan penelitian.
9. Teman dan sahabat kampus yang memberikan masukan kepada penulis dalam proses selama ini Atam, Adham, Aldi, Aryo, Rahmat, Rian, Rifki, Reyhan, Umar, Wisnu, Aldi, Rolando, Johannes, dan Revan yang telah menemani masa perkuliahan.

Dukungan serta Do'a semua pihak yang penulis sebutkan di atas sangat berarti dalam memberikan kelancaran sehingga terselesaikannya penulisan Skripsi ini. Tentunya terdapat kekurangan dalam penulisan ini namun besar harapan Skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan bagi pembaca.

Jakarta, 20 Desember 2022

Penulis



Farid Abiyyu Naufal

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1 Akademis	19
1.4.2 Praktis.....	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Teori dan Konsep Penelitian	22
2.1.1 Konsep Partai Politik	22
2.1.2 <i>Marketing</i> Politik	24
2.1.3 <i>Branding</i> dalam Politik	26
2.1.4 Strategi <i>Marketing</i> Politik.....	31
2.2 Kerangka Berpikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Jenis Penelitian	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Wawancara.....	36
3.3.2 Studi Pustaka.....	36

3.3.3	Dokumentasi	37
3.4	Sumber Data	37
3.4.1.	Data Primer	37
3.4.2	Data Sekunder	37
3.5	Teknik Analisa Data	38
3.6	Tabel Rencana Waktu.....	39
BAB IV	GAMBARAN UMUM	40
4.1.	Profil Partai Solidaritas Indonesia	40
4.1.1	Sejarah Pembentukan dan Berdirinya Partai Solidaritas Indonesia	40
4.1.2	Visi dan Misi Partai Solidaritas Indonesia	42
4.1.3	Platform Partai Solidaritas Indonesia.....	42
4.2	Fungsi <i>Branding</i> politik di Indonesia.....	44
BAB V	ANALISIS STRATEGI MARKETING POLITIK PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA DALAM MEMBANGUN DAN MEMPERKUAT BRANDING PADA PEMILU 2019	
5.1	<i>Branding</i> Partai Solidaritas Indonesia	47
a.	Segmentasi	51
b.	<i>Targeting</i>	52
c.	<i>Positioning</i>	53
5.2	Strategi <i>Marketing</i> Politik Partai Solidaritas Indonesia	54
5.2.1	<i>Push Poltical Marketing</i>	55
5.2.2	<i>Pull Political Marketing</i>	63
a.	<i>Pull Marketing</i> melalui Media Sosial	64
b.	<i>Pull Marketing</i> melalui Media Elektronik Televisi	74
5.2.3	<i>Pass Political Marketing</i>	78
5.3	Kendala yang di Hadapi PSI dalam melakukan Marketing Politik.....	85
BAB VI	PENUTUP	87
6.1	Kesimpulan.....	87
6.2	Saran	89

6.2.1	Saran Praktis	89
6.2.2	Saran Akademis	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Rencana Waktu Penelitian	39
Tabel 2. Pemetaan Sensus Penduduk Berdasarkan Generasi.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Solidarity Tour PSI mengunjungi pasar dan acara/ kegiatan dengan dengan anak muda.....	55
Gambar 5. 2 Kegiatan Solidarity Tour melalui kanal Youtube PSI.....	56
Gambar 5. 3 Kelas Solidaritas yang dilaksanakan dalam Solidarity Tour.....	57
Gambar 5. 4Milly dan Goenruck menjadi narasumber di Seminar PSI.....	58
Gambar 5. 5 Pelaksanaan Kampung Grafis PSI.....	59
Gambar 5. 6 Data pengguna media sosial Januari tahun 2019	64
Gambar 5. 7 Website PSI (halaman utama)	65
Gambar 5. 8 Profil Instagram PSI.....	66
Gambar 5. 9 Profil Facebook PSI	67
Gambar 5. 10 Profil Twitter PSI	68
Gambar 5. 11 Profil akun Youtube PSI	69
Gambar 5. 12 Konten Video/ Series yang dibuat PSI.....	70
Gambar 5. 13 Konten Visual/ gambar ilustrasi dari PSI.....	71
Gambar 5. 14 Raja Juli Antoni menjadi pembicara di Mata Najwa Trans7	74
Gambar 5. 15 Iklan Politik PSI	75
Gambar 5. 16 Dukungan Prof. Mochtar untuk PSI.....	79
Gambar 5. 17 Ernest Prakasa dan Hanung Bramantyo memberikan dukungan kepada PSI.....	80
Gambar 5. 18 Tretan Muslim dan Coki Pardede mendukung PSI.....	81