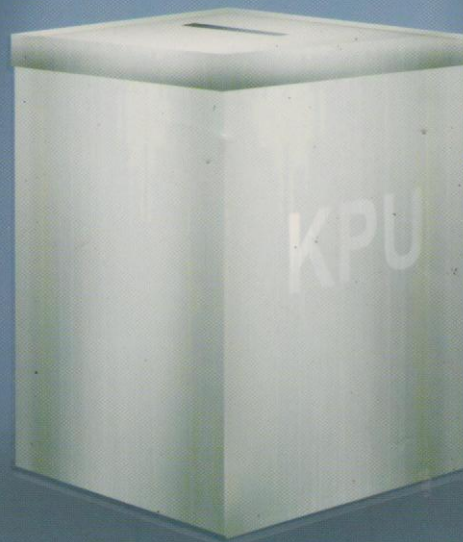
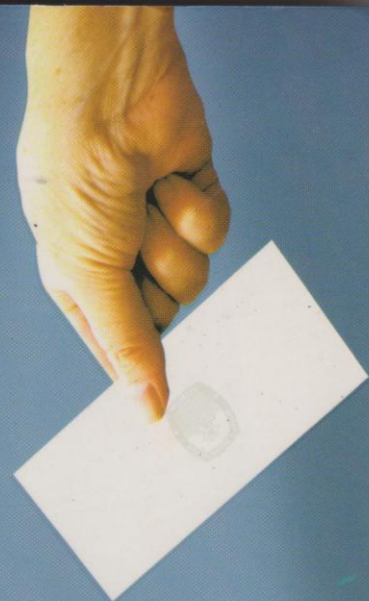


ARIF SUGIONO, S.Sos, M.Si.

STRATEGIC POLITICAL MARKETING

Strategi Memenangkan Setiap Pemilu
(Pemilukada, Pilpres,
Pemilihan Legislatif DPRD, DPR-RI, DPD)
dengan Menempatkan Pemilih
Sebagai Penentu Kemenangan



"Literatur tentang dinamika politik Indonesia semakin semarak dengan munculnya karya Bung Arif Sugiono ini. Buku ini tidak saja penting untuk perguruan tinggi, politisi Indonesia yang banyak menuai kritik itu patut belajar dengan membaca karya dosen muda ini."

Prof.Dr. Ahmad Syafii Maarif

Guru Besar Universitas Negeri Yogyakarta -
Ketua PP Muhammadiyah Periode 1998 - 2005, Pendiri Maarif Institute.



STRATEGIC POLITICAL MARKETING
Strategi Memenangkan Setiap Pemilu
(Pemilukada, Pilpres, Pemilihan Legislatif DPRD,DPR-RI,DPD)
dengan Menempatkan Pemilih Sebagai Penentu Kemenangan

Copyright©Arif Sugiono, S. Sos., M. Si., 2013

Diterbitkan oleh Penerbit Ombak (**Anggota IKAPI**), 2013
Perumahan Nogotirto III, Jl. Progo B-15, Yogyakarta 55292
Tlp. (0274) 7019945; Fax. (0274) 620606
e-mail: redaksiombak@yahoo.co.id
facebook: Penerbit Ombak Dua
website: www.penerbitombak.com

PO.333.03.'13

Penulis: Arif Sugiono, S. Sos., M.Si.
Editor: Kurnianing Isololipu, S. Sos, M.Com
Tata letak: Nanjar Tri Mukti
Sampul: Dian Qamajaya

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)
STRATEGIC POLITICAL MARKETING
Strategi Memenangkan Setiap Pemilu
(Pemilukada, Pilpres, Pemilihan Legislatif DPRD,DPR-RI,DPD)
dengan Menempatkan Pemilih Sebagai Penentu Kemenangan

Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013

xii + 244 hlm.; 15 x 23 cm

ISBN: 978-602-258-019-5

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ~ vii

UCAPAN TERIMA KASIH ~ xi

BAB I. DINAMIKA POLITIK GLOBAL DAN REGIONAL ~ 1

- A. Perang Dingin & Dominasi Amerika dalam Kehidupan Global ~ 3
- B. Timur Tengah & Cina: Proyek dan Ancaman Tata Dunia Baru ~ 16
- C. Meretas Jati Diri di Pentas ASEAN ~ 20

BAB II. DINAMIKA POLITIK NASIONAL ~ 26

- A. Mencari Format Ideal Demokrasi: Dinamika Politik Orde Lama Sampai Orde Baru ~ 27
- B. Mendesain Ulang & Memperkokoh Bangunan Demokrasi: Dinamika Politik Presiden Habibie sampai Presiden SBY ~ 37
- C. Demokrasi Borjuis, Banalitas Korupsi & Potensi Gagalnya Kita sebagai Negara ~ 59
- D. Kartu Kuning dari Tokoh Lintas Agama dan Forum Rektor Indonesia ~ 67

BAB III. *POLITICAL MARKETING*: STRATEGI CERDAS MERAIH KEKUASAAN DALAM BINGKAI DEMOKRASI ~ 71

- A. Memaknai *Political Marketing* ~ 71
- B. Filosofi Dasar *Polical Marketing Management* ~ 74
- C. *Political Marketing*: Belajar dari Kesuksesan SBY- Boediono ~ 78
- D. Industrialisasi Politik di Era *Political Marketing* ~ 88
- E. Menjaga Alur Demokrasi ~ 101

**BAB IV. MEMAHAMI PEMILIH: MODAL AWAL UNTUK BERTARUNG
~ 108**

- A. Mengetahui Karakteristik Pemilih di Indonesia ~ 108
- B. Memahami Perilaku Pemilih dari Perspektif *Political Marketing* ~ 116
- C. Proses Keputusan Memilih ~ 138
- D. Tidak Hanya Mengetahui ~ 141
- E. Perilaku *Non Voting*/Golput dan Solusinya ~ 145

**BAB V. MENDESAIN STRUKTUR ORGANISASI (PARTAI POLITIK &
TIM SUKSES) YANG BERORIENTASI PADA PEMILIH ~ 156**

- A. Persaingan: Struktur Mengikuti Strategi ~ 157
- B. Karakteristik Utama Strategi yang Berorientasi pada Pemilih
~ 164
- C. Mendesain Struktur Organisasi ~ 168

**BAB VI. SISTEM INFORMASI PEMASARAN POLITIK & RISET
PERILAKU PEMILIH ~ 181**

- A. Sistem Informasi Pemasaran Politik ~ 182
- B. Proses Riset *Political Marketing* ~ 184
- C. Mengembangkan Instrumen Riset tentang Perilaku Pemilih
~ 188

BAB VII. MENGELOLA KONFLIK DI INTERNAL PARTAI POLITIK ~ 207

- A. Gejala Menguatnya Konflik di Internal Partai Politik ~ 207
- B. Memahami Konflik ~ 211
- C. Hubungan Konflik dengan Efektivitas Organisasi ~ 218
- D. Dampak, Resolusi dan Stimuli Konflik ~ 219

BAHAN BACAAN ~ 229

INDEKS ~ 238

TENTANG PENULIS ~ 243