DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN…… i
SURAT PERNYATAAN…… ii
LEMBAR PERSEMBAHAN…… iii
ABSTARK…… iv
ABSTRACT…… v
KATA PENGANTAR…… vi
DAFTAR ISI…… xi
DAFTAR TABEL…… xiv
DAFTAR GAMBAR…… xv
DAFTAR LAMPIRAN…… xvi

BAB I PENDAHULUAN…… 1
1.1 Latar Belakang Peneltian…… 1
1.2 Identifikasi Masalah…… 8
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 Teoretis…… 10
1.4.2 Kegunaan Praktis…… 10
1.5 Kerangka Pemikiran…….. 12
1.5.1 Kerangka Teoretis…… 12
1.5.2 Kerangka konseptual…… 15
1.6 Pertanyaan Penelitian…… 17
1.7 Subjek Penelitian dan Informan…… 20
1.7.1 Subjek penelitian…… 20
1.7.2 Informan…… 20
1.8 Metode Penelitian…… 21

1.9 Teknik Pengumpulan Data…… 22
1.10 Teknik Analisis Data…… 23
1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian…… 24
1.11.1 Lokasi Penelitian…… 24
1.11.2 Waktu Penelitian…… 24
1.12 Sistematika Penulisan…… 26

BAB II TINJAUAN PUSTAKA…….. 28
2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi…… 28
2.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi…… 28
2.1.2 Konteks Komunikasi…… 29
2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi…….. 31
2.1.4 Fungsi Komunikasi…… 32
2.2 Tinjauan Strategi Komunikasi……. 33
2.2.1 Definisi Strategi……. 33
2.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi…….. 34
2.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran…… 35
2.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran…… 35
2.3.2 Bauran Promosi……. 38
2.3.3 *Marketing Mix*…… 45
2.4 Tinjauan Pemasaran Jasa…….. 46
2.4.1 Definisi Pemasaran Jasa…….. 46
2.4.2 Karakteristik Jasa……. 49
2.4.3 Macam-macam Jasa……. 51
2.4.4 Menjaga Kualitas Jasa……. 51
2.5 Tinjauan Eksistensialisme……. 54
2.5.1 Definisi Eksistensi…… 54

BAB III OBJEK PENELITIAN…… 57
3.1 Sejarah Manajemen *Wannabe*…… 57
3.2 Visi dan Misi Manajemen *Wannabe*……. 59

3.3 Struktur Organisasi…… 60
3.4 *Job Description*…….. 61
3.5 Sarana dan Prasarana…….. 67
3.6 Sejarah *Breakdance*…… 68
3.6.1 Sejarah Komunitas *Breakdance Dawn Squad*…….. 71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN…… 76
4.1 Data Informan…… 77
4.2 Hasil Penelitian…… 78
4.2.1 Produk Jasa *(product) Team* Manajemen *Wannabe*…… 70
4.2.2 Nilai *(price)* yang ditawarkan *Team* Manajemen *Wannabe*…… 90
4.2.3 Distribusi *(place) Team* Manajemen *Wannabe*…… 95
4.2.4 Promosi *(promotion) Team* Manajemen *Wannabe*…… 102
4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Team Manajemen……. 108
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian…… 111

BAB V PENUTUP…… 124
5.1 Kesimpulan…….. 124
5.2 Saran – Saran…… 126
5.2.1 Saran untuk Manajemen *Wannabe*…… 126
5.2.2 Saran untuk Mahasiswa Peneliti Selanjutnya…… 127
DAFTAR PUSTAKA…… 128
LAMPIRAN…….. 130