

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	v
<b>PERNYATAAN</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR</b>	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep dan Teori	
2.2.1 Komunikasi Politik	19
2.2.2 <i>Marketing</i> Politik	20
2.2.3 Kampanye Politik	21
2.2.4 Strategi Komunikasi Politik	22
2.2.5 Tahapan Strategi Komunikasi Politik	23
2.2.6 Teknik Kampanye Politik	27
2.2.7 Tim Kampanye	30
2.3 Kerangka Analisis	31
2.4 Definisi Konseptual	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Paradigma Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian	35
3.4 Key Informan	36
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1 Wawancara Mendalam	38
3.6.2 Data Sekunder	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil dan Struktur Tim Kampanye	40
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Pemetaan Pemilih	43
4.2.2 Identifikasi Masalah	45
4.2.3 Penyusunan Tujuan	50
4.2.4 Segmentasi dan Identifikasi Target	52
4.2.5 Menentukan Pasar Sentral Kampanye	58
4.2.6 Pembuatan Strategi dan Teknik Kampanye	66
4.2.7 Anggaran Biaya dan Pendanaan Kampanye	84
4.2.8 Konsolidasi Tim Kampanye	88
4.3 Pembahasan	
4.3.1 Tahapan Perencanaan Strategi Kampanye RINDU	91
4.3.2 Strategi dan Taktik Kampanye RINDU	93
4.3.3 Faktor Kemenangan RINDU	97

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**