

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERMA KASIH	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Batasan Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Literature Review	9
1.6 Kerangka Berfikir.....	14
1.6.1 Strategi Marketing Politik	15
1.6.2 Strategi Media Baru.....	19
1.7 Definisi Konseptual.....	22
1.7.1 Strategi Marketing Politik	22
1.7.2 Strategi Media Baru.....	23
1.8 Definisi Operasional	23
1.8.1 Strategi Marketing Politik	23
1.8.2 Strategi Media Baru.....	23
1.9 Kerangka Berpikir	24

1.10 Metode Penelitian.....	24
1.10.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	24
1.10.2 Sumber Data.....	25
1.10.3 Metode Pengumpulan Data	26
1.10.4 Daftar Informan Penelitian	26
1.11. Sistematika Penulisan	28
BAB II SEJARAH PEMILWA UGM DAN KONTEKS POLITIK KAMPUS	
.....	31
2.1 Sejarah PEMILWA UGM (1999-2016).....	31
2.2 Dominasi Bunderan.....	37
2.3 Kondisi Pemilwa di Tahun 2017	39
2.3.1 Aktor Terlibat.....	43
2.4 Obed dan Semangat UGM Baru.....	48
BAB III STRATEGI KAMPANYE PEMENANGAN OBED KRESNA.....	49
3.1 Pengantar	49
3.2 Obed Kresna dan Tim Pemenangan	51
3.2.1 Pembentukan Tim dan Pembagian Tugas	51
3.2.2 Konsep Kampanye dan Visi Misi Obed Kresna: #UGMBARU dan #SAMPAIKAPAN	55
3.3 Strategi Pemenangan Obed Kresna	59
3.3.1 Strategi Pemasaran Politik	59
3.3.2 Penggunaan Kampanye Media Baru.....	75
BAB IV PENUTUP.....	91
4.1 KESIMPULAN	91
DAFTAR PUSTAKA.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Visi dan Misi Obed Kresna	62
Gambar 2. Poster Hastag “SAMPAIKAPAN”	67
Gambar 3. Poster OBEDTalk “Via Vallen”	68
Gambar 4. Poster video klip Obed Kresna	69
Gambar 5. Poster Obed pembuatan Playlist	69
Gambar 6. Obed dan tim memberikan sumbangan kepada korban banjir	75
Gambar 7. Hastag UGM BARU dan SAMPAI KAPAN	77
Gambar 8. Poster awal sebelum Kampanye	81
Gambar 9. Poster dengan membuat testimoni	83
Gambar 10. Pemilih menuliskan harapnya masing-masing.....	84
Gambar 11. Poster tanda dukungan dari pemilih	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Narasumber	26
Tabel 2. Sistematika Penulisan	30
Tabel 3. Susunan Pembentukan Tim THINK TANK	52
Tabel 4. Susunan Pembentukan Tim Pemenangan	52
Tabel 5. Pembahasan Pra Kondisi dan Konsep kampanye	56
Tabel 6. Dana Pemasukan	73
Tabel 7. Dana Pengeluaran	73
Tabel 8. Surat Suara Sah Partai	87
Tabel 9. Hasil Peroleha Suara Sah Presiden Mahasiswa	88