

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel & Gambar	ix
Abstraksi	x
Abstract	xi
BAB I FENOMENA KEMENANGAN HANAFI RAIS	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Landasan Teori	6
D.1 Marketing Politik	6
a. Segmenting	10
b. Targeting	11
c. Positioning	13
D.2 Media Kampanye	16
E. Definisi Konseptual	17
F. Definisi Operasional	17
G. Metode Penelitian	18
G.1 Jenis Penelitian	18
G.2 Teknik Pengumpulan Data	19
G.3 Obyek Penelitian	20
G.4 Teknik Analisa Data	20
H. Sistematika Bab	21

BAB II KONTEKS PERSAINGAN PILEG 2014 DIY & PROFIL CALEG HANAFI RAIS	23
A. Pileg 2014 DIY : Pertarungan Nama Besar Caleg	23
B. Konteks PAN dan Masyarakat DIY	30
C. Profil Hanafi Rais	37
BAB III MARKETING POLITIK HANAFI RAIS	40
A. Perencanaan Marketing Politik : <i>Usaha Menggapai Target</i>	40
1. Segmenting	43
2. Targeting	49
3. Positioning	56
B. Media-media Kampanye	64
1) Iklan	64
2) Direct Marketing	67
3) Special Event	71
4) Kontak Personal	79
5) Public Relation	84
BAB IV DINAMIKA KAMPANYE HANAFI RAIS	87
A. Hanafi Rais : Jawara Pileg 2014 DIY	88
A.1 Kesuksesan Marketing Politik ?	89
A.2 Modal Sosial Hanafi Rais	92
B. Target yang Meleset	97
B.1 Kaburnya Proses Segmentasi Pemilih	98
B.2 Faktor Eksternal	101
B.3 Isu <i>Money Politics</i> Hanafi Rais	104
C. Marketing Politik : Sebuah Keniscayaan ?	107
BAB V KESIMPULAN	113
Daftar Pustaka	118
Lampiran	121

DAFTAR TABEL & GAMBAR

Tabel 1. Hasil Rekapitulasi Suara untuk DPR RI Se-DIY	3
Tabel 2. Kondisi Geografis Wilayah DIY	33
Tabel 3. Jumlah Penduduk DIY	34
Tabel 4. Iklan Media Massa Hanafi Rais	65
Tabel 5. Kampanye Media Sosial Hanafi Rais	68
Gambar 1. Hanafi Rais dalam Acara Pangkur Jenggleng	72
Gambar 2. Gerobak Sampah Hanafi Rais	74
Gambar 3. Mobil Listrik Hanafi Rais	77
Gambar 4. Becak Listrik Hanafi Rais	78