Strategi Pemasaran Politik Penggunaan Citra Presiden Joko Widodo dalam Kampanye Pasangan Prabowoâ€“Gibran: Studi tentang Pemasaran Politik Koalisi Indonesia Maju di Kulon Progo Pada Pemilihan Presiden 2024
Ayuda Hardianto, Dr. Dra. Ratnawati, S.U
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ii

HALAMAN PERSEMBAHAN iii

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 7

E. Kajian Pustaka 7

F. Kerangka Teori 10

F.1 Kemenagan dalam Proses Elektoral 10

F.2 Political Marketing sebagai Strategi Kampanye Politik dalam Proses Elektoral 12

F.3 *Political Marketing* dan Kemenangan dalam Proses Elektoral 22

G. Kerangka Berpikir 23

H. Definisi Operasional 24

I. Metode Penelitian 25

I.1 Jenis Penelitian 25

I.2 Subjek Penelitian 27

I.3 Teknik Pengumpulan Data 28

Strategi Pemasaran Politik Penggunaan Citra Presiden Joko Widodo dalam Kampanye Pasangan Prabowoâ€“Gibran: Studi tentang Pemasaran Politik Koalisi Indonesia Maju di Kulon Progo Pada Pemilihan Presiden 2024
Ayuda Hardianto, Dr. Dra. Ratnawati, S.U
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

I.4 Teknik Analisis Data 30

BAB II MEMAHAMI MEDAN ELEKTORAL 33

A. Pengantar 33

B. Segmentasi 34

B.1 Segmentasi Wilayah 35

B.2 Segmentasi Demografi 39

B.3 Segmentasi Loyalis 45

B.4 Segmentasi *Swing Voters* 51

C. *Targeting* Pemilih 53

D. *Positioning* Kandidat 55

D.1 Pergeseran Strategi *Positioning* 58

D.2 Komparasi *Positioning* Kandidat Lain 60

E. Kesimpulan 61

`BAB III IMPLEMENTASI STRATEGI KAMPANYE 64

A. Pengantar 64

B. *Push Political Marketing* 66

B.1 Festival Kesenian 67

B.2 Senam Gemoy 69

B.3 Kampanye *Door-to-Door* 72

B.4 Deklarasi Dukungan 75

C. *Pull Political Marketing* 78

C.1 Media Cetak 79

C.2 Media Sosial 84

D. Pass Political Marketing 90

E. Analisis Perolehan Suara Prabowo–Gibran di Kabupaten Kulon Progo 93

E.1 Komparasi Perolehan Suara Prabowo Pada Pilpres 2019 dan 2024 93

Strategi Pemasaran Politik Penggunaan Citra Presiden Joko Widodo dalam Kampanye Pasangan Prabowoâ€“Gibran: Studi tentang Pemasaran Politik Koalisi Indonesia Maju di Kulon Progo Pada Pemilihan Presiden 2024
Ayuda Hardianto, Dr. Dra. Ratnawati, S.U
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

E.2 Kontribusi Citra Jokowi dalam Strategi Kampanye Prabowo-Gibran 95

F. Kesimpulan 96

BAB IV PENUTUP 98

A. Kesimpulan 98

B. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA 103