

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Teoritis	4
1.3.2 Tujuan Praktik	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa	5
1.4.2 Manfaat Bagi Departemen Politik Pemerintahan Universitas Gadjah Mada	6
1.4.3 Manfaat Bagi Tim Pemenangan Danang Wicaksana Sulistya	6
1.5 Literatur Review	7
1.6 Kerangka Teori	13
1.6.1 Kampanye Politik (<i>Political Campaign</i>)	13
1.6.2 <i>Political Marketing</i> (Pemasaran Politik)	15
1.6.3 Instrument Political Marketing	22
1.6.4 Kerangka Berpikir	25
1.7 Definisi Konseptual	27
1.8 Definisi Operasional	27
1.9 Metode Penelitian	28
1.8.1 Jenis Penelitian	28
1.8.2 Jenis Data	29
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data dan Penentuan Narasumber	30
1.8.4 Teknik Analisis Data	32
1.10 Sistematika Penulisan	33
BAB II	35
KONTEKS PILKADA DAN PETA POLITIK PILKADA KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2020	35
2.1 Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada)	36

2.1.1 Pilkada Serentak.....	36
2.1.2 Pilkada Serentak di Masa Pandemi Covid-19.....	40
2.2 Profil Singkat Pasangan Calon Kepala Daerah Kabupaten Sleman 2020...	43
2.3 Profil Danang Wicaksana.....	51
BAB III	54
BEKERJANYA <i>POLITICAL MARKETING</i> PADA PROSES KAMPANYE DWS	54
3.1 Peta Politik Kabupaten Sleman 2020.....	54
3.1.2 Pola Politik Petahana	54
3.2.2 Pola Politik Dinasti	57
3.2 Identifikasi Persiapan Pra Kampanye	61
3.2.1 Pengalaman Politik, Identitas Asli Sleman, dan Solidaritas NU	61
3.2.2 Proses Politik Pencalonan DWS	63
3.2.3 Biaya Kampanye Politik	65
3.2.4 Kesimpulan Identifikasi Persiapan Pra Kampanye.....	67
3.3 Refleksi <i>Political Marketing</i> Sebagai Strategi Kampanye DWS.....	68
3.3.1 Segmentasi Sebagai Upaya Mengenal Pemilih.....	68
3.3.2 <i>Targeting</i> Sebagai Upaya Membidik Massa	71
3.3.3 Positioning	73
3.3.4 Kesimpulan Refleksi <i>Political Marketing</i> Sebagai Strategi Kampanye DWS.....	75
3.4 Aplikasi Instrumen <i>Political Marketing</i>	76
3.4.1 <i>Push Marketing</i>	76
3.4.2 <i>Pull Marketing</i>	78
3.4.3 <i>Pass Marketing</i>	81
3.4.4 Kesimpulan Aplikasi Instrumen <i>Political Marketing</i>	83
BAB IV	85
REFLEKSI STRATEGI <i>POLITICAL MARKETING</i> : KAMPANYE PILKADA KABUPATEN SLEMAN OLEH DWS.....	85
4.1 Kegagalan Penerapan Pendekatan <i>Political Marketing</i>	85
4.2 Kegagalan Penerapan Instrumen <i>Political Marketing</i>	86
4.3 Komparasi Strategi Kustini Sri Purnomo, Pemenang Pilkada Sleman 2020	89

BAB V	93
PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Praktis	94
5.2.2 Saran Akademik	95
Bibliografi	96