

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.2 Kerangka Konseptual	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	24
2.2.3 Promosi	29
2.3 Kerangka Teoritis	35
2.3.1 Integrated Marketing Communication (IMC)	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III.....	41
SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	41

3.1 Subjek Penelitian.....	41
3.2 Objek Penelitian.....	45
3.3 Metodologi Penelitian.....	45
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian.....	46
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	47
3.3.3 Rancangan Analisis Data.....	48
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	49
3.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	50
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	51
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	51
3.5.2 Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.1.1 Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Data Informan.....	59
4.2.2 Analisis Hasil Penelitian.....	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	141
4.3.1 Advertising.....	141
4.3.2 Public Relations and Publicity.....	146
4.3.3 Event and Experiences.....	148
4.3.4 Sales Promotion.....	151
4.3.5 Online and Social Media Marketing.....	153
4.3.6 Mobile Marketing.....	155
4.3.7 Personal Selling.....	157
4.3.8 Direct and Database Marketing.....	159
4.3.9 Sapawarga.....	161
4.3.10 Nilai Keberhasilan Promosi Aplikasi Sapawarga.....	164
4.3.11 Pembahasan Analisis Peneliti.....	169

BAB V	172
KESIMPULAN DAN SARAN	172
5.1 Kesimpulan	172
5.2 Saran.....	175
DAFTAR PUSTAKA.....	177
LAMPIRAN.....	182

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis	12
Tabel 3.1 Gambaran Informan	43
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	52
Tabel 4.1 Tabulasi wawancara informan <i>advertising</i>	66
Tabel 4.2 Tabulasi wawancara informan <i>Public Relations and Publicity</i>	82
Tabel 4.3 Tabulasi wawancara informan <i>Event and Experiences</i>	95
Tabel 4.4 Tabulasi wawancara informan <i>Sales Promotion</i>	109
Tabel 4.5 Tabulasi wawancara informan <i>Online and Social media Marketing</i>	117
Tabel 4.6 Tabulasi wawancara informan <i>Mobile Marketing</i>	127
Tabel 4.7 Tabulasi wawancara informan <i>Personal Selling</i>	133
Tabel 4.8 Tabulasi wawancara informan <i>Direct and Database Marketing</i>	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Masyarakat Digital Jawa Barat.....	3
Gambar 2.1 Proses Komunikasi Lawrence Kincaid (1981).....	20
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	25
Gambar 2.3 Unsur-unsur proses komunikasi <i>macromodel</i>	28
Gambar 2.4 bentuk-bentuk dari proses komunikasi <i>micromodel</i>	29
Gambar 2.5 model strategi bauran promosi <i>push</i> dan <i>pull</i>	32
Gambar 2.6 Bagan Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Logo Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi dan Unit Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat.....	56
Gambar 4.3 Flyer, X Banner, dan Baliho Sapawarga	143
Gambar 4.4 Media <i>Online</i> promosi Sapawarga	143
Gambar 4.5 Media <i>Online</i> promosi Sapawarga pemesanan tiket Jabar <i>Command Centre</i>	144
Gambar 4.6 Fitur aduan aplikasi Sapawarga.....	145
Gambar 4.7 <i>Press Release</i> Sapawarga Diskominfo Jabar.....	147
Gambar 4.8 Acara Nganjang Ka Warga Pemprov Jabar	149
Gambar 4.9 Promosi Sapawarga pada DTI CX Jakarta	150
Gambar 4.10 Insentif Payung dan Sapawarga	153
Gambar 4.11 Kolaborasi <i>Influencer</i> Instagram dengan Sapawarga	155
Gambar 4.12 <i>Slider Banner</i> pada aplikasi Sapawarga	157
Gambar 4.13 upaya <i>personal selling</i> dari tim Diskominfo Jabar mempromosikan Sapawarga	159

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	182
Lampiran 2 Surat Penelitian.....	183
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian	184
Lampiran 4 Pedoman Wawancara Informan Kunci	185
Lampiran 5 Pedoman Wawancara Informan Utama	188
Lampiran 6 Pedoman Wawancara Informan Pendukung Satu.....	190
Lampiran 7 Pedoman Wawancara Informan Pendukung Dua	192
Lampiran 8 Dokumentasi Observasi Lapangan	194
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara Informan	195