

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Secara Akademis.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka	9
1.5.1 Strategi.....	9
1.5.2 <i>Marketing Communication</i>	9
1.5.3 Konsep <i>Integrated Marketing Communication</i>	11
1.6 Langkah – langkah Penelitian	13
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	13
1.6.3 Metode Penelitian	15
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	16

1.6.5 Teknik Penentuan Informan.....	17
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.6.7 Teknik Analisis Data.....	20
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	22
2.1 Kajian Penelitian yang Relevan.....	22
2.2 <i>Marketing Communication</i>	31
2.2.1 <i>Marketing</i>	31
2.2.2 <i>Communication</i>	31
2.2.3 Definisi <i>Marketing Communication</i>	32
2.2.4 Peranan Komunikasi Pemasaran.....	36
2.2.5 Tujuan Komunikasi Pemasaran	36
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	38
2.4 Konsep <i>Integrated Marketing Communications</i>	38
2.4.1 <i>Advertising</i>	39
2.4.2 <i>Personal Selling</i>	41
2.4.3 <i>Sales Promotion</i>	42
2.4.4 <i>Public Relations / Publicity</i>	43
2.4.5. <i>Direct Marketing</i>	46
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	49
3.1.1 Sejarah dan Profile Perusahaan.....	49
3.1.2 Tagline Radio Ardan	50
3.1.3 Visi dan Misi.....	50
3.1.4 Logo Radio Ardan.....	51
3.1.5 Struktur Organisasi	51
3.1.6 Profile Informan.....	52
3.2 Hasil Penelitian	54
3.2.1 Strategi Radio Ardan dalam Mengelola dan Mempromosikan Perusahaan	55

3.2.2 Strategi Radio Ardan dalam Membangun Interaksi dengan <i>Stakeholder</i> dan Insan Muda	61
3.2.3 Strategi Radio Ardan dalam membangun minat mendengar Insan Muda ..	68
3.2.4 Strategi Radio Ardan dalam membangun hubungan yang baik dengan <i>Stakeholder</i>	71
3.2.5 Strategi Radio Ardan dalam membangun hubungan yang baik dengan Insan Muda	84
3.3 Pembahasan.....	88
3.3.1 Strategi <i>Advertising</i> Ardan Radio	89
3.3.2 Strategi <i>Personal Selling</i> Ardan Radio	94
3.3.3 Strategi <i>Sales Promotion</i> Radio Ardan	97
3.3.4 Strategi <i>Public Relations/ Publicity</i> Ardan Radio.....	99
3.3.5 Strategi <i>Direct Marketing</i> Radio Ardan.....	108
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	114
4.1 Simpulan	114
4.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	121