

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Konsep Marketing Politik	10
2. Komunikasi Politik	17
3. Konsep Kepartaian	18
4. Partai PERINDO	23
5. Teori Manajemen	25
6. Pemilu	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	33
C. Teknik Pengambilan Sampel	34
D. Fokus Penelitian	34
E. Sasaran Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Sumber dan Jenis Data	36
H. Teknik Analisis Data	38
I. Validitas Data	40

BAB IV PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	42
1. Geograpis	42
2. Keadaan Ekonomi	44
B. Karakteristik Informan	45
C. Profil Partai PERINDO	47
D. Hasil Penelitian	60
1. Strategi Marketing Politik Partai PERINDO	60
2. Komunikasi Politik Dengan Masyarakat Kota Tasikmalaya ..	66
3. Manajemen Organisasi DPD Partai PERINDO Tasikmalaya..	71
E. Analisis Kekalahan Partai PERINDO	77
1. Marketing Politik	78
2. Komunikasi Politik DPD Partai PERINDO Kota Tasikmalaya.	87
3. Identifikasi Unsur 5M dalam Organisasi Politik	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	