

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Identifikasi Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Akademis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
BAB 2	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Komunikasi	12
2.2.1 Komunikasi Politik	13
2.3 Public Relations.....	13

2.3.1	Definisi Public Relations	14
2.3.2	PR Pemerintahan.....	17
2.4	Citra Politik	21
2.4.1	Personal Image	22
2.4.2	Personal Branding	23
2.5	Media Sosial	27
2.5.1	Facebook	30
2.6	Konstruksi Realitas	32
2.7	Semiotika.....	34
2.8	Semiotika M.A.K Halliday.....	36
2.9	Pasar Politik.....	37
BAB 3	41
METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1	Paradigma Penelitian.....	41
3.2	Tipe Penelitian.....	42
3.3	Metode Penelitian.....	44
3.4	Objek Penelitian	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1	Data Primer	45
3.5.2	Data Sekunder	45
3.6	Teknik Analisis Data.....	46
BAB 4	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1	Biografi Ganjar Pranowo	48
4.2	Hasil Penelitian	51
4.3	Pembahasan	67
BAB 5		72
KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
5.2.1	Saran Akademis	73
5.2.2	Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		76

