

DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Moto Dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak.....	viii
Abstract.....	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Waktu Penelitian	8
BAB II Tinjauan Pustaka.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.3 Promotion Mix	11
2.1.4 Awareness	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III Metode Penelitian	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Paradigma Penelitian.....	28
3.3 Subjek Dan Objek	30
3.3.1 Subjek Penelitian.....	30
3.3.2 Objek Penelitian	30

3.4 Jadwal Dan Lokasi Penelitian	30
3.5 Sumber Dan Jenis Data	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.1 Studi Kepustakaan.....	32
3.7.2 Studi Lapangan.....	33
3.8 Teknik Keabsahan Data	33
3.9 Unit Analisis Penelitian	34
3.10 Kriteria Informan	35
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	37
4.1 Profil Bandung Planning Gallery	37
4.2 Karakteristik Informan	39
4.2.1 Profil Informan.....	39
4.2.2 Struktur Organisasi.....	41
4.3 Hasil Penelitian	41
4.3.1 Pelaksanaan	42
4.4 Pembahasan.....	50
4.4.1 Pelaksanaan	51
BAB V Kesimpulan Dan Saran	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Saran Akademis	57
5.2.2 Saran Praktis.....	58
Daftar Pustaka.....	59
Lampiran.....	60