DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I : PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah **1**

1.2 Rumusan Masalah **8**

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 8

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 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 Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 11

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 12

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 19

2.1.2.1 Pengertian Ilmu Komunikasi 19

2.1.2.2 Definisi Komunikasi Menurut Para Ahli 20

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi 21

2.1.2.4 Model Komunikasi 21

2.1.2.5 Tipe-Tipe komunikasi 23

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi 24

2.1.2.7 Tujuan Komunikasi 31

2.1.2.8 Proses Komunikasi 32

2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi 33

2.1.3.1 Definisi Strategi 33

2.1.3.2 Definisi Strategi Komunikasi 35

2.1.4 Tinjauan Tentang *Marketing Public Relations* 39

2.1.4.1 Sejarah *Marketing Public Relations* 39

2.1.4.2 Peran *Marketing Public Relations* 41

2.1.4.3 Tujuan *Marketing Public Relations* 43

2.1.4.4 Ruang Lingkup *Marketing Public Relations* 44

2.1.5 Tinjauan Tentang *Band* 46

2.1.5.1 Pengertian *Band* 46
2.1.5.2 Jenis-Jenis *Band* 47
2.1.6 Tinjauan Tentang Buku 48
2.1.6.1 Pengertian Buku.....48
2.1.7 Tinjauan Tentang Loyalitas 49
2.1.8 Tinjauan Tentang *Fans* 51
2.2 Kerangka Pemikiran.....53
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....53
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual 59
2.2.3 Alur Pikir Penelitian 61

BAB III : METODE PENELITIAN.....63
3.1 Metode Penelitian.....63
3.1.1 Desain Penelitian 63
3.1.1.1 Paradigma Penelitian.....63
3.1.1.2 Metode Studi Kasus 65
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data 67
3.1.2.1 Studi Pustaka.....67
3.1.2.2 Studi Lapangan.....68
3.1.3 Teknik Penentuan Informan 71
3.1.3.1 Informan Penelitian.....71
3.1.3.2 Informan Pendukung.....72
3.1.4 Uji Keabsahan Data 73

3.1.5 Teknik Analisis Data 75
3.1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 78
3.1.6.1 Lokasi Penelitian 78
3.1.6.2 Waktu Penelitian 88
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 80
4.1 Objek Penelitian 80
4.1.1 *Burgerkill* 80
4.1.1.1 Sejarah *Burgerkill* 80
4.1.1.2 '*Spit The Venom Tour 2013' Photo Documentary Book*.....92
4.1.2 Data dan Identitas Informan 97
4.1.2.1 Data dan Identitas Informan Kunci Penelitian 97
4.1.2.2 Data dan Identitas Informan Pendukung Penelitian 100
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian..... 102
4.1.3.1 Identifikasi Target Khalayak 104
4.1.3.2 Penyusunan Pesan 110
4.1.3.3 Tindakan Untuk Mencapai Khalayak..... 120
4.1.3.4 Evaluasi 122
4.2 Pembahasan 124
4.2.1 Identifikasi Target Khalayak 126
4.2.2 Penyusunan Pesan..... 132
4.2.3 Tindakan Untuk Mencapai Khalayak 139
4.2.4 Evaluasi..... 143

4.2.5 Strategi Komunikasi *Band Burgerkill* Melalui '*Spit The Venom Tour 2013' Photo Documentary Book* Dalam Mempertahankan Loyalitas *Fans*nya 146

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN 150

5.1 Kesimpulan 150

5.2 Saran 153

DAFTAR PUSTAKA 155

LAMPIRAN 161

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 225