

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Akademis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Kerangka Pemikiran .....	7
1. Bisnis dan Strategi Pemasaran.....	7
2. <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i> .....	15
F. Kerangka Konsep .....	20
G. Model Penelitian .....	21
H. Metodologi Penelitian.....	22

1. Metode Penelitian.....	22
2. Informan Penelitian .....	24
3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data .....	25
5. Teknik Analisis Data .....	25

## **BAB II. BISNIS DAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION**

A. Bisnis Karaoke dan Komunikasi Pemasaran .....	28
B. Integrated Marketing Communications (IMC).....	37

## **BAB III. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Profil PT Halo Rumah Bernyanyi .....	51
B. Profil Inul Vizta FKTV The Park Mall Solo .....	62
C. Profil Hello FKTV Yogyakarta .....	63

## **BAB IV. PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS DI PT HALO RUMAH BERNYANYI: TEMUAN DAN ANALISIS DATA**

A. Gambaran Bisnis <i>Family</i> Karaoke PT Halo Rumah Bernyanyi .....	78
B. Strategi Pemasaran dan Elemen <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> menurut PT Halo Rumah Bernyanyi .....	94
C. Penerapan <i>Integrated Marketing Communications</i> (IMC) PT Halo Rumah Bernyanyi di Hello FKTV Yogyakarta dan Inul Vizta FKTV	

The Park Mall Solo.....	108
-------------------------	-----

## **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	130
1. Saran bagi PT Halo Rumah Bernyanyi.....	130
2. Saran Akademis.....	131

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>134</b>
----------------------------	------------

## **LAMPIRAN**