

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kebaruan Penelitian	6
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Strategi Komunikasi Pemasaran	10
B. Integrated Marketing Communication	11
C. Creative Hub	14
D. Kerangka Konsep	16
BAB III.....	17
METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Jenis Penelitian.....	17
B. Metode Penelitian.....	17
C. Subjek dan Objek Penelitian	18
D. Teknik Pengumpulan Data	18
E. Teknik Analisis Data.....	19
F. Teknik Validasi Data.....	20

G. Limitasi Penelitian	21
BAB IV	22
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JNM BLOC SEBAGAI CREATIVE HUB.....	22
A. Gambaran Tentang JNM Bloc sebagai Objek Penelitian.....	22
B. Penerapan Alat Komunikasi Pemasaran IMC Oleh JNM Bloc	28
C. Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran IMC Oleh JNM Bloc	43
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	60
A. Panduan Wawancara	60
B. Transkrip Wawancara	63