

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Hasil Penelitian	15
E. Kerangka Berpikir.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Hasil Penelitian Terdahulu	18
B. <i>Grand Theory</i>	22
1. Teori Strategi Politik Peter Schroder	22
1.1 Prinsip Dasar Perumusan Strategi	22
1.2 Strategi Ofensif	24
1.3 Strategi Defensif.....	26
C. <i>Middle Theory</i>	28
1. Teori <i>Marketing</i> Politik Adman Nursal	28
1.1 <i>Positioning</i> Partai Politik	30
1.2 Produk Politik dan <i>Push Marketing</i>	32
1.3 <i>Pull Marketing</i>	34
1.4 <i>Pass Marketing</i>	36
D. Pemilih Generasi Z dan Milenial dalam Pemilu	37
E. <i>Applied Theory</i>	40

1. Teknik Analisis Konten.....	40
1.1 Pengadaan Data	41
1.2 Pengurangan Data	42
1.3 Inferensi.....	42
1.4 Analisis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	44
B. Jenis Data dan Sumber Data	45
C. Teknik Pengumpulan Data	46
D. Teknik Analisis Data.....	47
E. Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum Provinsi Jawa Barat.....	50
2. Budaya Politik Provinsi Jawa Barat.....	51
3. Gambaran Umum Partai Amanat Nasional.....	53
B. Hasil Penelitian	56
1. Strategi Pemasaran Digital Partai Amanat Nasional (PAN).....	56
2. Implementasi Analisis Konten Akun Instagram @amanatnasional	65
3. Faktor-Faktor Keunggulan dan Kelemahan Strategi Digital PAN di Instagram	80
C. Pembahasan Hasil Penelitian	93
1. <i>Push Marketing</i> Partai Amanat Nasional.....	105
2. <i>Pull Marketing</i> Partai Amanat Nasional	107
3. <i>Pass Marketing</i> Partai Amanat Nasional	110
BAB V PENUTUP.....	114
A. Simpulan	114
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	126
RIWAYAT HIDUP.....	137