

**STRATEGI *POSITIONING* PARTAI GERAKAN INDONESIA
RAYA (GERINDRA) DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
DALAM MENJARING PEMILIH PADA PEMILU 2009**

*(Strategy of Positioning Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) party in Built of
Brand Image in catchthe voter at PEMILU 2009)*

SKRIPSI

Disusun Oleh ;

Anindita Prihastianti (200505300054)

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 10 Desember 2009
Tempat : Ruang Hibah
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si

Penguji I

Penguji II

Aswad Ishak, SIP

Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah Satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal, 10 Desember 2009

Fajar Iqbal, S.Sos., M. Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Thank's to

1. Terima kasih kepada Allah SWT. Terima kasih karena sudah mengabulkan permintaan amin yang satu ini. Hanya karena ridho dan restuMulah Amin bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Terima kasih bapak, ibu, dan adikku "Icha". Skripsi ini aku persembahkan untuk kalian. Terima kasih atas dukungan dan doa-doanya. Ibu, kalo bukan karena "kuliah pagi" ibu mungkin amin gak bisa menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan target. Walaupun agak mundur sedikit sey, hehehe...! Bapak, terima kasih atas semua dukungan dan doa-doanya. Icha, terima kasih atas dukungan, ejekan serta doa-doanya. Karena ejekan-ejekan di facebook itulah aku bisa semangat untuk maju dan menyelesaikan skripsi ini. Liat cha, kamu juga bakal ngrasain koq apa yang mbak rasain. Penderitaan sebagai mahasiswa yang ngerjain skripsi. Derita orang ngerjain skripsi gak tenang ngapa-ngapain. Hahaha.....!
3. Keluarga besar KRIT. Suryodipuro. Terima kasih atas doa dan dukungannya. Eyang Sur terima kasih doanya. Dhe Tining, mas Ageng, mbak Tita, mas Ndaru n Winda, terima kasih udah mau menampung amin n menjadi teman amin selama di Jakarta. Mas agenk, sorry ya kamu jadi supir n anter aku ke Gerindra. Hehehe! Andra n finda, jangan nakal n galak ya ma mamah uun. Sekali lagi terima kasih atas semua doa dan dukungannya. Semoga tali persaudaraan kita abadi selamanya.
4. Buat maz Romy yang jauh disana, terima kasih atas semua dukungan n doanya selama ini. Maafin amin karena pernah buat kamu kecewa...semoga qta mendapatkan semua yang terbaik

yach.... semoga sukses buat kamu n jangan pernah menyerah n takut untuk mendapatkan cinta yang kamu cari.

5. Keluarga Bpk. Lela Widagdo. Terima kasih untuk ibu Lela karena telah membukakan jalan ke Gerindra. Kalo bukan karen ibu, mungkin Anin gak bisa ke Jakarta n ke Gerindra.
6. Sakti, didi, puput, n sinta. You're my best friends !!! Thanks atas semua dukungan dan doanya.kalian beri, itu semua membuat aku menjadi orang yang lebih baik. Thanks juga atas semua saran dan kritik yang Kita senasib dalam mengerjakan skripsi. Chayo !!!!!
7. Dinda, arsi, n Ganis. You're my best friends too!! Arsi n Ganis selamat ya kalian udah wisuda duluan. Aku iri liat kalian wisuda duluan. Tapi dengan itu aq bisa semangat lagi buat ngerjain skripsi dan menyelesaikannya. Aku berharap kalian dapatkan yang terbaik. Go PRIERPHOGE!!
8. Mbak fika, mas Sonny, mas Deki, Hamdi, Rindu, Nina, Aphin, mbak Nisa, mas Nova,mas Tsamani, mbak ruly, si kecil Vito, mbak Intan, nia n tami "upin ipin", mbak Novi, maz Andi Qisay, mas Ikshan "Echol", Rani, Ami, Deny, mas Erwan, mas Agus "Coy", mas Ghani, mas Haris, mbak Lancy, n semua anak-anak DC UMY. Senang bisa kenal kalian dan pernah menjadi bagian dari diri kalian. Jangan pernah menyerah, tetep semangat, n teruslah berjuang untuk DC UMY. Viva....viva....viva..... Go DC UMY !!!!!
9. Arif, Isha "papi", Hanz, Reza " Tedjo", Ridho, Doni, mas Yono n keluarga, Yumis, ita, Latiffa "gagat", vita, widi, tutik, tka "tince", temen2 pengawas ujian, temen2 KKN, temen2 nimbuz cinta_jokjakarta, om Chandra, Om Wik, Tante In, temen2 komunikasi 05 kelas A, n semua pihak

yang *gak* bisa aku sebutin satu-persatu. Terima kasih atas semua dukungan, doa, n masukannya.

Terima kasih buat semangat yang kalian beri untuk aku. Senang banget bisa kenal dengan kalian.

10. Yang terakhir, terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun harus melewati berbagai rintangan yang meyertainya, namun akhirnya dapat terselesaikan juga.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan batas kemampuan yang dimiliki.

1. Allah SWT untuk segala keajaiban dan kemudahan yang elah diberikan-Nya kepada penulis.
2. Bapak Fajar Iqbal, S. Sos., M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Tri Hastuti Nur R S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing pertama, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas nasehat yang diberikan.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan banyak masukan dan pengarahan dalam menyusun skrpsi ini.
5. Bapak Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji isi skripsi penulis dan terima kasih atas semua masukannya.
6. Semua dosen Komunikasi UMY, terima kasih atas semua ilmu yang kalian berikan kepada penulis. Semoga ilmu yang kalian berikan dapat bermanfaat dalam kehidupan mendatang.

7. Teman-teman IK 05 kelas A terima kasi atas canda tawa, aq akan selalu mengingatnya.
Sukses buat kalian semua.
8. Sahabat-sahabatku terima kasih banyak.

Kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

Wassalamuailaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 Desember 2009

Anindita Prihastianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I. Latar Belakang Masalah	1
II. Rumusan Masalah	5
III. Tujuan Penelitian	5
IV. Manfaat Penelitian	5
V. Kerangka Teori	6
VI. Metode dan Jenis Penelitian	31
a. Jenis Penelitian	31
b. Metode Penelitian	32
c. Teknik Pengumpulan Data	33
d. Teknik Analisis Data	35
VII. Sistematika Penulisan	37

BAB II GAMBARAN OBYEK PENELITIAN	
I. Sejarah Berdirinya	38
II. Tujuan Berdiri	38
III. Visi dan Misi	39
IV. Prinsip Dasar Partai Gerindra	40
V. Pokok-pokok Perjuangan	42
VI. Gambar, Detail dan Makna Lambang Partai	54
VII. Susunan Organisasi Partai Gerindra	56
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. HASIL PENELITIAN DAN PENYAJIAN DATA	57
1. <i>Positioning</i> partai Gerindra	57
2. Langkah-langkah partai Gerindra dalam menentukan <i>positioning</i>	63
a. Pesaing partai	64
b. Trend di masyarakat	67
c. Internal dan eksternal partai	68
d. Segmentasi	73
e. Targeting	76
3. Implementasi strategi <i>positioning</i> partai Gerindra	78
a. <i>Positioning</i> berdasarkan 8 program Aksi	79
b. <i>Positioning</i> berdasarkan atribut yang dimiliki	82
c. <i>Positioning</i> berdasarkan iklan dan slogan	83
d. <i>Positioning</i> berdasarkan agenda partai	84
4. Mengkomunikasikan <i>positioning</i>	86
B. ANALISIS TERHADAP TEMUAN DATA	102

1. Proses pembentukan <i>positioning</i> partai Gerindra	102
2. Implementasi strategi <i>positioning</i> partai Gerindra	111
3. Upaya dalam mengkomunikasikan <i>positioning</i>	119
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	127
B. Saran	130

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis Pesaing Politik	66
Tabel 3.2 Faktor Internal Partai Gerindra	71
Tabel 3.3 Memori terhadap iklan partai politik di TV	72
Tabel 3.4 Faktor Eksternal Partai Gerindra	73
Tabel 3.5 Segmentasi Geografis	75
Tabel 3.6 Segmentasi Demografis	76
Tabel 3.7 Agenda Partai Gerindra	84
Tabel 3.8 Iklan Media Elektronik	96
Tabel 3.9 Contoh seminar dengan partai Gerindra sebagai fasilitator	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Lambang Partai Gerindra	54
Gambar 1.2 Contoh mug, kaos dan stiker	98
Gambar 1.3 Website Partai Gerindra	102

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Segmentasi dan <i>positioning</i> politik	17
Bagan 1.2 Susunan Organisasi Pimpinan Pusat Partai Gerindra	56

ABSTRAKSI

Universitas Muhammdiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Anindita Prihastianti

Strategi *Positioning* Partai Gerindra Dalam Membangun *Brand Image* Dalam Menjaring Pemilih Pada Pemilu 2009

Tahun Skripsi : 2009.xvi +131 hal + 2 bagan + 9 tabel + 3 gambar

Daftar Kepustakaan : 14 buku + 4 majalah + 10 sumber online

Studi ini berusaha menganalisa strategi *positioning* partai Gerindra dalam membangun *brand image* dalam menjaring pemilih pada Pemilu 2009. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui langkah-langkah *positioning* apa saja yang telah dilakukan oleh partai Gerindra dalam membangun *brand image* pemilih. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa *positioning* merupakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh partai Gerindra untuk membangun citra partai dan hal-hal yang ingin ditawarkan kepada calon pemilih untuk memperoleh posisi yang jelas dan mengandung arti dalam benak calon pemilih. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif bertipe studi kasus. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi *positioning* yang dilakukan oleh partai Gerindra dalam membangun *brand image* dikatakan berhasil karena data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa memori terhadap partai Gerindra tertinggi yaitu sebesar 51% pada bulan November 2008. Keberhasilan partai Gerindra dalam membangun *brand image* dari calon pemilih juga tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukung terlaksananya strategi *positioning* dengan pemanfaatan variable pemasaran (*political marketing*) dan komunikasi, diantaranya dengan melakukan kegiatan *advertising* di media-media massa, hubungan masyarakat dan media online.