

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran pada Pemilu 2024.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran 4P dalam Politik Sebagai Strategi Pemasaran Pemilihan Presiden 2024	13
2.1.3 Peran Kecerdasan Buatan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Modern	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.2.1 Jurnal Terdahulu (Nasional)	18
2.2.2 Jurnal Terdahulu (Internasional).....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30

3.3.1	Subjek Penelitian	30
3.3.2	Objek Penelitian.....	30
3.4	Sumber Data.....	30
3.4.1	Data Primer	30
3.4.2	Data Sekunder.....	30
3.5	Informan Penelitian.....	31
3.6	Unit Analisis Data.....	33
3.7	Metode Analisis Data.....	33
3.8	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Karakteristik Informan.....	36
4.2	Hasil Penelitian	38
4.2.1	Implementasi 4P dalam kontestasi Politik.....	38
4.2.2	Implementasi Kecerdasan Buatan dalam Elemen Product	40
4.2.3	Implementasi Kecerdasan Buatan dalam Elemen Promotion.....	43
4.2.4	Implementasi Kecerdasan Buatan dalam Elemen Price	47
4.2.5	Implementasi Kecerdasan Buatan dalam Elemen Place	48
4.3	Pembahasan.....	50
4.3.1	Product (Produk).....	50
4.3.2	Promotion	51
4.3.3	Price	51
4.3.4	Place.....	52
BAB V PENUTUP		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN.....		58