

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Penelitian .....	7
1.2.1 Identifikasi Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademik .....	8
1.4.2 Manfaat Akademik .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) .....	21
2.1.3 Elemen Komunikasi Pemasaran .....	24
2.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	35
2.2 Kerangka Pemikiran .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	41

3.2 Paradigma Penelitian .....	41
3.3 Metode Penelitian .....	42
3.4 Key Informant.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1 Data Primer .....	45
3.5.2 Data Sekunder .....	46
3.6 Teknis Analisa Data.....	47
3.7 Key Informant .....	48
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	48
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum .....	50
4.1.1 Gambaran Umum Tempo Media Grup .....	50
4.1.2 Gambaran Umum Tempo.co .....	52
4.2 Hasil Penelian .....	53
4.2.1 Perencanaan.....	55
4.2.2 Pelaksanaan .....	60
4.3 Strategi Marketing Tempo.co Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Online .....	65
4.4 Pembahasan.....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	