

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN (Sampul Dalam)	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Penelitian	7
F. Definisi Konsep	10
G. Kerangka Pikir Penelitian	13
H. Metode Penelitian	15
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	15
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian	16
3. Jenis dan Sumber Data	17
4. Tahap – tahap Penelitian	18
5. Teknik Pengumpulan Data	19
6. Teknik Analisis Data	20
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	22
I. Sistematika Pembahasan	22
BAB II : KAJIAN TEORITIS	25
A. Kajian Pustaka	25

1.	Pengertian Komunikasi Pemasaran	25
2.	Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran	29
3.	Bauran Komunikasi Pemasaran	33
4.	Basis Komunikasi Pemasaran Model IMC	41
5.	Mengembangkan Komunikasi Efektif	43
6.	Media Penyiaran pada Segmentasi & Program	49
B.	Kajian Teori	52
BAB III	: PENYAJIAN DATA	54
A.	Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian	54
1.	Subyek Penelitian	54
2.	Obyek Penelitian	56
3.	Lokasi Penelitian	57
B.	Deskripsi Data Penelitian	62
BAB IV	: ANALISIS DATA	81
A.	Temuan Peneliti	81
B.	Konfirmasi Temuan dengan Teori	99
BAB V	: PENUTUP	104
A.	Kesimpulan	104
B.	Rekomendasi	106

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN