

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	1
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah.....	7
1.2.1 Fokus Penelitian.....	7
1.2.2 Pertanyaan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.3.2.2 Kegunaan Praktif.....	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Literatur.....	11
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
2.1.2 Kerangka Konseptual.....	14
2.1.2.1 Hubungan Masyarakat.....	14
2.1.2.1.1 Definisi Humas/Public Relation.....	14
2.1.2.1.2 Fungsi dan Peranan Humas/Public Relation.....	17
2.1.2.1.3 Ruang Lingkup Tugas Humas.....	19
2.1.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	20

2.1.2.2.1	Definisi Komunikasi Pemasaran .....	20
2.1.2.2.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	23
2.1.2.2.3	Bentuk-Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	25
2.1.2.2.4	Proses Komunikasi Pemasaran.....	27
2.1.2.3	Komunikasi Organisasi.....	32
2.1.2.3.1	Pengertian Komunikasi Organisasi.....	32
2.1.2.3.2	Fungsi Komunikasi dalam Organisasi .....	33
2.1.3	Kerangka Teoritis.....	34
2.2	Kerangka Pemikiran.....	37
2.2.1	Definisi Integrated Marketing Communication.....	37
2.2.2	Elemen-Elemen Integrated Marketing Communication .....	38
BAB III .....		45
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN.....		45
3.1	Subjek, Objek, dan Metodologi Penelitian.....	45
3.1.1	Subjek Penelitian.....	45
3.1.2	Objek Penelitian .....	49
3.1.3	Metodologi Penelitian .....	49
3.1.3.1	Desain/Paradigma Penelitian.....	50
3.1.1.1	Prosedur Pengumpulan Data .....	51
3.1.1.2	Rancangan Analisis Data.....	54
3.1.1.3	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	56
3.1.2	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	58
3.1.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	58
3.1.3.1	Lokasi Penelitian.....	58
3.1.3.2	Jadwal Penelitian.....	58
BAB IV .....		60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		60
4.1	Hasil Penelitian .....	60
4.1.1	Hasil Penelitian Mengenai <i>Sales Promotion</i> .....	60
4.1.2	Hasil Penelitian Mengenai <i>Public Relation</i> .....	69
4.1.3	Hasil Penelitian Mengenai <i>Advertising</i> .....	78
4.1.4	Hasil Penelitian Mengenai Event Sponsorship .....	88
4.1.5	Hasil Penelitian Mengenai <i>Personal Selling</i> .....	101

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	112
4.2.1 Pembahasan Strategi Mengenai <i>Sales Promotion</i> .....	113
4.2.2 Pembahasan Strategi Mengenai <i>Public Relation</i> .....	115
4.2.3 Pembahasan Strategi Mengenai <i>Advertising</i> .....	117
4.2.4 Pembahasan Strategi Mengenai Event Sponsorship .....	119
4.2.5 Pembahasan Strategi Mengenai Personal Selling.....	121
BAB V .....	123
SIMPULAN DAN SARAN.....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	128