

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah .....	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	13
1.4.2. Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
2.2. Kajian Teori.....	26
2.2.1 Komunikasi Politik .....	26
2.2.2 <i>Brand Awareness</i> (Merek Kesadaran) .....	32
2.2.3 Partisipasi Politik dan Pemilih Pemula .....	35
2.3. Kerangka Pemikiran .....	40
2.3.1 Konsep Penerapan .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	45
3.2. Paradigma Penelitian .....	46
3.3. Metode Penelitian .....	48
3.4. <i>Key Informant</i> (Kunci Informasi) .....	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.6. Teknik Analisa Data .....	55
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
4.1.1. Piagam Perjuangan.....	59
4.1.2. Lambang PDI-Perjuangan .....	62
4.1.3. Visi dan Misi PDI-Perjuangan.....	63
4.1.4. Susunan Pengurus PDI-Perjuangan .....	67
4.2. Hasil Penelitian .....	68
4.2.1. Penerapan Analisis <i>Situation</i> dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Pemilih Pemula .....	68

4.2.2. Penerapan <i>Object</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik .....	72
4.2.3. Penerapan <i>Strategy</i> pada Komunikasi Pemasaran Politik .....	75
4.2.4. Penerapan <i>Tactics</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik .....	77
4.2.5. Penerapan <i>Action</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik .....	80
4.2.6. Penerapan <i>Control</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik .....	84
4.3. Pembahasan .....	86
4.3.1. Penerapan Analisa <i>Situation</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik.....	90
4.3.2. Penerapan Analisa <i>Object</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik.....	94
4.3.3. Penerapan Analisa <i>Strategy</i> pada Komunikasi Pemasaran Politik .....	96
4.3.4. Penerapan Analisa <i>Tactics</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik.....	99
4.3.5. Penerapan Analisa <i>Action</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik.....	105
4.3.6. Penerapan Analisa <i>Control</i> pada Strategi Komunikasi Pemasaran Politik.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	111
5.2. Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	118
<b>LAMPIRAN</b> .....	121