

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya. Sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan Judul “TINGKAT KESADARAN PARA PEMILIH PEMULA DI JAKARTA TERHADAP KEGIATAN *POLITICAL BRANDING* PARTAI NASDEM DALAM PERSIAPAN PEMILU 2014” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian prasyarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis Menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Dr. phil. Deborah Nauli Simorangkir, B.A, M.S., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 3) Prida Ariani Ambar Astuti, S.Sos. M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Peneliti.

- 4) Semua dosen yang telah mengajar Penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan Staf Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu Peneliti dalam kegiatan administratif.
- 5) Papa, Mama dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
- 6) Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada Peneliti.
- 7) Staf Karyawan perpustakaan yang banyak membantu Peneliti hingga lulus kuliah.
- 8) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 31 Juli 2012

Christiana Wijaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Identifikasi Masalah.....	6
I.3. Rumusan Masalah.....	8
I.4. Tujuan Penelitian.....	8
I.5. Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1. Kegunaan Akademis.....	8
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	9
I.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II OBJEK PENELITIAN	
2.1 Sejarah Partai Politik.....	14

2.2	Visi Misi Partai NasDem.....	16
2.2.1	Visi Partai NasDem.....	16
2.2.2	Misi Partai NasDem.....	16
2.3	Lambang Partai NasDem.....	17
2.4	Slogan Partai NasDem.....	17
2.5	Kegiatan <i>Polical Branding</i> Partai NasDem.....	21
BAB III TINJAUAN PUSAKA		
3.1	Komunikasi sebagai Kegiatan untuk Menyampaikan Pesan Kepada Audiens.....	28
3.2	Merek Sebagai Upaya Identifikasi dan Pembeda dengan Pesaing	31
3.2.1	Manfaat Merek.....	32
3.3	<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) Merupakan Tahap Awal Pembentukan Merek.....	33
3.3.1	<i>Brand Awareness</i> Termasuk Salah Satu Faktor Pembentuk Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	38
3.4	Pembentukan Merek Partai Politik (<i>Political Branding</i>).....	39
3.5	Citra dan Pencitraan Merupakan Tujuan Utama di dalam Komunikasi Pemasarana Politik dan <i>Political Branding</i>	41
3.6	Identitas Organisasi, Merek, dan Citra Dalam Membangun Reputasi.....	43
3.7	Kerangka Berpikir.....	47
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN		
4.1	Metode Operasionalisasi Konsep.....	48
4.2	Metode Penelitian.....	54

4.3 Populasi dan Sampling.....	56
4.3.1 Populasi.....	56
4.3.2 Sampling.....	57
4.4 Metode Pengumpulan Data.....	61
4.5 Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	62
4.5.1 Reliabilitas.....	62
4.5.2 Validitas.....	62
4.5.3 Kriteria Interpretasi Skor Tingkat Kesadaran.....	64
4.6 Teknik Analisis Data.....	65
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	67
5.2 Hasil Penelitian.....	68
5.2.1 Profil Responden.....	68
5.2.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	69
5.2.1.2 Usia Responden.....	69
5.2.1.3 Biaya Yang Dikeluarkan Responden Dalam Satu Bulan.....	70
5.2.1.4 Jenis Media Yang Paling Sering Digunakan Responden.....	70
5.2.2 <i>Brand Element</i>	70
5.2.2.1 Responden Mengetahui Partai NasDem.....	71
5.2.2.2 Responden Pernah Melihat Lambang NasDem.....	71
5.2.2.3 Responden Pernah Melihat Slogan NasDem.....	72
5.2.2.4 Responden Mengetahui Alamat Website Partai NasDem.....	72

5.2.2.5 Responden Mengetahui Jingle Partai NasDem.....	72
5.2.2.6 Responden Mengetahui Seragam Partai NasDem.....	73
5.2.3 Hasil Penelitian Menurut <i>Brand Awareness</i> (Tingkat Kesadaran).....	73
5.2.3.1 <i>Brand Recognition</i>	73
5.2.3.1.1 Partai NasDem Merupakan Partai Pendetang Baru Dalam Persiapan Pemilu 2014.....	74
5.2.3.1.2 Partai NasDem Dahulu Adalah Sebuah Organisasi Sosial Sebelum Bertransformasi Menjadi Partai Politik.....	74
5.2.3.1.3 Arti Kata Nasional Demokrat Adalah Sekelompok Pengikut Paham Demokrasi dan Bersifat Kebangsaan.....	75
5.2.3.1.4 Partai NasDem Adalah Partai Politik yang Bertujuan untuk Menggalang Kesadaran dan Kekuatan Masyarakat untuk Melakukan Gerakan Perubahan untuk Restorasi Indonesia.....	76
5.2.3.1.5 Lambang Partai NasDem Adalah Rotasi Biru Dibalut Warna Jingga Bergestur Memeluk.....	76
5.2.3.1.6 Slogan Partai NasDem Adalah “Gerakan Perubahan Untuk Restorasi Indonesia”.....	77
5.2.3.1.7 Dengan Slogan “Gerakan Perubahan Untuk Restorasi Indonesia” Partai NasDem Mengajak Masyarakat Indonesia Untuk Melakukan Perubahan.....	78
5.2.3.1.8 Ada Empat Kata Kunci Dalam Rumusan Restorasi Indonesia Yaitu Memperbaiki, Mengembalikan, Memulihkan, dan Mencerahkan.....	78
5.2.3.1.9 Alamat Website Partai NasDem adalah www.partainasdem.org	79
5.2.3.1.10 Hyme dan Mars Partai NasDem Liriknya Berisi Ajakan Untuk Melakukan Perubahan Bagi Indonesia.....	79

5.2.3.1.11 Seragam Partai NasDem adalah Kemeja Warna Biru Bercorak Jingga.....	80
5.2.3.1.12 Target Utama dari Partai NasDem adalah Pemilih Pemula (17-21tahun).....	80
5.2.3.1.13 Partai NasDem Dikenal Melalui Iklan Dengan Pesannya Melakukan Perubahan Untuk Indonesia.....	81
5.2.3.1.14 Partai NasDem Menunjukkan Eksistensi Partainya dengan Menggunakan Media Sosial.....	81
5.2.3.1.15 Badan Advokasi Hukum, Garda Pemuda, dan Liga Mahasiswa Merupakan Pendukung Kegiatan <i>Political Branding</i> Partai NasDem.....	82
5.2.3.2 <i>Brand Recall</i>	82
5.2.3.2.1 Ketika Mendengar “Nasional Demokrat” Teringat Partai NasDem.....	83
5.2.3.2.2 Ketika Melihat Gambar Rotasi Biru Dibalut Warna Jingga Bergesur Memeluk Teringat Partai NasDem.....	83
5.2.3.2.3 Ketika Mendengar “Restorasi Indonesia” Teringat Partai NasDem.....	84
5.2.3.2.4 Ketika Mendengar Memperbaiki, Mengembalikan, Memulihkan dan Mencerahkan Indonesia Teringat NasDem.....	84
5.2.3.2.5 Ketika Mendengar Hymne dan Mars dengan Lirik Mengajak Masyarakat Indonesia Untuk Melakukan Perubahan Teringat Partai NasDem.....	85
5.2.3.2.6 Ketika Melihat Seragam Berwarna Biru dan Bercorak Jingga Teringat Partai NasDem.....	85
5.2.3.2.7 Ketika Mengetahui Adanya Badan Bantuan Hukum Gratis Teringat Badan Advokasi Hukum NasDem.....	86
5.2.3.2.8 Ketika Mengetahui Adanya Gerakan Pemuda Indonesia Teringat Garda Pemuda NasDem.....	86
5.2.3.2.9 Ketika Mengetahui Organisasi Mahasiswa Yang Memberikan Ruang Pendidikan Berpolitik	

Teringat Liga Mahasiswa NasDem.....	87
5.2.3.3. <i>Top of Mind</i>	87
5.2.3.3.1 Partai Politik Yang Langsung Terlintas di Benak Responden.....	88
5.2.3.3.2 Yang Terlintas di Benak Responden Ketika Memikirkan Partai NasDem.....	88
5.2.3.3.3 Responden Akan Memilih Partai NasDem Pada Pemilu 2014.....	89
5.3. Pembahasan.....	89
5.3.1 Responden Hanya Mengetahui Nama Generik dan Simbolnya.....	89
5.3.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) Merupakan Tahap Awal Pembentukan Merek.....	91
5.3.2.1 Hasil Perhitungan Total Skor Pada Tahapan <i>Brand Recognition</i>	91
5.3.2.2 Hasil Perhitungan Total Skor Pada Tahapan <i>Brand Recall</i>	94
5.3.2.3 Hasil Perhitungan Total Skor Pada Tahapan <i>Top of Mind</i>	96
5.3.3 Tingkat Kesadaran Para Pemilih Pemula di Jakarta Terhadap Kegiatan <i>Political Branding</i> Partai NasDem.....	97
5.3.4 Tingkat Kesadaran Para Pemilih Pemula Terhadap Partai NasDem Merupakan Hasil dari Proses Komunikasi.....	99
5.3.5 Citra yang Baik Tergantung Awal Sebuah Merek Politik Dikenalkan.....	102
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	110
6.2. Saran	112

DAFTAR PUSAKA..... 114

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE



DAFTAR GAMBAR

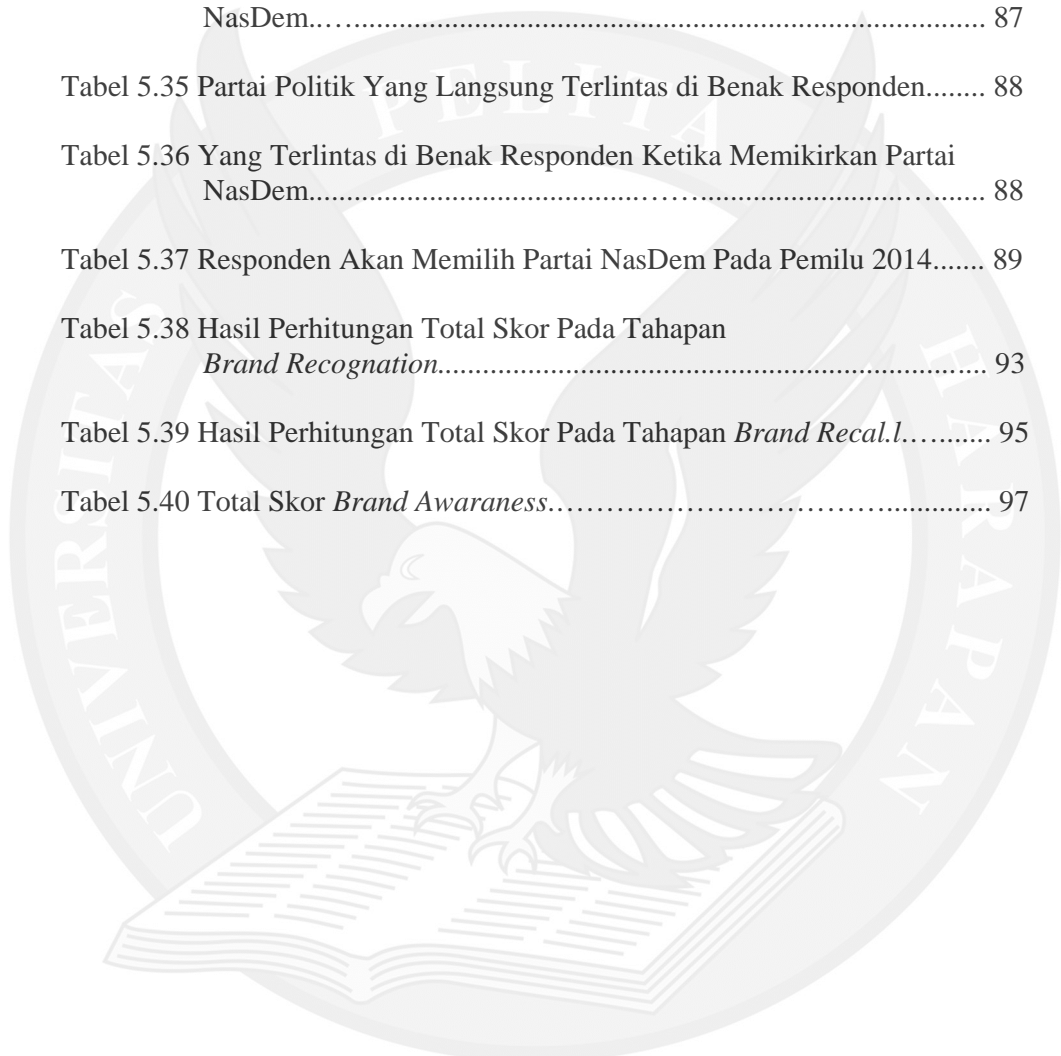
Gambar 2.1 Lambang Partai NasDem	17
Gambar 2.2 Iklan Indonesia Baru Partai NasDem.....	22
Gambar 2.3 Iklan Hymne Partai NasDem	23
Gambar 2.4 Iklan Mars Partai NasDem	23
Gambar 2.5 Iklan Garda Pemuda Partai NasDem.....	24
Gambar 2.6 Iklan Badan Advokasi Hukum Partai NasDem.....	24
Gambar 2.7 Iklan Wanita Indonesia Partai NasDem.....	25
Gambar 2.8 Iklan Imlek 2012 Partai NasDem.....	25
Gambar 3.1 Bagan <i>How Brand Communication Work</i>	29
Gambar 3.2 Diagram Piramida Brand Awareness	34
Gambar 3.3 Kerangka Reputasi Organisasi.....	45
Gambar 3.4 Kerangka Berpikir.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Jenis Kelamin.....	69
Tabel 5.2 Usia Responden.....	69
Tabel 5.3 Biaya Yang Dikeluarkan Responden Dalam Satu Bulan.....	70
Tabel 5.4 Jenis Media Yang Paling Sering Digunakan Responden.....	70
Tabel 5.5 Responden Mengetahui Partai NasDem.....	71
Tabel 5.6 Responden Pernah Melihat Lambang NasDem.....	71
Tabel 5.7 Responden Pernah Melihat Slogan NasDem.....	72
Tabel 5.8 Responden Mengetahui Alamat Website Partai NasDem.....	72
Tabel 5.9 Responden Mengetahui Jingle Partai NasDem.....	72
Tabel 5.10 Responden Mengetahui Seragam Partai NasDem.....	73
Tabel 5.11 Partai NasDem Merupakan Partai Pendatang Baru Dalam Persiapan Pemilu 2014.....	74
Tabel 5.12 Partai NasDem Dahulu Adalah Sebuah Organisasi Sosial Sebelum Bertransformasi Menjadi Partai Politik.....	74
Tabel 5.13 Arti Kata Nasional Demokrat Adalah Sekelompok Pengikut Paham Demokrasi dan Bersifat Kebangsaan.....	75
Tabel 5.14 Partai NasDem Adalah Partai Politik yang Bertujuan Untuk Menggalang Kesadaran dan Kekuatan Masyarakat untuk Melakukan Gerakan Perubahan untuk Restorasi Indonesia.....	76
Tabel 5.15 Lambang Partai NasDem Adalah Rotasi Biru Dibalut Warna Jingga Bergestur Memeluk.....	76
Tabel 5.16 Slogan Partai NasDem Adalah “Gerakan Perubahan Untuk Restorasi Indonesia”.....	77
Tabel 5.17 Dengan Slogan “Gerakan Perubahan Untuk Restorasi Indonesia” Partai NasDem Mengajak Masyarakat Indonesia Untuk Melakukan Perubahan.....	78

Tabel 5.18 Ada Empat Kata Kunci Dalam Rumusan Restorasi Indonesia Yaitu Memperbaiki, Mengembalikan, Memulihkan, dan Mencerahkan.....	78
Tabel 5.19 Alamat Website Partai NasDem adalah www.partainasdem.org	79
Tabel 5.20 Hyme dan Mars Partai NasDem Lirikya Berisi Ajakan Untuk Melakukan Perubahan Bagi Indonesia.....	79
Tabel 5.21 Seragam Partai NasDem adalah Kemeja Warna Biru Bercorak Jingga.....	80
Tabel 5.22 Target Utama dari Partai NasDem adalah Pemilih Pemuda (17-21 tahun).....	80
Tabel 5.23 Partai NasDem Dikenal Melalui Iklan Dengan Pesannya Melakukan Perubahan Untuk Indonesia.....	81
Tabel 5.24 Partai NasDem Menunjukkan Eksistensi Partainya dengan Menggunakan Media Sosial.....	81
Tabel 5.25 Badan Advokasi Hukum, Garda Pemuda, dan Liga Mahasiswa Merupakan Pendukung Kegiatan <i>Political Branding</i> Partai NasDem	82
Tabel 5.26 Ketika Mendengar “Nasional Demokrat” Teringat Partai NasDem	83
Tabel 5.27 Ketika Melihat Gambar Rotasi Biru Dibalut Warna Jingga Bergesur Memeluk Teringat Partai NasDem.....	83
Tabel 5.28 Ketika Mendengar “Restorasi Indonesia” Teringat Partai NasDem.....	84
Tabel 5.29 Ketika Mendengar Memperbaiki, Mengembalikan, Memulihkan dan Mencerahkan Indonesia Teringat NasDem	84
Tabel 5.30 Ketika Mendengar Hymne dan Mars dengan Lirik Mengajak Masyarakat Indonesia Untuk Melakukan Perubahan Teringat Partai NasDem.....	85
Tabel 5.31 Ketika Melihat Seragam Berwarna Biru dan Bercorak Jingga Teringat Partai NasDem.....	85
Tabel 5.32 Ketika Mengetahui Adanya Badan Bantuan Hukum Gratis	

Teringat Badan Advokasi Hukum NasDem.....	86
Tabel 5.33 Ketika Mengetahui Adanya Gerakan Pemuda Indonesia Teringat Garda Pemuda NasDem.....	86
Tabel 5.34 Ketika Mengetahui Organisasi Mahasiswa Yang Memberikan Ruang Pendidikan Berpolitik Teringat Liga Mahasiswa NasDem.....	87
Tabel 5.35 Partai Politik Yang Langsung Terlintas di Benak Responden.....	88
Tabel 5.36 Yang Terlintas di Benak Responden Ketika Memikirkan Partai NasDem.....	88
Tabel 5.37 Responden Akan Memilih Partai NasDem Pada Pemilu 2014.....	89
Tabel 5.38 Hasil Perhitungan Total Skor Pada Tahapan <i>Brand Recognition</i>	93
Tabel 5.39 Hasil Perhitungan Total Skor Pada Tahapan <i>Brand Recal.l</i>	95
Tabel 5.40 Total Skor <i>Brand Awaraness</i>	97



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Surat Ijin Penelitian.....	A-1
Surat Keterangan Menelitian.....	A-2
Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir.....	A-3
Form Proposal Tugas Akhir.....	A-4
Form Pengajuan Tugas Akhir.....	A-5
Tanda Terima Laporan Kerja Praktek.....	A-6

LAMPIRAN B

SPSS Kuestioner Persepsi 100 Responden.....	B-1
Kuisisioner Penelitian.....	B-25