

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.5.2. Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Yang Relevan.....	7
2.2. Kajian Teori	10
2.2.1. Pemilihan Umum	10
2.2.2. <i>Marketing Politik</i>	11
2.2.3. Konsep <i>Marketing Politik</i>	15
2.2.4. Gerakan Sosial	23
2.2.5. Gerakan Sosial Baru	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.1.1. Jenis Penelitian	32

3.1.2. Metode Penelitian	32
3.1.3. Lokasi Penelitian.....	33
3.2. Subjek Penelitian	33
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1. Jenis Data	36
3.4.2. Instrumen Pengumpulan Data.....	37
3.5. Teknik Analisis Dan Validitas Data	39
3.5.1. Teknik Analisis Data	39
3.5.2. Teknik Validitas Data	40
3.6. Kerangka Berfikir	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	44
4.1.1. Struktur Organisasi	44
4.1.2. Sejarah Gerakan Milenial Indonesia.....	46
4.1.3. Logo Gerakan Milenial Indonesia Kota Binjai.....	48
4.1.4. Landasan Gerakan Milenial Indonesia	48
4.1.5. Visi dan Misi Gerakan Milenial Indonesia.....	49
4.1.6. Tujuan Gerakan Milenial Indonesia	49
4.1.7. Target Gerakan Milenial Indonesia	50
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.2.1. Pengumpulan Data.....	50
4.2.2. Reduksi Data atau <i>Data Reduction</i>	52
4.2.2.1. Wawancara Pengurus GMI Kota Binjai	52
4.2.2.2. Wawancara Masyarakat.....	63
4.2.4. Penyajian Data atau <i>Display Data</i>	67
4.2.4. Penarikan Kesimpulan (<i>Verification</i>).....	75
4.3. Pembahasan.....	77
4.3.1. Gerakan Milenial Indonesia.....	77

4.3.2. Marketing Politik Gerakan Milenial Indonesia	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR LAMPIRAN	90

