

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3 Bauran Pemasaran.....	18
2.4 Bauran Promosi.....	19
2.5 Strategi Event.....	21
2.6 <i>Event</i>	23
2.6.1 Bentuk-Bentuk Event.....	23
2.6.2 Fungsi dan Tujuan Event.....	31
2.6.3 Tahap Perencanaan Dalam Event.....	31
2.7 Brand Activation.....	34
2.8 Radio.....	35
2.8.1 Karakteristik Radio.....	36
2.8.2 Unsur-Unsur Daya Tarik Radio.....	37
2.8.3 Radio Sebagai Produk.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subyek Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	46
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Prambors	49
4.1.1 Sejarah Prambors	49
4.1.2 Logo Prambors.....	51
4.1.3 Visi Misi Prambors Radio.....	53
4.1.4 Struktur Perusahaan Prambors Radio.....	53
4.1.3 Program-program Prambors Radio.....	54

4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Analisis SWOT.....	59
4.2.2	Analisis STP....	59
4.2.3	Implementasi Brand Activation.....	60
4.2.4	Implementasi Brand Engagement.....	70
4.2.5	Evaluasi Pasca Event.....	78
4.3	Pembahasan	81
4.3.1	Penelitian.....	81
4.3.2	Desain ..	82
4.3.3	Perencanaan	82
4.3.4	Koordinasi.....	83
4.3.5	Evaluasi	83
BAB V	KESIMPULAN & SARAN.....	85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
5.2.1	Saran Akademis.....	86
5.2.2	Saran Praktis.....	87

LAMPIRAN
DAFTAR PUSTAKA
BIODATA PENULIS



UNIVERSITAS
MERCU BUANA