

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Rangkuman Teori.....	8
2.1.1 Teori Komunikasi.....	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	13
2.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.5 Komunikasi Pemasaran Digital.....	17

2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.1 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	20
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal International	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Metode Penelitian.	30
3.2 Paradigma Penelitian.....	30
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	31
3.3.1 Subjek Penelitan.....	31
3.3.2 Objek Penelitian.....	31
3.4 Informan Penelitian.....	31
3.5 Lokasi Penelitian.....	34
3.6 Unit Analisis Penelitian.....	34
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Wawancara.	35
3.7.2 Observasi.....	35
3.7.3 Pengumpulan Dokumen.....	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	36
BAB IV.....	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Strategi Pesan.....	38
4.2.1.1 Isi Informasi.....	38
4.2.1.2 Bentuk Kreatif Pesan.....	44

4.1.2 Strategi Media.....	50
4.1.2.1 Pemilihan Media.....	50
4.1.2.2 Celah Konsumen.....	54
4.2. Pembahasan.....	57
4.2.1 Strategi Pesan.....	58
4.2.1.1 Isi dan Penyampaian Komunikasi.....	58
4.2.1.2 Bentuk Kreatif Pesan.....	60
4.2.2 Strategi Media.....	62
4.2.2.1 Pemilihan Media.....	62
4.2.2.2 Celah Konsumen.....	66
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran Akademis.....	69
5.3 Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74