

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
1.6 Jadwal Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Teori.....	7
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	7
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	7
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka Berfikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian.....	22
3.2 Metode Penelitian.....	23
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.3.1 Subjek Penelitian	23
3.3.2 Objek Penelitian.....	24

3.4 Lokasi Penelitian.....	24
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	24
3.6 Informan Kunci.....	25
3.7 Pengumpulan Data Penelitian	25
3.8 Teknik Analisis Data.....	27
3.9 Teknik Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	31
4.1 Informan Ahli.....	31
4.2 Hasil Penelitian	32
4.2.1 Strategi Pesan.....	32
4.2.1.1 Isi Informasi	32
4.2.1.2 Strategi Kreatif	34
4.2.2 Strategi Media.....	36
4.2.2.1 Pemilihan Media	36
4.2.2.2 Celah Konsumen	37
4.3 Pembahasan.....	39
4.3.1 Strategi Pesan	39
4.3.1.1 Isi Informasi	39
4.3.1.2 Strategi Kreatif	40
4.3.2 Strategi Media	42
4.3.2.1 Pemilihan Media	42
4.3.2.2 Celah Konsumen	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran.....	46
5.2.1 Saran Teoritis	46
5.2.2 Saran Praktis	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	49