

DAFTAR ISI

HALAMAN LUAR	1
HALAMAN DALAM.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR LAMPIRAN	8
BAB I	9
PENDAHULUAN.....	9
1.1 Latar Belakang.....	9
1.2 Tujuan Penelitian	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitan	18
2.1.1 Strategi Komunikasi	18
2.1.2 Strategi Komunukasi Pemasaran	18
2.1.3 Teori Komunikasi Massa.....	26
2.1.4 Sejarah Perusahaan Internet.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB 3.....	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.4 Unit Analisis Data.....	45
3.5 Informan Penelitian	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data	49

3.7	Teknik Analisis Data	50
3.8	Teknik Keabsahaan Data.....	51
BAB IV		52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	<i>Direct Marketing</i>	52
4.1.2	<i>Sales Promotion</i>	54
4.1.3	<i>Personal Selling</i>	57
4.1.4	<i>Public Relations</i>	58
4.1.5	<i>Sponsorship</i>	60
4.1.6	<i>Word of Mouth</i>	61
4.1.7	<i>Advertising</i>	63
4.2	Hasil Pembahasan	64
4.2.1	<i>Direct Marketing</i>	64
4.2.2	<i>Sales Promotion</i>	67
4.2.3	<i>Personal Selling</i>	70
4.2.4	<i>Public Relation</i>	71
4.2.5	<i>Sponsorship</i>	74
4.2.6	<i>Word Of Mouth</i>	75
4.2.7	<i>Advertising</i>	76
BAB V		82
KESIMPULAN DAN SARAN.....		82
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		88