



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

## ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

### TITLE

STRATEGI POLITICAL MARKETING PARTAI NASDEM DAN PARTAI RNPERSATUAN PEMBANGUNAN MENUJU PEMILIHAN UMUM 2014RN(STUDI TERHADAP STRATEGI PEMENANGAN DPW PARTAI NASDEM ACEH DANRNDPW PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN ACEH)

### ABSTRACT

i

#### ABSTRAK

M. AKMAL FARRAZ STRATEGI POLITICAL MARKETING PARTAI  
NASDEM DAN PARTAI PERSATUAN  
PEMBANGUNAN MENUJU PEMILIHAN

UMUM 2014 (Studi Terhadap Strategi  
Pemenangan DPW Partai NasDem Aceh dan DPW  
Partai Persatuan Pembangunan Aceh)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Syiah Kuala (xii,100), pp, tabl, bibl, app

(DR. Taqwaddin, SH, SE., M.Si dan DR. Hamdani M. Syam, S.Ag., MA)

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi political marketing dan juga faktor pendukung dan kendala yang dihadapi oleh kedua partai politik ini dalam memasarkan produk politik untuk memenangkan pemilu legislatif 2014.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori Less Marshment. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data yang didapatkan melalui wawancara langsung, observasi lapangan dan dokumentasi partai politik. Dalam menguji keabsahan data digunakan triangulasi sumber untuk membandingkan dan mengecek informasi antar informan.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam memasarkan produk politik, DPW Partai NasDem Aceh lebih menggunakan Pull Marketing dan DPW PPP Aceh menggunakan Pass Marketing dalam menghadapi pemilu 2014. Faktor pendukung di DPW Partai NasDem Aceh adalah calon legislatif yang berkompeten, dukungan keuangan, sumber daya manusia di pengurus, dan sikap pengorbanan dari para kader. Sedangkan faktor kendala DPW Partai NasDem Aceh ialah minimnya ketokohan di tingkat pengurus, belum solid di tingkat elit pengurus, sistem kaderisasi yang belum berjalan dan organisasi sayap partai yang belum maksimal bekerja. Sedangkan faktor pendukung DPW PPP Aceh adalah suasana yang lebih kondusif dari pemilu 2009 dan meningkatnya persentase caleg berusia muda dan kaum perempuan. Faktor kendalanya ialah regenerasi pengurus dan kader yang lambat, sumber daya manusia yang minim, keuangan yang terbatas dan basis massa yang sama dengan Partai Aceh.

Melihat kondisi kedepan, DPW Partai NasDem Aceh harus mengintensifkan program-program dialogis untuk memberikan pendidikan politik dan pemahaman masyarakat terhadap hal yang diperjuangkan. Sedangkan DPW PPP Aceh perlu memperbaharui cara berkampanye dengan memanfaatkan media sosial dan peningkatan sumber daya manusia di kalangan pengurus.

2015

Kata Kunci: Political Marketing, Partai Politik, Pemilu