

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRAK....	xiii
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan dan Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Lingkup Penelitian	7
1.6. Sistematika Penelitian	8
BAB II - LANDASAN TEORI	10
2.1. Komunikasi Pemasaran	10
2.1.1. Komunikasi Pemasaran Modern	11
2.1.2. Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3. Model Proses Komunikasi	15
2.2. Mengembangkan Komunikasi Efektif	20
2.2.1. Mengidentifikasi Konsumen Sasaran	20
2.2.2. Menentukan Tujuan Komunikasi	21
2.2.3. Mendesain Komunikasi	23
2.2.4. Memilih Saluran Komunikasi	28
2.2.5. Menentukan Anggaran Komunikasi	30
2.2.6. Menentukan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	32
2.2.7. Mengukur Hasil Komunikasi	34
2.2.8. Mengelola Komunikasi Pemasaran Terpadu	36

BAB III – METODE PENELITIAN	39
3.1. Desain Penelitian	39
3.2. Metode Pengumpulan Data	39
3.3. Instrumen Penelitian	41
3.4. Metode Analisis Data	41
3.5. Daftar Pertanyaan Penelitian	43
BAB IV - HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Profil Informan	49
4.2. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	50
4.2.1. Identifikasi Konsumen Sasaran	51
4.2.2. Menentukan Tujuan Komunikasi	54
4.2.3. Mendesain Komunikasi	57
4.2.4. Memilih Saluran Komunikasi	62
4.2.5. Menentukan Anggaran Komunikasi	63
4.2.6. Menentukan Bauran Komunikasi Pemasaran	63
4.2.7. Mengukur Hasil Komunikasi	63
4.2.8. Mengelola Komunikasi Pemasaran Terpadu	63
4.3. Uji Triangulasi	65
4.4. Analisis Keseluruhan.....	66
BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	80
5.3. Keterbatasan Penelitian	82
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN I	86
LAMPIRAN II	101