

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Tahapan Penelitian.....	11
1.6 Jadwal Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori.....	23
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	23
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	27
2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	31
2.2.4 Komunikasi melalui Strategi Pemasaran	33

2.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif	35
2.2.6 Roadshow	37
2.2.6.1 Special Event.....	38
2.2.6.2 Tujuan Special Event atau Roadshow	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
 BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	43
3.3.1 Subjek Penelitian.....	43
3.3.2 Objek Penelitian	44
3.4 Definisi Konsep.....	45
3.5 Unit Analisa Data	45
3.6 Informan.....	47
3.7 Pengumpulan Data	48
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.9 Teknik Keabsahan Data	52
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Karakteristik Informan.....	54
4.1.1 Informan Utama	55
4.1.2 Informan Pendukung	56
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Program Mudik Roadshow	61
4.2.2 Strategi Pesan dan Strategi Media dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Program Mudik Roadshow	70
4.2.2.1 Isi Informasi Komunikasi	70
4.2.2.2 Bentuk Kreatif Pesan	76

4.2.3 Strategi Media dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Program Mudik Roadshow	85
4.2.3.1 Pemilihan Media.....	85
4.2.3.2 Celah Konsumen.....	89
4.3 Pembahasan	92
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Program Mudik Roadshow	93
4.3.2 Strategi Pesan dan Komunikasi Pemasaran Melalui Program Mudik Roadshow.....	95
4.3.2.1 Isi Informasi Komunikasi	95
4.3.2.2 Bentuk Kreatif Pesan	98
4.3.3 Strategi Media dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Program Mudik Roadshow	100
4.3.3.1 Pemilihan Media.....	100
4.3.3.2 Celah Konsumen.....	101
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 103
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran untuk Marketing Telkom University	104
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	105
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN.....	