

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II PEMBAHASAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.1 Komunikasi.....	12
2.2.2. Pemasaran	12
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	14
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun <i>Brand awareness</i>	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Subyek Penelitian	28
3.4 Data dan Sumber Data.....	30

3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.2 Visi dan Misi perusahaan.....	36
4.1.3 Struktur Organisasi	36
4.1.4 Manfaat MIGO <i>Ebike</i>	37
4.1.5 Konsep dan Layanan.....	38
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Analisis Konteks MIGO <i>Ebike</i>	41
4.2.2 Menentukan Tujuan Komunikasi	46
4.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	49
4.2.4 Kordinasi Bauran Promosi.....	53
4.2.5 Sumber.....	54
4.2.6 Penjadwalan dan Implementasi	55
4.3 Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Akademis	74
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77
CURRICULUM VITAE.....	101