

## ABSTRAK

**Aris Wijaya. Nim 3163111005. Marketing Politik Gerakan Milenial Indonesia (GMI) Dalam Usaha Memenangkan Prabowo Subianto - Sandiaga Salahudin Uno Pada Pemilu Presiden 2019 (Studi Kasus: Gerakan Milenial Indonesia Kota Binjai). Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Medan.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui marketing politik Gerakan Milenial Indonesia Kota Binjai) dalam usaha memenangkan Prabowo-Sandi pada pemilu presiden 2019 dengan acuan indikator *marketing* politik, yakni: Produk (*product*), biaya (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni deskriptif kualitatif. Penelitian diharapkan mampu untuk menambah khasanah keilmuan dari peneliti dan juga bagi pengguna lainnya untuk mendorong penelitian yang relevan selanjutnya. Penelitian ini akan dilakukan di sekretariat GMI Kota Binjai yang berada di kecamatan Binjai Selatan. Teknik Penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi dengan partisipan ketua dari Gerakan Milenial Indonesia yang akan di dorong dengan mewawancarai beberapa partisipan lainnya yang relevan baik itu dari Sekretaris dan bendahara GMI Kota Binjai, dan juga 5 masyarakat Kota Binjai. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa marketing politik yang digunakan Gerakan Milenial Indonesia Kota Binjai dalam usaha memenangkan Prabowo dan Sandiaga Uno pada pemilu presiden 2019 mengacu pada 4 indikator yakni produk (*product*) yang didukung oleh organisasi ini adalah calon presiden dan wakil presiden no urut 2 namun lebih dominan untuk menonjolkan sisi calon wakil presiden Sandiaga Uno karena dianggap mewakili milenial, untuk indikator harga (*price*) organisasi ini lebih mengedepankan keuangan yang bersumber dari pribadi pengurus dan menciptakan pemasukan berdasarkan usaha organisasi, untuk indikator tempat (*place*) Gerakan Milenial Indonesia kota Binjai melakukan kampanye di seluruh kecamatan seperti melakukan donor darah di lapangan merdeka kota Binjai kecamatan Binjai Barat, Senam Pagi di Binjai Timur, bagi bagi sembako di Binjai Selatan dan diskusi di Binjai Utara, untuk indikator promosi (*promotion*) Gerakan Milenial Indonesia Kota Binjai melakukan promosi melalui dua cara yakni melalui media sosial dan *door to door* atau turun langsung ke masyarakat, Gerakan Milenial Indonesia Kota Binjai mengkonsep kegiatan semenarik mungkin agar kegiatan tersebut ramai dan diminati oleh milenial, seperti mendaki puncak gunung bersama anak muda Kota Binjai, melakukan olahraga di *car free day* namun memiliki makna bahwasannya keberadaan mereka merupakan bentuk kampanye dari pasangan calon no urut 2.

(Kata Kunci: Marketing Politik :Price, Product, Place, Promotion. Gerakan Milenial Indonesia,)