

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Akademis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Tahapan Penelitian.....	14
1.6.1 Waktu Penelitian dan Periode Penelitian.....	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Rangkuman Teori.....	26
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	26
2.2.2 Strategi Komunikasi	28
2.2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif.....	30
2.2.2.2 Strategi Pesan	30

2.2.2.3	Strategi Media	34
2.2.3	Teori Promosi	37
2.2.4	Media Baru (<i>New Media</i>)	40
2.3	Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III		47
METODE PENELITIAN.....		47
3.1	Paradigma Penelitian	47
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	47
3.2.1	Subjek Penelitian	47
3.2.2	Objek Penelitian.....	48
3.3	Lokasi Penelitian	49
3.4	Unit Analisis Data	49
3.5	Informan Penelitian	51
3.5.1	<i>Purposive Sampling</i>	51
3.5.2	Teknik <i>Snowball Sampling</i>	53
3.6	Pengumpulan Data	54
3.6.1	Data Primer	54
3.6.2	Data Sekunder.....	56
3.7	Teknik Analisis Data	56
3.7.1	Reduksi Data.....	57
3.7.2	Penyajian Data	58
3.7.3	Penarikan Kesimpulan dan <i>Verification</i>	58
3.8	Uji Keabsahan Data.....	59
BAB IV		61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Karakteristik Informan	61
4.1.1	Informan Kunci	61

4.1.2	Informan Pendukung	65
4.1.3	Informan Ahli	67
4.2	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1	Strategi Pesan.....	73
4.2.2	Strategi Media	105
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	150
4.3.1	Strategi Pesan Pada Media Aplikasi Sampurasun Purwakarta	153
4.3.2	Strategi Media pada Aplikasi Sampurasun Purwakarta.....	157
BAB V.....		162
KESIMPULAN DAN SARAN.....		162
5.1	Kesimpulan.....	162
5.2	Saran	163
5.2.1	Saran Akademis	163
5.2.1	Saran Praktis	164
DAFTAR PUSTAKA		165
LAMPIRAN.....		169