

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>12</b>

2.1	Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	12
2.1.2	Tinjauan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2.1	Definisi Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.2.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2.3	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.4	Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran .....	16
2.1.3	Tinjauan Tentang Strategi .....	18
2.1.3.1	Pengertian Strategi .....	18
2.1.3.2	Tipe-tipe Strategi.....	19
2.1.4	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi .....	20
2.1.4.1	Tujuan Strategi Komunikasi.....	21
2.1.4.2	Korelasi Antara Komponen dalam Strategi Komunikasi	22
2.1.4.3	Fungsi Strategi.....	23
2.1.5	Tinjauan Tentang Konsumen .....	23
2.1.5.1	Pengertian Konsumen .....	23
2.1.5.2	Perilaku Komsumen .....	24
2.1.5.3	Faktor-faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.1.6	Tinjauan Tentang Indorecycle Group .....	25
2.2	Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Desain Penelitian .....	31
3.2	Informan Penelitian .....	32

3.2.1 Informan Kunci .....	33
3.2.2 Informasi Pendukung .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3.1 Studi Pustaka.....	35
3.3.2 Studi Lapangan.....	37
3.4 Uji Keabsahan Data .....	38
3.5 Teknik Analisa Data .....	41
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.6.2 Waktu Penelitian .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	52
4.1.1.1 <i>Indorecycle Group</i> .....	52
4.1.1.2 Struktur Perusahaan.....	53
4.1.2 Deskripsi Informan.....	54
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci .....	54
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung.....	57
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian .....	61
4.1.3.1 Penetapan Sasaran yang dilakukan oleh Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	62

4.1.3.2 Tujuan Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	65
4.1.3.3 Pesan Yang Disampaikan Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur.....	69
4.1.3.4 Media Yang digunakan Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur.....	72
4.2 Pembahasan .....	74
4.2.1 Penetapan Sasaran yang dilakukan oleh Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	75
4.2.2 Tujuan Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	78
4.2.3 Pesan Yang Disampaikan Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	82
4.2.3 Media Yang digunakan Divisi Pemasaran Indorecycle Group sebagai Pengolah Kain Perca dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	85

4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Pemasaran Indorecycle Group Sebagai Pengolah Kain Perca Dalam Menarik Minat UMKM Produsen Kasur .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran .....	92
5.2.1 Saran Untuk Indorecycle Group.....	93
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>125</b>