

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Ucapan Terima Kasih	iii
Daftar Isi	v
Abstrak	vii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.2 Peran Komunikasi Pemasaran	9
2.3 Tugas – Tugas Komunikasi Pemasaran	11
2.4 Pengertian Promosi	11
2.5 Tahap – Tahap Perencanaan Strategi Promosi	13
2.6 Definisi Konsep	27

BAB III. METODOLOGI

3.1 Sifat Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Penentuan Narasumber	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Pengolahan Dan Analisa Data	33
3.6 Fokus Penelitian	33

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum TRANSTV	34
4.2 Hasil Penelitian	40
4.3 Communication Budget	77
4.4 Kendala – Kendala Yang Dihadapi	78
4.5 Pembahasan	79

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	86