

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
ABSTRACT	
RINGKESAN	
KATA PENGANTAR	<i>i</i>
DAFTAR ISI	<i>iv</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>vi</i>
DAFTAR TABEL	<i>vii</i>
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian / Pertanyaan Penelitian	5
1.2.1 Fokus Penelitian	5
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Kajian Literatur	9
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	9
2.2. Kerangka Konseptual	14
2.2.1 Komunikasi.....	14
2.2.2 Strategi Komunikasi	31
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	32
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	35
2.3 Kerangka Teoritis	36
2.3.1 Integrated Marketing Communication	36
2.4 Kerangka Pemikiran	41
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI	43
3.1 Subjek Penelitian	43
3.2 Objek Penelitian	46
3.2.1 Demajors Records	46
3.2.2 Synchronize Festival.....	47

3.2.3.	Struktur Organisasi.....	48
3.3	Metodologi Penelitian	49
3.3.1	Desain / Paradigma Penelitian	50
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	53
3.3.3	Rancangan Analisis Data	54
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	56
3.4	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan Dengan Subjek Penelitian.....	58
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	59
3.5.1	Lokasi Penelitian	59
3.5.2	Jadwal Penelitian	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1	Hasil Penelitian	62
4.1.1	Strategi Komunikasi <i>Public Relations</i> Demajors Records	64
4.1.2	Strategi Komunikasi <i>Advertising</i> Demajors Records	70
4.1.3	Strategi Komunikasi <i>Word of Mouth</i> Demajors Records	76
4.1.4	Strategi Komunikasi <i>Events and Experiences</i> Demajors Records	81
4.2	Pembahasan Penelitian	87
4.2.1	Public Relations Demajors Records.....	88
4.2.2	Advertising Demajors Records	90
4.2.3	Word of Mouth Demajors Records	93
4.2.4	Event and Experiences Demajors Records	94
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	101
	DAFTAR PUSTAKA.....	viii
	LAMPIRAN.....	ix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Synchronize Festival.....	2
Gambar 1.2 Perform Godbless Synchronize 2023.....	3
Gambar 1.3 Instagram Synchronize Fest.....	4
Gambar 3.1 Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	54
Gambar 3.2 Lokasi Demajors Records.....	60
Gambar 4.1 <i>Public Relations</i> Demajors Records.....	89
Gambar 4.2 <i>Advertising</i> Demajors Records.....	91
Gambar 4.3 <i>Advertising</i> Demajors Records.....	92
Gambar 4.4 <i>Event and Experiences</i> Demajors Records.....	95
Gambar 4.5 <i>Gigs Stage</i> Demajors Records	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	11
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	61
Tabel 4.1 Tabulasi mengenai <i>Public Relations</i> Demajors Records.....	69
Tabel 4.2 Tabulasi mengenai <i>Advertising</i> Demajors Records.....	73
Tabel 4.3 Tabulasi mengenai <i>Word of Mouth</i> Demajors Records.....	79
Tabel 4.4 Tabulasi mengenai <i>Event and Experiences</i> Demajors Records...	84