

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Akademik.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis .....	6
1.5. <i>Literature Review</i> .....	6
1.6. Landasan Teori .....	10
1.6.1. Strategi Politik.....	10
1.6.2. Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	12
1.6.3. Pemasaran Politik ( <i>Political Marketing</i> ).....	12
1.7. Metode Penelitian.....	20
1.7.1. Jenis Penelitian .....	20

1.7.2. Sumber Data .....	21
1.7.3. Pengumpulan Data .....	22
1.7.4. Teknik Analisis Data .....	24
1.7.5. Sistematika Penulisan.....	25
<b>BAB II PROFIL YASHINTA DAN DIY, PETA POLITIK DPD RI DIY, DAN PEMASARAN POLITIK DI INDONESIA .....</b>	<b>27</b>
2.1. Profil R.A. Yashinta Sekarwangi Mega .....	27
2.2. Profil Daerah Istimewa Yogyakarta .....	29
2.3. Peta Politik DPD RI Daerah Istimewa Yogyakarta.....	30
2.3.1. Peta Politik DPD RI Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2004-2019.	30
2.3.2. Pemilu DPD RI DIY 2024: Pembuktian Yashinta sebagai Calon Termuda dan Pendatang Baru .....	32
2.4. Pemasaran Politik di Indonesia .....	34
2.4.1. Permasalahan dalam Pemasaran Politik di Indonesia .....	34
2.4.2. Bekerjanya Pemasaran Politik pada Politik Elektoral di Indonesia .....	38
<b>BAB III PERENCANAAN STRATEGI R.A. YASHINTA SEKARWANGI MEGA DALAM PEMILIHAN DPD RI DIY PADA PEMILU 2024 .....</b>	<b>41</b>
3.1. Perencanaan Strategi R.A. Yashinta Sekarwangi Mega.....	41
3.1.1. Arah yang ingin dituju.....	41
3.1.1.1. Tujuan Yashinta Berkontestasi: Mencari Makna “Bermanfaat bagi Banyak Orang” .....	42
3.1.1.2. Tujuan Pemasaran Politik: “Yashinta Bisa Tidak Dipilih, Tetapi Tidak Bisa Dibenci” .....	43
3.2.1. Usaha Mengenal Lingkungan Internal dan Eksternal Yashinta .....	45

3.2.1.1. Lingkungan Internal.....	46
3.2.1.2. Lingkungan Eksternal.....	50
<b>BAB IV MOBILISASI EMPATI: STRATEGI PEMASARAN POLITIK R.A. YASHINTA SEKARWANGI MEGA DALAM PEMILIHAN UMUM DPD RI DIY TAHUN 2024.....</b>	<b>53</b>
4.1. Langkah-Langkah Pemasaran Politik Yashinta.....	53
4.1.1. Memulai Langkah Pemasaran: Perubahan, Kisah, dan Kontribusi yang Ditawarkan Yashinta untuk Daerah Istimewa Yogyakarta.....	53
4.1.1.1 Membuat Sesuatu yang Layak untuk Dibuat: Cara Yashinta Mengetahui Keinginan, Kebutuhan, dan Permasalahan di Masyarakat.....	53
4.1.1.2. Kisah tentang Yashinta: Menjadi Representasi Anak Muda dan Membangun Ke-Jogja-an Melalui Narasi yang Diceritakan Berulang Kali.....	57
4.1.1.3. Kontribusi yang Layak Diobrolkan: Apa yang Akan Yashinta Lakukan untuk Yogyakarta?.....	58
4.1.2. Merancang dan Membangun Program Kerja Unggulan dengan Cara yang Bermanfaat dan Diperdulikan oleh Beberapa Orang .....	59
4.1.3. Mulai dari Pasar yang Memungkinkan: Neofilia itu Adalah Kelompok Muda dan Kelompok Nasionalis.....	63
4.1.4. Saatnya Menyebarkan Gagasan : Yashinta Ada Dimana-Mana .....	72
4.1.4.1. Alat Peraga Kampanye (APK).....	73
4.1.4.2. Media sosial Yashinta.....	78
4.1.5. Kehadiran Yashinta secara Teratur, Konsisten, dan Melimpah .....	89
4.1.5.1. Push Marketing .....	90

4.1.5.2. <i>Pass Marketing</i> .....	95
4.2. Kemenangan Yashinta dan Perubahan Peta Politik.....	97
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>101</b>
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Refleksi Teoritis .....	103
5.3. Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>107</b>