

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Kerangka Berfikir.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
B. Deskripsi Teori-Teori.....	14
1. Pengertian Pemasaran Politik	14
2. Pemasaran Politik STP	15
3. Pemasaran Politik 4P	20
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
B. Jenis dan Sumber Data	27
C. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Teknik Analisis Data	31
F. Tempat dan Waktu Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian	34
1. Kondisi Sosial dan Politik Kabupaten Bogor	34

2.	Profil Kandidat Pilkada Kabupaten Bogor 2024	36
3.	Pilkada Kabupaten Bogor 2024	38
4.	Badan Pemenangan Rudy Susmanto dan Ade Ruhandi	42
B.	Pembahasan	44
1.	Strategi Pemasaran Politik Badan Pemenangan Rudy Susmanto dan Ade Ruhandi Dalam Pilkada Kabupaten Bogor 2024	44
a.	Segmentasi Politik	45
1.	Segmentasi Geografi	46
2.	Segmentasi Demografi	49
3.	Segmentasi Sosial Budaya	54
b.	<i>Targeting</i> Politik	58
c.	<i>Positioning</i> Politik	65
d.	Produk Politik	69
1.	Platform partai (<i>Party platform</i>)	70
2.	Catatan masa lalu (<i>track record</i>)	74
3.	Ciri pribadi (<i>Personal characteristic</i>)	76
e.	Promosi Politik	78
1.	<i>Push Political Marketing</i>	79
2.	<i>Pull Political Marketing</i>	82
3.	<i>Pass Political Marketing</i>	87
f.	Harga Politik	90
g.	Tempat Politik	94
1.	<i>Program marketing personal</i>	94
2.	<i>Program Volunteer</i>	96
2.	Faktor Pendukung Dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Pemasaran Politik Badan Pemenangan Rudy Susmanto dan Ade Ruhandi Dalam Pilkada Kabupaten Bogor 2024	97
a.	Faktor Pendukung Pelaksanaan Strategi Pemasaran Politik	98
1.	Modal Politik	98
2.	Modal Sosial	99
3.	Modal Ekonomi	100
b.	Faktor Penghambat Pelaksanaan Strategi Pemasaran Politik	101
BAB V KESIMPULAN & SARAN		104
A.	Kesimpulan	104

B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	110
RIWAYAT HIDUP	153

