

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iii
Kata Pengantar	iv
Kerangka Penulisan.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Intisari	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pemasaran di Indonesia	11
2.2 Pemasaran Politik di Indonesia	13
2.3 Bauran Pemasaran	17
2.4 Komunikasi Politik	25
2.5 Konsep Pemasaran dalam Domain Politik	29
2.6 Regulasi dan Dinamika Pemilukada.....	39
2.7 Mengenali Warna-warni Pemili	41
2.8 Tipologi Pemilih.....	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Desain Penelitian	72
3.2 Penelitian Kualitatif.....	72
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	73
3.4 Informan Penelitian	74

3.5	Teknik Pengumpulan Data	75
3.6	Sumber Data dalam Penelitian	77
3.7	Studi Kasus Deskriptif	77
3.8	Teknik Analisis Data	78
3.9	Fokus Penelitian	79
3.10	Defenisi Konsep	80
BAB IV	PEMBAHASAN	82
4.1	Pemasaran Politik Pasanga Sattar-Wilson.....	82
4.2	Pemasaran Politik Pasanga Faizal-Hasniwati.....	123
4.3	Pemasaran Politik Pasanga Agus-Arusani.....	167
BAB V	PENUTUP	216
5.1	Kesimpulan.....	217
5.2	Keterbatasan Penelitian	223
5.3	Implikasi Penelitian	224
DAFTAR PUSTAKA	227
LAMPIRAN	237