

DAFTAR ISI	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademik.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	10
1.5.1 Waktu Penelitian	10
1.5.2 Lokasi Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Elemen-Elemen Komunikasi	11
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	13
2.1.5 Konsep Kreatif	14
2.1.6 <i>Guerrilla Marketing</i>	15
2.1.7 Elemen <i>Guerrilla Marketing</i>	16
2.1.8 Teknik <i>Guerrilla Marketing</i>	17
2.1.9 Efek <i>Guerrilla Marketing</i>	18
2.1.10 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	20
2.1.11 Kriteria UMKM	21

2.1.12	Karakteristik UMKM	21
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Paradigma Penelitian	41
3.2	Metode Penelitian	41
3.2.1	Subjek Penelitian	42
3.2.2	Objek Penelitian	42
3.2.3	Lokasi penelitian	43
3.3	Studi Kasus	43
3.4	Informan Penelitian	44
3.4	Unit Analisis Penelitian	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5	Teknik Analisis Data	49
3.6	Teknik Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Informasi Informan	52
4.1.1	Informan Kunci	52
4.1.2	Informan Ahli	55
4.1.3	Informan Pendukung	56
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Penerapan Elemen Komunikasi dan Elemen <i>Guerrilla Marketing</i> dalam Komunikasi Pemasaran Kreatif pada UMKM Warung Ubi Ibu	58
4.3	Pembahasan	74
4.3.1	Kejutan	77
4.3.2	Unik	84
4.3.3	Kreativitas	88
BAB V PENUTUP		103
5.1	Simpulan	103
5.1.1	Saran Akademis	104
5.1.2	Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN		108
Lampiran 1 Hasil Cek Ithenticate		109
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara		109