

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
BAB II .....	9
KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis .....	9
2.2 Kerangka Konseptual .....	13
2.2.1 Komunikasi.....	14
2.2.2 Komunikasi Antarpribadi.....	18
2.2.3 Komunikasi Massa .....	20
2.2.4 Komunikasi Publik .....	26
2.2.5 Komunikasi Politik.....	30
2.2.6 Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada).....	39
2.2.7 Kampanye .....	46
2.3 Kerangka Teoritis.....	61
2.3.1 Teori Marketing Politik.....	61
2.4 Kerangka Pemikiran .....	67
2.4.1 Definisi Operasional.....	68
BAB III.....	73
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN .....	73
3.1 Subjek Penelitian .....	73
3.2 Objek Penelitian .....	73
3.3 Metodologi Penelitian.....	74
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian .....	76
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	77

3.3.3	Rancangan Analisis Data.....	78
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	81
3.4	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	82
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	82
3.5.1	Lokasi Penelitian .....	82
3.5.2	Jadwal Penelitian .....	83
BAB IV	.....	84
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	84
4.1	Hasil Penelitian .....	84
4.2	Pembahasan .....	95
4.2.1	Analisis Faktor 4P dalam Strategi Kampanye Pasangan Cellica-Aep	95
4.2.2	Metode Penyampaian Produk Kampanye Pasangan Cellica-Aep	102
4.2.3	Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Cellica-Aep.....	104
BAB V	.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	108
5.1	Kesimpulan .....	108
5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	.....	110