

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	vii
PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teori	27
2.2.1 Konseptualisasi <i>Marketing</i> Politik	27
2.2.2 Konseptualisasi <i>Market Oriented Party</i>	31
2.2.3 Tipologi Pemilih	36
2.2.4 Generasi Milenial dan Karakternya.....	39

	2.3 Kerangka Pemikiran	43
BAB	III METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Objek Penelitian.....	44
	3.2 Paradigma Penelitian	44
	3.3 Metode Penelitian	44
	3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian	46
	3.5 Key Informan	46
	3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
	3.7 Teknik Analisis Data	48
BAB	IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
	4.1.1 Strategi Pemenangan Dalam Kontestasi Politik...	49
	4.1.2 Ridwan Kamil Masuk Gelanggang Politik.....	52
	4.1.3 Ridwan Kamil Dalam Kontestasi Pilkada Jabar...	56
	4.2 Hasil Penelitian	59
	4.2.1 Strategi Politik Pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruhzanul Ulum.....	59
	4.2.1.1 Riset Pasar.....	59
	4.2.1.2 Desain Produk.....	65
	4.2.1.3 Penyesuaian Produk	73
	4.2.1.4 Implementasi	77
	4.2.1.5 Komunikasi	79
	4.2.1.6 Kampanye	86
	4.2.1.7 Pemilu	100
	4.2.1.8 Penyerahan	103
	4.3 Pembahasan.....	109
	4.3.1 Riset Pasar.....	109
	4.3.2 Desain Produk	112
	4.3.3 Penyesuaian Produk	119
	4.3.4 Implementasi	122

4.3.5 Komunikasi	124
4.3.6 Kampanye	127
4.3.7 Pemilu	137
4.3.8 Penyerahan	141
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	xviii

