

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Aspek Teoritis:	13
1.4.2 Aspek Praktis:	13
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Komunikasi.....	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	17
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu Model Dwi Sapta	19
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III.....	38
METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.2.1. Subjek Penelitian	38
3.2.2. Objek Penelitian.....	39
3.3 Lokasi Penelitian	39
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	39
3.5 Informan Kunci.....	40
3.6 Pengumpulan Data Penelitian.....	40
3.6.1. Observasi	41
3.6.2. Wawancara.....	41
3.6.3. Dokumentasi.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.8. Teknik Keabsahan data.....	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Karakteristik Narasumber.....	46
4.2. Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. <i>Discovery Circle</i> (Lingkaran Kiri)	49
4.2.2. <i>Intent Circle</i> (Lingkaran Tengah).....	66
4.2.3. <i>Strategy Circle</i> (Lingkaran Kanan)	73
4.3. Pembahasan.....	96
4.3.1. <i>Discovery Circle</i> (Lingkaran Kiri)	97
4.3.2. <i>Intent Circle</i> (Lingkaran Tengah).....	103
4.3.3. <i>Strategy Circle</i> (Lingkaran Kanan)	106
BAB V.....	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1. Kesimpulan.....	115
5.2. Saran	115
5.2.1. Saran Akademis	115
6.3.3. Saran Praktis.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	120