

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	10
1.2.1. Fokus Penelitian.....	10
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1. Tujuan Penelitian	11
1.3.2. Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1. Kajian Literatur.....	13
2.1.1. <i>Review Penelitian Sejenis</i>	13
2.2. Kerangka Konseptual	24
2.2.1. Komunikasi	24
2.2.2. Strategi Komunikasi.....	37
2.2.3. Komunikasi Pemasaran.....	39
2.2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran	45
2.2.5. Digitalisasi	46
2.3. Kerangka Teoretis.....	49
2.3.1. <i>Integrated Marketing Communication</i>	49
2.4. Kerangka Pemikiran	54

BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	59
3.1. Subjek Penelitian	59
3.1.1. Profil Informan.....	61
3.2. Objek Penelitian	62
3.2.1. Adyctivity Production	63
3.2.2. Visi dan Misi Adyctivity Production	65
3.2.3. Profil Adyctivity Production.....	66
3.2.4. Struktur Organisasi Adyctivity Production.....	66
3.3. Metodologi Penelitian	66
3.3.1. Desain/Paradigma Penelitian	68
3.3.2. Prosedur Pengumpulan data.....	72
3.3.3. Rancangan Analisis Data	74
3.3.4. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	78
3.3.5. Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian .	79
3.4. Lokasi dan Jadwal Penelitian	80
3.4.1. Lokasi Penelitian.....	80
3.4.2. Jadwal Penelitian	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Hasil Penelitian.....	82
4.1.1. Advertising yang dilakukan Adyctivity Production	85
4.1.2. Direct Marketing yang dilakukan Adyctivity Production.....	100
4.1.3. Event & Experiences yang dilakukan Adyctivity Production	112
4.1.4 Sales Promotion yang dilakukan oleh Adyctivity Production	125
4.1.5. Public Relations yang dilakukan oleh Adyctivity Production	137
4.2. Pembahasan Penelitian	147
4.2.1 Mengenai <i>Advertising</i> yang dilakukan oleh Adyctivity Production ...	148
4.2.2 Mengenai <i>Direct Marketing</i> yang dilakukan oleh Adyctivity Production	149
4.2.3 Mengenai <i>Event & Experiences</i> yang dilakukan oleh Adyctivity Production	151

4.2.4 Mengenai <i>Sales Promotion</i> yang dilakukan oleh Adyctivity Production	153
4.2.5 Mengenai <i>Public Relations</i> yang dilakukan oleh Adyctivity Production	154
BAB V	157
KESIMPULAN DAN SARAN	157
5.1 Simpulan.....	157
5.2 Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN	165
Lampiran 1: Dokumentasi Wawancara	165
Lampiran 2	168
Lampiran 3	169