

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Tinjauan Literatur .....	7
1.5. Kerangka Teori .....	13
1.5.1. Perkembangan Teori <i>Political Marketing</i> .....	13
1.5.2. Definisi Teori <i>Political Marketing</i> .....	15
1.5.3. Fungsi <i>Political Marketing</i> .....	17
1.5.4. Karakteristik <i>Political Marketing</i> .....	20
1.5.5. Produk <i>Political Marketing</i> oleh Partai Politik .....	21
1.5.6. Pendekatan <i>Political Marketing</i> oleh Partai Politik.....	22
1.5.6.1. <i>Product Oriented Party</i> (POP) .....	22
1.5.6.2. <i>Sales Oriented Party</i> (SOP) .....	23
1.5.6.3. <i>Market Oriented Party</i> (MOP) .....	25
1.5.6.4. Perbandingan Pendekatan dalam <i>Political Marketing</i> .....	27
1.6. Kerangka Berpikir Penelitian.....	29
1.7. Metode Penelitian .....	30
1.7.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	30
1.7.2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1.7.3. Teknik Analisis Data .....	33
1.8. Sistematika Penulisan .....	35
 <b>BAB II PEMILIHAN LEGISLATIF DI KABUPATEN SAMOSIR DAN PARTAI KEBANGKITAN BANGSA KABUPATEN SAMOSIR .....</b>	 <b>37</b>
2.1. Demografi Kabupaten Samosir.....	38
2.2. Karakteristik Pemilih Berdasarkan Pembelahan Sosial di Kabupaten Samosir .....	41
2.3. Pencapaian Partai Politik dalam Sejarah Pemilihan DPRD Kabupaten .....	44
2.4. Produk Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kabupaten Samosir.....	46
2.4.1. Struktur Kepengurusan Partai Kebangkitan Bangsa Samosir.....	46

2.4.2. Anggota Legislatif Samosir asal Partai Kebangkitan Bangsa Periode 2014-2019 dan 2019-2024 .....	48
2.4.3. Konstitusi dan Atribut Partai Kebangkitan Bangsa .....	49
2.4.4. Kebijakan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kabupaten Samosir.....	52
2.4.5. Aktivitas Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kabupaten Samosir .....	54
2.5 Kesimpulan .....	56
<b>BAB III PRAKTIK <i>POLITICAL MARKETING</i> PKB KABUPATEN SAMOSIR...</b>	<b>58</b>
3.1. Temuan Penelitian Pendekatan <i>Market Oriented Party</i> (MOP) dalam <i>Political Marketing</i> PKB pada Pileg 2019 .....	58
3.1.1. Riset Pasar sebagai Pondasi <i>Political Marketing</i> .....	59
3.1.2. Penyusunan Produk Politik Berdasarkan Riset Pasar .....	62
3.1.3. Menguji Kesesuaian Produk Politik PKB dengan Kebutuhan Pemilih .....	64
3.1.4. Implementasi Kesepakatan Produk Politik .....	66
3.1.5. Konsistensi Komunikasi Politik PKB dan Caleg Pra Pemilu .....	68
3.1.6. Kampanye Politik sebagai Metode Penggalang Suara .....	72
3.1.7. Pemilu sebagai Puncak <i>Political Marketing</i> .....	74
3.1.8. Realisasi Janji Politik PKB Pasca Pemilu.....	76
3.2. Kesimpulan .....	78
<b>BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN.....</b>	<b>81</b>
4.1. Praktik <i>Political Marketing</i> PKB Kabupaten Samosir Melalui Tahapan <i>Market Oriented Party</i> (MOP) .....	81
4.2. Nuansa Islam sebagai <i>Branding</i> Partai .....	83
4.3. Proses Desan Produk sebagai Langkah Membangun Konsolidasi Internal Partai ....	85
4.4. Produk Politik Berbasis Kebutuhan Masyarakat sebagai Visi PKB Kabupaten Samosir .....	87
4.5. Menelisik Ulang Keberhasilan <i>Political Marketing</i> PKB Kabupaten Samosir .....	90
4.6. Kesimpulan .....	97
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>99</b>
5.1. Kesimpulan .....	99
5.2. Refleksi Teoritis .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>