DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……..…… i

HALAMAN KEASLIAN KARYA ii

HALAMAN PERSETUJUAN…….....… iii

HALAMAN PENGESAHAN ……..... iv

MOTTO ……..... v

ABSTRAK ……..... vi

KATA PENGANTAR ……..... vii

DAFTAR ISI …….....…… viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah ……..... 1

B. Rumusan Masalah ……..... 5

C. Batasan Masalah ……..... 5

D. Tujuan Penelitian …….....…… 5

E. Manfaat Penelitian ……... 6

F. Definisi Konsep …….....… 7

G. Kerangka Penelitian …….....…….. 10

H. Metode Penelitian 12

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka 24

1. Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communications*) Panitia dalam Acara YouMEC 2015 24

2. Pola Model DAGMAR 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kajian Teori 37

BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Profil Data 40

1. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian 40

a.) Profil Informan 40

b.) Profil Kegiatan 41

c.) Lokasi Penelitian 42

B. Deskripsi Data Penelitian 42

1. Komunikasi Pemasaran Terpadu Panitia pada Pra Acara 42

2. Detail Proses Kegiatan 52

3. Pola Penerapan DAGMAR oleh Panitia Selama Pra Acara 78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

A. Hasil Penelitian 83

1. Efektivitas Pemasaran (IMC) Panitia Menggunakan Media Online 83

2. Komunikasi Pemasaran Langsung Panitia 97

3. Pesan Panitia yang Terintegrasi 98

4. Pola Komunikasi Panitia yang Terstruktur 99

B. Analisa 103

1. Efektivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) 103

2. Keberhasilan Pola Model DAGMAR 105

3. Teori Inokulasi Efektif untuk Mempersuasi Pesata dan Sponsor 113

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN..... 116

B. SARAN..... 118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id