

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Pertanyaan Makro.....	6
1.2.2 Pertanyaan Mikro.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Peneliti.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Tujuan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Pengertian dan Ruang Lingkup Komunikasi.....	13
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi.....	13
2.1.2.2 Komunikasi Organisasi.....	15
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi.....	16
2.1.2.4 Unsur – unsur Komunikasi.....	19
2.1.2.5 Fungsi Komunikasi.....	23
2.1.2.6 Tujuan Komunikasi.....	23
2.1.3. Tinjauan Tentang Strategi Promosi.....	24
2.1.3.1 Pengertian Strategi.....	24
2.1.3.2 Pengertian Promosi.....	25
2.1.3.3 Strategi Promosi.....	27
2.1.3.4 Promosi Pemasaran.....	29
2.1.4. Tinjauan Tentang Minat.....	31
2.1.4.1 Aspek-aspek Minat Beli.....	33
2.1.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	35
2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
2.2.1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	36
2.2.2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	39
2.2.3. Hubungan Masyarakat.....	40
2.2.5 Alur Model Kerangka Pemikiran.....	42

METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Desain Penelitian.....	44
3.2. Informan Peneliti.....	46
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3.1 Wawancara Mendalam atau In-depth Interview.....	48
3.3.2 Observasi Partisipasi.....	49
3.3.3 Dokumentasi.....	49
3.3.4 Studi Pustaka.....	50
3.3.5 Internet Searching.....	51
3.4. Uji Keabsahan Data.....	52
3.5. Teknik Analisa Data.....	53
3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	56
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	56
3.6.2. Waktu Penelitian.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	64
4.1.1.1 Sejarah Singkat <i>Jajero Apparel</i>	64
4.1.1.2 Logo <i>Jajero Apparel</i>	66
4.1.1.3 Struktur Organisasi.....	66
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan.....	67
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian.....	71

4.2.1.1 Perencanaan Strategi Promosi yang dilakukan oleh <i>Manager</i> <i>Operasional</i> Jajero Apparel.....	72
4.2.1.2 Proses Promosi Jajero Apparel.....	84
4.2 Pembahasan.....	87
4.2.1 Tujuan Promosi.....	87
4.2.2 Perencanaan Strategi Promosi Jajero Apparel.....	94
4.2.3 Sasaran Promosi.....	98
4.2.4 Media Promosi.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran untuk Jajero Apparel.....	105
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	110
DOKUMENTASI.....	120
DAFTAR RIWAYAT IDUP.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Informan Kunci.....	47
Tabel 3.2 Informan Pendukung.....	48
Tabel 3.3 Waktu dan Kegiatan Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Jadwal Wawancara Informan Kunci.....	59
Tabel 4.2 Jadwal Wawancara Informan Pendukung.....	59
Tabel 4.3 Data Informan penelitian kunci.....	67
Tabel 4.4 Data informan penelitian pendukung.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Alur Model Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1	Komponen-komponen Analisa Data Model Komunikasi.....	54
Gambar 4.1	Logo Perusahaan.....	66
Gambar 4.2	Struktur Organisasi <i>Jajero Apparel</i>	66
Gambar 4.3	Dokumentasi Asep Jakalalana Sedang Mengedit.....	68
Gambar 4.4	Peneliti Bersama Informan Kunci Robby Bungsu Jaya Sutrisna ..	69
Gambar 4.5	Peneliti Bersama Informan Pendukung Riski Setiawan.....	70
Gambar 4.6	Informan Pendukung saat sedang diwawancara.....	71
Gambar 4.7	Akun Instagram <i>Jajero Apparel</i>	74
Gambar 4.8	Promosi Berbayar Kepada Akun Berfollower Tinggi.....	75
Gambar 4.9	<i>Endorsement</i> Kepada Pemain Arema.....	76
Gambar 4.10	Promosi <i>Jajero Apparel</i> di <i>Instagram</i>	78
Gambar 4.11	<i>Jajero Apparel</i> Menjadi <i>Sponsorship</i> PSSI Jawa Barat.....	79
Gambar 4.12	Promosi <i>Jajero Apparel</i> di <i>Line</i>	80
Gambar 4.13	Kuis <i>Jajero Apparel</i>	82
Gambar 4.14	Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	89
Gambar 4.15	Data Pengguna <i>Line</i> di Indonesia.....	90
Gambar 4.16	Data Pengguna <i>Whatsapps</i> di Indonesia.....	91
Gambar 4.17	Mikro <i>Advertising</i>	91
Gambar 4.18	Mikro <i>Sales Promotion</i>	93

Gambar 4.19 Mikro Humas.....	94
Gambar 4.20 <i>Instagram Jajero Apparel</i>	100
Gambar 4.21 <i>Line Jajero Apparel</i>	101
Gambar 4.22 <i>Whatsapps Jajero Apparel</i>	102
Gambar 4.12 Model Strategi Promosi Jajero Apparel Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bandung.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian.....	110
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan Seminar Usulan Penelitian.....	111
Lampiran 3 Lembar Revisian Usulan Penelitian.....	112
Lampiran 4 Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Sidang Sarjana.....	113
Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan Sidang	114
Lampiran 6 Pengajuan Pendaftar Mengikuti Sidang Sarjana.....	115
Lampiran 7 Pedoman Observasi	116
Lampiran 8 Hasil Observasi.....	117
Lampiran 9 Pedoman Wawancara.....	119