

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Strategi .....	11
1. Definisi Strategi .....	11
2. Strategi Politi .....	12
3. Strategi Pendekatan Pasar .....	13
4. Menetapkan Strategi Penulisan Berita (Pesan) .....	13
B. Media Massa .....	15
1. Definisi Media Massa .....	15
2. Karakter Media Massa .....	17
3. Fungsi Media Massa .....	18
4. Kekuatan Media Massa.....	21
5. Strategi Media .....	24
6. Media Massa Cetak (Pers dan Surat Kabar) .....	25
C. Pemasaran Politik ( <i>Political Marketing</i> ) .....	27
1. Definisi <i>Political Marketing</i> .....	27
2. Pro <i>Marketing</i> Politik.....	30
3. Kontra <i>Marketing</i> Politik .....	31
D. Kerangka Pikir .....	33
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian .....	35
B. Jenis Data .....	36
C. Fokus Penelitian.....	37

D. Lokasi Penelitian.....	39
E. Informan.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Teknik Pengolahan data.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	41
IV. GAMBARAN UMUM	
A. Partai Demokrat .....	43
1. Sejarah Partai Demokrat .....	43
2. Visi Partai Demokrat .....	46
3. Misi Partai Demokrat.....	46
4. Tujuan dan Fungsi Partai Demokrat .....	46
5. Keanggotaan dan Sistem Kaderisasi Partai .....	48
6. Dewan Pimpinan Daerah (DPD).....	49
7. Struktur Organisasi Partai Demokrat .....	51
B. Lampung Post .....	53
1. Visi Lampung Post.....	55
2. Misi Lampung Post.....	55
3. Profil Perusahaan .....	55
4. Produk-Produk Surat Kabar Harian Lampung Post.....	56
5. Struktur Organisasi .....	55
C. Gambaran Umum Informan .....	60
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi <i>marketing</i> politik Ridho Ficardo dan Bakhtiar Basri Melalui media cetak pada Pemilihan Gubernur Provinsi Lampung Periode 2014 – 2019 .....	63
1. Strategi Pemilihan Media.....	64
2. Strategi <i>Brand Building</i> dan <i>Tagline</i> .....	68
3. Strategi Penulisan Berita.....	73
a. Strategi Publikasi ( <i>Strategy of publicity</i> ) .....	73
b. Strategi Persuasif ( <i>Strategy of persuasion</i> ).....	86
c. Strategi Argumentasi ( <i>Strategy of argumentation</i> ).....	95
d. Strategi Pencitraan ( <i>Strategy of images</i> ).....	99
e. Analisis Strategi Publikasi, Persuasi, Argumentasi dan Pencitraan.....	109
B. Perbandingan <i>Marketing</i> Politik Lampung Post dan Radar Lampung .....	114
VI. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan .....	118
B. Saran .....	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN