

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKESAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	9
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1. Kegunaan Teoritis .....	10
1.5.2. Kegunaan Praktis .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>12</b>
2.1. Kajian Literatur .....	12
2.1.1. <i>Review</i> Penelitian Sejenis .....	12
2.1.2. Kerangka Konseptual .....	14
2.2. Komunikasi .....	14
2.2.1. Fungsi Komunikasi.....	16

2.2.2.	Proses Komunikasi .....	17
2.2.3.	Unsur-unsur Komunikasi .....	18
2.2.4.	Konteks Komunikasi .....	20
2.3.	Komunikasi Massa .....	21
2.3.1.	Komponen Komunikasi Massa .....	26
2.3.2.	Karakteristik dan Fungsi Komunikasi .....	28
2.4.	Strategi .....	32
2.5.	Komunikasi Pemasaran .....	36
2.6.	Strategi Komunikasi Pemasaran .....	39
2.7.	Radio .....	42
2.7.1.	Karakteristik Radio .....	43
2.7.2.	Keunggulan dan Kelemahan Radio .....	44
2.7.3.	Program Radio .....	45
2.8.	Kerangka Teoritis .....	48
2.8.1.	Integrated Marketing Communication (IMC) .....	48
2.8.2.	Elemen-Elemen Dalam IMC .....	53
2.9.	Kerangka Pemikiran .....	55
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN .....</b>		<b>59</b>
3.1.	Subjek Penelitian .....	59
3.2.	Objek Penelitian .....	62
3.3.	Metode Penelitian .....	64
3.3.1.	Desain/Paradigma Penelitian .....	65
3.3.2.	Prosedur Pengumpulan Data .....	66
3.3.3.	Rancangan Analisis Data .....	68
3.3.4.	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian .....	69
3.4.	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian .....	71
3.5.	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	71

3.5.1.	Lokasi Penelitian .....	71
3.5.2.	Jadwal Penelitian .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>73</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	73
4.1.1.	Sales Promotion Play99ers Radio dalam Program “Pulang Sore” .....	74
4.1.2.	Public Relations Play99ers Radio Dalam Program “Pulang Sore” .....	80
4.1.3.	Advertising Play99ers Radio Dalam Program “Pulang Sore”.....	85
4.1.4.	Personal Selling Play99ers Radio Dalam Program “Pulang Sore” .....	92
4.1.5.	Direct Marketing Play99ers Radio Dalam Program “Pulang Sore” .....	95
4.2.	Pembahasan Penelitian .....	99
4.2.1.	Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Sales Promotion .....	99
4.2.2.	Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Public Relations .....	102
4.2.3.	Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Advertising.....	104
4.2.4.	Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Personal Selling.....	105
4.2.5.	Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Direct marketing.....	106
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>109</b>
5.1.	Kesimpulan .....	109
5.2.	Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>114</b>