

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoretis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Marketing Politik	13
2.2 <i>Political Branding</i> sebagai Marketing Politik	15
2.3 Aktivitas Pencitraan Politik	23
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31

3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Teknik Penentuan Informan.....	32
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Wawancara.....	34
3.3.2 Studi Dokumentasi	34
3.4 Teknik Analisis Data.....	35
3.5 Validitas Data.....	36
3.6 Lokus Penelitian.....	37
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	39
4.1 Profil Hilmi Ali Hussein	39
4.2 <i>Positioning dan Differentiation</i> dalam memperkuat <i>political branding</i> Rofi.....	50
4.2.1 <i>Positioning</i>	50
4.2.2 <i>Differentiation</i>	53
4.3 Analisis <i>Political Branding</i> Rofi Hilmi menggunakan bauran 4P <i>marketing politik</i>	58
4.3.1 Analisis <i>Product</i> (Produk).....	58
4.3.2 Analisis <i>Promotion</i> (Promosi).....	67
4.3.3 Price (Harga)	81
4.3.4 Place (Tempat).....	84
4.4 <i>Branding</i> sebagai bagian integral dalam <i>marketing politik</i>	87
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92

5.2	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95