

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	3
DAFTAR GAMBAR	4
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Identifikasi Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Jadwal Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.2 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	16
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Miss Indonesia sebagai Brand	17
2.1.4 Miss Indonesia sebagai Brand	24
2.1.5 Miss Indonesia sebagai Program Televisi	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.4 Lokasi Penelitian	38
3.5 Unit Analisis Penelitian	38
3.6 Informan Kunci	39
3.7 Pengumpulan Data Penelitian	40
3.8 Teknik Analisis Data	41

3.9	Teknik Keabsahan Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Informan.....	43
4.2	Hasil Penelitian.....	44
	4.2.1 Latar Belakang.....	45
	4.2.2 Perencanaan.....	49
	4.2.3 Pelaksanaan.....	72
	4.2.4 Evaluasi.....	85
4.3	Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....		116
DAFTAR LAMPIRAN.....		119