

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Akademis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
1.5. Tinjauan Pustaka.....	12
1.5.1. Studi Terdahulu.....	12
1.5.2. Model Komunikasi Laswell.....	15
1.5.3. Definisi Pemasaran Politik.....	16
1.5.4. Identitas Kepemudaan.....	20
1.5.5. Praktik dan Manfaat Pemasaran Politik	23
1.5.6. Strategi Pemasaran Politik	25
1.5.6.1. Strategi Pemasaran Politik <i>Product Oriented Party</i> dan <i>Sales Oriented Party</i> oleh Lees-Marshment (2001).....	26
1.5.7. <i>Positioning</i> Partai.....	32
1.6. Metodologi Penelitian.....	33
1.6.1. Pendekatan dan Metode Penelitian	33

1.6.2. Tipe Penelitian	34
1.6.3. Informan Penelitian.....	34
1.6.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1.6.5. Teknik Analisis Data.....	36
BAB II	38
2.1. Partai Solidaritas Indonesia.....	38
2.2. Partai Solidaritas Indonesia dan Media.....	43
2.2.1. PSI dan Media Sosial	43
2.2.2. PSI dan Media Massa.....	47
BAB III.....	49
3.1 ‘ <i>Product Design</i> ’ Kepemudaan Partai Solidaritas Indonesia.....	51
3.1.1 Landasan Ideologi PSI	53
3.1.2 Penggunaan Tokoh-Tokoh Pemuda	57
3.1.3 Atribut-Atribut yang digunakan PSI	64
3.1.4 Target Elektoral PSI.....	68
3.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Politik PSI.....	74
3.2.1 Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial	78
3.2.2. Tampilnya PSI di Televisi.....	91
3.2.3 Festival 11 dan <i>Solidarity Tour</i> PSI.....	99
3.2.4 Strategi Militer “Menyerang” PSI.....	103
3.2.5 Program Khusus PSI Bagi Pemuda Serta Strategi Komunikasi Caleg	108
3.3 Hasil Terhadap Komunikasi Pemasaran Politik PSI.....	112
3.3.1 Peningkatan <i>Awareness</i>	113
3.3.2 Penolakan Terhadap Pemasaran Politik PSI	116
3.3.3 Peningkatan Elektabilitas	118
BAB IV	121
4.1 Kesimpulan	121
4.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	131
BERITA ACARA REVISI	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1.1 Konseptualisasi Pemasaran Komersial dan Politik dari Mareek	18
2.1 Dewan Pimpinan Pusat PSI #1	39
2.2 Dewan Pimpinan Pusat PSI #2	39
2.3 Dewan Pimpinan Pusat PSI #3	39
2.4 Laman <i>YouTube</i> PSI	43
2.5 Beragam <i>playlist</i> dalam laman <i>YouTube</i> PSI	43
2.6 Akun <i>Instagram</i> PSI beserta kontennya	44
2.7 Laman <i>Twitter</i> PSI	45
2.8 Laman <i>Facebook</i> PSI	46
2.9 Sekjen PSI dalam acara <i>Indonesian Lawyers Club</i> di TV One	47
2.10 Ketua DPP PSI Tsamara Amany dalam program Dua Arah Kompas TV	47
3.1 Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Institusi Demokrasi atau Penegak Hukum	51
3.2 Produk Premium yang dijual di tokosolidaritas.com	64
3.3 Politisi PSI, Dedek Prayudi, Menggunakan 'Bomber' PSI saat Tampil di acara televisi	66
3.4 Salah Satu Gambar Baliho PSI dengan kaos dan jaket <i>bomber</i> PSI	66
3.5 Kesulitan yang dirasakan Kaum Muda	69
3.6 Perilaku Media Sosial Dikalangan Pemuda	77
3.7 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia	78
3.8 Episode pertama dari serial 'Bersih-Bersih DPR' PSI	83
3.9 Video Syarikat Syaiton Indonesia	85
3.10 Video Pertama Pojok Suami Istri	86
3.11 Video Otak Atik PSI	87
3.12 Wawancara Bakal Caleg PSI	88
3.13 Pernyataan Pidato Akhir Tahun Grace Natalie	89
3.14 Media yang diakses milenial di Indonesia	90
3.15 Pemilik Stasiun Televisi Nasional Indonesia	92
3.16 Kader PSI, Dini Purwono dalam Dua Arah Kompas TV	96
3.17 Kader PSI, Rian Ernest di Special Report iNews	96
3.18 Pertunjukan <i>Break Dance</i> dan DJ dalam Festival 11 PSI	98
3.19 Iklan <i>Solidarity Tour</i> Jawa Barat	99
3.20 Sikap PSI Menolak Poligami dalam Festival 11 PSI	100
3.21 Perang <i>Tweet</i> antara Tsamara Amany dan Fahri Hamzah	102
3.22 Addie MS Mendukung Tsamara Amany	103
3.24 Dara Adinda, Raja Juli Antoni dan Tsamara Amany mempublikasikan piala dan sertifikat 'Kebohongan Award' kepada Sandiaga Uno, Prabowo Subianto dan Andi Arief.	104
3.25 Tingkat Popularitas Partai Politik	112
3.26 <i>Awareness</i> Pemuda Terhadap partai Politik di Indonesia	113

DAFTAR TABEL

Tabel/Bagan	Hal
Tabel 1.1 Studi Terdahulu	12
Bagan 1.1 Langkah Pemetaan Pasar	27