

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
1.1 Kajian Pustaka	11
1.1.1 Strategi Komunikasi.....	11
1.1.2 Komunikasi Perusahaan	14
1.1.3 Perusahaan Audio-Post Production.....	14
1.1.4 Mempertahankan Loyalitas Klien	15

1.2	Penelitian Terdahulu.....	15
1.3	Kerangka Pemikiran	28
BAB III		29
METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Paradigma Penelitian	29
3.2	Metode Penelitian.....	29
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	30
3.4	Karakteristik Informan	30
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Unit Analisis	32
3.7	Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	32
3.7.1	Teknik Analisis Data	32
3.7.2	Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV		35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Informan Penelitian	35
4.2	Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	Strategi Komunikasi Perusahaan Audio-post dalam Mempertahankan Loyalitas Klien pada Iklan Televisi	36
4.2.2	Loyalitas Klien Cut2Cut Studio	43
4.2.3	Alasan Perusahaan Audio-post untuk Iklan Televisi hanya ada di Daerah Jakarta.....	45
4.3	Pembahasan	46
4.3.1	Strategi Komunikasi Perusahaan Audio-post dalam Mempertahankan Loyalitas Klien pada Iklan Televisi	46
BAB V.....		50
PENUTUP.....		50
5.1	Kesimpulan.....	50

5.2 Saran	51
5.2.1 Saran Praktis	51
5.2.2 Saran Teoritis	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54