

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and analyze the communication strategy of the DPW Indonesian Solidarity Party (PSI) Jambi in building brand awareness in the people of Jambi, as well as to identify and analyze the obstacles faced by the DPW of the Indonesian Solidarity Party (PSI) Jambi in building brand awareness in the community. Jambi. This type of research is qualitative with the data collected is primary data and secondary data. Methods of data collection using interviews and documentation techniques, while the determination of informants using purposive sampling. Descriptive data analysis. The results showed that the communication strategy of the DPW of the Indonesian Solidarity Party (PSI) Jambi in building brand awareness in the people of Jambi included a strategy of building brand recall by conducting political marketing directly by being actively involved in social activities and indirect communication by utilizing the media, as well as politics. using the names of public figures, strategies to build brand recognition by disseminating PSI characteristics, strategies to build purchase decisions by conducting outreach, involving and mingling with minority groups, and setting work programs according to community needs, then strategies for building consumption by carrying out activities directly related to the community. Obstacles faced by the DPW of the Indonesian Solidarity Party (PSI) Jambi in building brand awareness in Jambi society negative issues about PSI as a non-Muslim party and certain ethnicities spread among Jambi society, as well as the political culture of society in the form of the assumption that old political parties have the same capabilities. better than new political parties and most people in determining party choices tend to follow the choices of previous people and those closest to them.

Keywords: *Communication Strategy, Brand Awareness*

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi DPW Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Jambi dalam membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi, serta untuk mengetahui dan menganalisis kendala yang dihadapi oleh DPW Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Jambi dalam membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi. Jenis penelitian adalah kualitatif dengan data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi, sedangkan penentuan informan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi DPW Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Jambi dalam membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi meliputi strategi membangun *brand recall* dengan cara melakukan pemasaran politik secara langsung dengan terlibat aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan dan komunikasi tidak langsung dengan memanfaatkan media, serta politik menggunakan nama *public figure*, strategi membangun *Brand recognition* dengan cara mensosialisasikan karakteristik PSI, strategi membangun *Purchase decision* dengan cara melakukan sosialisasi, melibatkan dan berinteraksi dengan kelompok minoritas, dan menetapkan program kerja sesuai dengan kebutuhan masyarakat, selanjutnya strategi membangun *Consumption* dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan yang langsung berhubungan dengan masyarakat. Kendala yang dihadapi oleh DPW Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Jambi dalam membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi isu negatif tentang PSI sebagai partai non muslim dan etnis tertentu yang tersebar di tengah masyarakat Jambi, serta budaya politik masyarakat berupa asumsi bahwa partai politik lama memiliki kemampuan yang lebih baik dibandingkan dengan partai politik baru dan sebagian besar masyarakat dalam menentukan pilihan partai cenderung mengikuti pilihan orang-orang sebelumnya dan orang-orang terdekat.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, *Brand Awareness*