

DAFTAR ISI

Abstrak	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan penelitian	3
1.4 Tujuan penelitian	3
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Perilaku <i>Political Branding</i>	5
2.1.2 Perkembangan Social Networking Sites	7
2.1.3 Media Sosial TikTok	8
2.1.5 <i>Political Branding</i> melalui Media Sosial di Indonesia	10
2.2 Kerangka Pemikiran	14
BAB III	15
METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Pendekatan Penelitian	15
3.2 Teknik Pengumpulan Data	15
3.3 Teknik Analisis Data	16
BAB IV	17
PROFIL DAN KONTRIBUSI PARTAI GERINDRA DALAM KONTESTASI PEMILU DI INDONESIA	17
4.1 Sejarah Singkat dan Profil Partai Gerindra	17
4.2 Kontribusi Partai Gerindra dalam Kontestasi Pemilu di Indonesia	18
BAB V	20
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	20
5.1 Analisis <i>Political Branding</i> Partai Gerindra melalui Media Sosial TikTok pada masa Pemilu Legislatif tahun 2024	20
5.2 Penggunaan <i>New Media</i> : Analisis konten Media Sosial TikTok Partai Gerindra pada masa Pemilu Legislatif tahun 2024	21
5.3 Analisis Konten Media Sosial TikTok Partai Gerindra selama Masa Kampanye Pemilihan Umum Legislatif Republik Indonesia tahun 2024	22



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK: ANALISIS PERILAKU POLITICAL
BRANDING PARTAI**

GERINDRA MELALUI TIKTOK PADA MASA PEMILU LEGISLATIF 2024

Alexandra Esthernita, Dr. Ratminto, M.Pol.Admin.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

5.4 Hasil Pengkodean Manual Analisis Media Sosial TikTok Partai Gerindra pada masa Pemilu Legislatif 2024	51
BAB V	56
KESIMPULAN	56
DAFTAR PUSTAKA	58