

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi.....	14
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	14
2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	14
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi	15
2.1.2.4 Proses Komunikasi.....	17
2.1.2.5 Prinsip Komunikasi Efektif.....	18
2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Pemasaran.....	19

2.1.3.1	Definisi Komunikasi Pemasaran	19
2.1.3.2	Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.3.3	Konsep Inti dalam Pemasaran	22
2.1.3.4	Orientasi Pemasaran.....	25
2.1.4	Tinjauan Mengenai Usaha Mikro Kecil Menengah Atas (UMKM)	27
2.1.4.1	Definisi Usaha Mikro Kecil Menengah Atas (UMKM).....	27
2.1.4.2	Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah Atas (UMKM).....	27
2.1.4.3	Fungsi Usaha Mikro Kecil Menengah Atas (UMKM).....	28
2.1.5	Strategi Komunikasi Pemasaran	29
2.1.5.1	Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	29
2.1.5.2	Macam-macam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	32
2.2	Kerangka Pemikiran	36
BAB III	DESAIN PENELITIAN.....	41
3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Informan Penelitian	42
3.2.1	Informan Kunci.....	43
3.2.2	Informan Pendukung dalam Penelitian.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1	Studi Pustaka.....	45
3.3.2	Studi Lapangan	47
3.4	Uji Keabsahan Data	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	51
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	53
3.6.2	Waktu Penelitian	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	59
4.1.1.1	Sejarah Kamar Dagang dan Industri Kota Bandung	62
4.1.1.2	Visi dan Misi Kamar Dagang dan Industri Kota Bandung	65
4.1.1.3	Susunan Organisasi Kamar Dagang dan Industri Kota	66
Bandung	66

4.1.1.4	Deskripsi Program Kamar Dagang dan Industri Kota	73
	Bandung	73
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	73
4.1.2.1	Deskripsi Informan Kunci.....	75
4.1.2.2	Deskripsi Informan Pendukung.....	76
4.1.3	Analisa Hasil Penelitian	79
4.1.3.1	Penetapan Tujuan Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	79
4.1.3.2	Sasaran Pemasaran Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	82
4.1.3.3	Rancangan Pesan Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	85
4.1.3.4	Media Pemasaran Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	86
4.1.3.5	Evaluasi Pemasaran Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	89
4.2	Pembahasan Penelitian	92
4.2.1	Penetapan Tujuan Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	93
4.2.2	Sasaran Pemasaran Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	95
4.2.3	Rancangan Pesan Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	98
4.2.4	Media Pemasaran Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	100
4.2.5	Evaluasi Pemasaran Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	102

4.2.6 Strategi Komunikasi Kamar Dagang Industri Kota Bandung Melalui Program Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	167