

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	11
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Waktu Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Komunikasi.....	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Efektif.....	17
2.1.4 <i>Campaign</i>	18
2.1.5 Media Sosial Campaign	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.3.1 Subjek Penelitian.....	32
3.3.2 Objek Penelitian	32
3.4 Informan Penelitian	32
3.5 Lokasi Penelitian	34
3.6 Unit Analisis Penelitian	34

3.7	Teknik Pengumpulan data	35
3.7.1	Wawancara	35
3.7.2	Dokumentasi	36
3.7.3	Studi Kepustakaan.....	36
3.7.4	Observasi.....	37
3.8	Teknik Analisis Data	37
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	38
BAB IV.....		40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Data Informan Penelitian	40
4.2	Jadwal Wawancara	42
4.3	Hasil Penelitian.....	42
4.3.1	Latar Belakang Brodo Proyek Lestari	42
4.3.2	Isi dan Penyampaian Informasi	50
4.3.3	Bentuk Kreatif Pesan	53
4.3.4	Strategi Media.....	61
4.3.5	Celah Konsumen	66
4.4	Pembahasan.....	68
4.4.1	Latar Belakang Terbentuknya Proyek Lestari.....	69
4.4.2	Strategi Pesan	70
4.4.3	Isi Informasi Komunikasi	72
4.4.4	Bentuk Kreatif Pesan	74
4.4.5	Strategi Media.....	76
4.4.6	Celah Konsumen	79
BAB V.....		82
PENUTUP.....		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran Teoritis	83
5.3	Saran Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		87