

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	5

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Komunikasi Pemasran .....	6
2.2 <i>Marketing Public Relation</i> .....	10
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	11
2.3.1 Teori dan Konsep Komunikasi Pemasaran.....	13
2.4 Batik.....	15
2.5 Kajian Pustaka .....	16
2.6 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu .....	20
2.7 Kerangka Berpikir .....	26

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Jenis Sumber Data .....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.4 Unit Analisis.....	29
3.5 Informan .....	29

3.6 Metode Analisis data dan keabsahan data .....	30
---	----

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Batik Banava.....	33
4.2 Produk Batik Banava .....	34
4.3 Deskripsi Data .....	36
4.3.1 Iklan ( <i>Advertising</i> ) .....	37
4.3.2 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	39
4.3.3 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ).....	41
4.3.4 Penjualan Perorangan ( <i>Personal Selling</i> ) .....	37
4.3.5 Penjualan Langsung ( <i>Direct Selling</i> ) .....	44
4.3.6 Faktor Pendukung .....	45
4.3.7 Faktor Penghambat .....	46
4.4 Pembahasan .....	46
4.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Banava Sebagai Produk Khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah .....	46
4.4.2 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Banava Sebagai Produk Khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah .....	52

#### **BAB V PENUTUP**

3.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	53

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
-----------------------------	-----------