

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Kerangka Berpikir.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
2.2. Sistem Multipartai dan Regulasi Pemilu di Indonesia.....	18
2.3. Teori Kepartaian	21
2.4. Teori Strategi Partai Politik	22
2.5. Teori Marketing Politik	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Metode Penelitian	25
3.2. Jenis Dan Sumber Data.....	26
3.2.1. Data primer.....	26
3.2.2. Data sekunder	26
3.2.3. Profil Informan	27

3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1. Wawancara Mendalam (<i>In-depth interview</i>).....	28
3.3.2. Observasi Langsung	29
3.3.3. Dokumentasi.....	29
3.4. Teknik Pengolahan Data	30
3.4.1. Reduksi Data	30
3.4.2. Penyajian Data.....	31
3.4.3. Penarikan Kesimpulan.....	31
3.5. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
4.1.1. Profil Geografis dan Demografis Kabupaten Sumedang	34
4.1.2. Konteks Sosial-Politik Kabupaten Sumedang.....	37
4.1.3. Karakteristik Pemilih Kabupaten Sumedang	39
4.2. Gambaran Umum DPD Partai Gelora Kabupaten Sumedang	42
4.2.1. Sejarah Pembentukan DPD Partai Gelora Kabupaten Sumedang	42
4.2.2. Struktur Organisasi DPD Partai Gelora Kabupaten Sumedang	44
4.2.3. Visi Misi DPD Partai Gelora Kabupaten Sumedang.....	45
4.2.4. Capaian Elektoral pada Pemilu Legislatif 2024	46
4.3. Hasil Penelitian	48
4.3.1. Analisis Strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	48
4.3.2. Marketing Mix (4P).....	61
4.4. Analisis Strategi Pemenangan DPD Partai Gelora Kabupaten Sumedang ..	74
4.4.1. Analisis Strategi Pemenangan dalam Perspektif Teori Kepartaian.....	74
4.4.2. Analisis Strategi Pemenangan dalam Perspektif Teori Strategi Politik ..	76
4.4.3. Analisis Strategi Pemenangan dalam Perspektif Marketing Politik.....	78
4.4.4. Implementasi Strategi Pemenangan: Aktor, Jaringan Sosial, dan Media Politik	82
4.4.5. Integrasi dan Keterbatasan Strategi Pemenangan.....	89
4.4.6. Implikasi Teoretis.....	91
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan	94

5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	107
RIWAYAT HIDUP	111

