

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3.1 Maksud Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4. Kegunaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB II PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN**

2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	9
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi.....	11
2.1.3 Definisi Komunikasi.....	11
2.1.4 Fungsi Komunikasi.....	12
2.1.5 Proses Komunikasi .....	14
2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Persuasif.....	15
2.1.7 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi .....	17
2.1.7.1 Definisi Komunikasi Organisasi.....	17
2.1.8 Tinjauan Tentang Strategi Promosi .....	21
2.1.8.1 Pengertian Strategi Promosi .....	21
2.1.8.2 Tujuan Strategi Promosi .....	22
2.1.8.3 Fungsi Promosi .....	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian.....	36
3.2. Metode Penelitian.....	38
3.3. Informan Penelitian.....	40
3.3.1 Studi Lapangan .....	40
3.3.2 Studi Pustaka .....	41
3.4 Uji Keabsahan Data .....	42
3.5. Teknik Analisa Data.....	44

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	46
3.6.2 Waktu Penelitian .....	46

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	54
4.1.1.1 Sejarah Singkat <i>Atap Promotion</i> .....	54
4.1.1.2 Logo <i>Atap Promotion</i> .....	55
4.1.1.3 Struktur Organisasi .....	56
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan .....	57
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....	63
4.1.3.1 Penggunaan Iklan yang dilakukan <i>Marketing Atap Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung .....	65
4.1.3.2 <i>Direct Marketing</i> Penjualan Tiket yang dilakukan <i>Marketing</i> <i>Atap Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung .....	66
4.2 Pembahasan.....	70
4.2.1 Penggunaan Iklan yang dilakukan <i>Marketing Atap Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung di Kota Bandung .....	70
4.2.2 <i>Direct Marketing</i> Penjualan Tiket yang dilakukan <i>Marketing Atap</i> <i>Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung di Kota Bandung .....	76
4.2.3 Publikasi yang dilakukan <i>Marketing Atap Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung .....	81

4.2.4 Strategi Promosi <i>Atap Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung di Kota Bandung.....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	89
5.2.1 Saran untuk <i>Atap Promotion</i> .....	90
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 2.2. Kerangka Pemikiran .....	34
Tabel 3.1. Informan Kunci .....	38
Tabel 3.2. Informan Pendukung .....	39
Tabel 3.3. Waktu Penelitian .....	48
Tabel 4.1 Jadwal Wawancara Informan Kunci .....	49
Tabel 4.2 Jadwal Wawancara Informan Pendukung .....	49
Tabel 4.3 Data Informan penelitian kunci .....	57
Tabel 4.4 Data informan penelitian pendukung .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Komunikasi Sosial .....	16
Gambar 2.2	Elemen Promosi.....	52
Gambar 2.1	Apilkasi Model Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar 3.1	Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif.....	45
Gambar 4.1	Logo Perusahaan .....	55
Gambar 4.2	Struktur Organisasi.....	56
Gambar 4.3	Dokumentasi Gio Vitano dan Peneliti .....	58
Gambar 4.4	Peneliti Bersama Informan Kunci Tubagus Akmal.....	59
Gambar 4.5	Peneliti Bersama Informan Pendukung Rhizaldiyan.....	60
Gambar 4.6	Peneliti dan Informan Pendukung M Fadhil Nurfauzan.....	61
Gambar 4.7	Peneliti dan Informan Pendukung Nur Widya .....	62
Gambar 4.8	<i>Pengunggan Iklan Melalui Instagram</i> .....	63
Gambar 4.9	<i>Sales Promotion Melalui Line</i> .....	68
Gambar 4.10	<i>Publikasi / Humas Atap Promotion</i> .....	69
Gambar 4.11	Data Pengguna Instagram di Indonesia .....	73
Gambar 4.12	Data Pengguna Twitter dan Youyube di Indonesia.....	74
Gambar 4.13	<i>Advertising</i> .....	75
Gambar 4.14	<i>Direct marketing di Instagram DCDC</i> .....	79
Gambar 4.15	<i>Twitter DCDC</i> .....	80
Gambar 4.16	<i>Direct Marketing</i> .....	81
Gambar 4.17	<i>Kerjasama Atap Promotion Bersama Djarum</i> .....	82

Gambar 4.18	Media lain yang Memberitakan Pengadlan Musik.....	83
Gambar 4.19	Publikasi .....	84
Gambar 4.20	Pemberitaan dari DCDC Pengadlan Musik.....	86
Gambar 4.21	Model Makro Strategi Promosi <i>Atap Promotion</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung di Kota Bandung .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Menjadi Pembimbing .....	93
Lampiran 2 Surat Rekomendasi .....	94
Lampiran 3 Surat Pengajuan Pendaftaran UP .....	95
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan UP .....	96
Lampiran 5 Pedoman Observasi .....	97
Lampiran 6 Pedoman Wawancara .....	96