

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iii	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv	
LEMBAR PENGESAHAN	v	
PERNYATAAN	vi	
<i>ABSTRACT</i>	vii	
ABSTRAK	viii	
KATA PENGANTAR.....	ix	
DAFTAR ISI	xi	
DAFTAR TABEL.....	xiv	
DAFTAR GAMBAR	xv	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii	
 UNIVERSITAS MERCU BUANA		
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang Masalah	1
	1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	6
	1.3. Maksud dan Tujuan penelitian	7
	1.3.1. Maksud Penelitian	7
	1.3.2. Tujuan Penelitian	7
	1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
	2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	9
	2.2. Tinjauan Teoritis	22
	2.2.1. Komunikasi Pemasaran	22
	2.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	25

	2.2.3. Bauran Pemasaran	29
	2.2.4. SOSTAC	43
	2.2.5. Periklanan	45
	2.3. Alur Kerangka Pemikiran	47
BAB III	METODE PENELITIAN	49
	3.1. Objek Penelitian	49
	3.2. Paradigma Penelitian	49
	3.3. Metode Penelitian	50
	3.4. Informan	52
	3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
	3.5.1. Data Primer	53
	3.5.2. Data Sekunder	53
	3.6. Teknik Analisi Data	54
	3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
	4.1.1. Visi dan Misi	64
	4.2. Hasil Penelitian	66
	4.2.1. Perencanaan Pemasaran	68
	4.2.2. Strategi Personal Selling	77
	4.3. Pembahasan	84
	4.3.1. Analisis SOSTAC Strategi Komunikasi Pemasaran Iklan <i>Built In</i> Pada Program Berita Liputan 6 SCTV.....	88
	4.3.2. Bauran Pemasaran Produk Iklan Built In Liputan 6 SCTV	93
	4.3.3. Personal Selling Iklan Built In Pada Program Berita Liputan 6 SCTV	99

BAB V	PENUTUP	103
	5.1. Kesimpulan	103
	5.2. Saran	104
	5.2.1. Saran Akademis	104
	5.2.1. Saran Praktis	105
	DAFTAR PUSTAKA	106
	LAMPIRAN	111

