DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

***ABSTRACT* ..... iv**

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 7

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 11

2.1 Tinjauan Pustaka 11

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu Yang Relevan 11

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 13

2.1.2.1 Komunikasi: Arti dan Akar Kata 13

2.1.2.2 Definisi Komunikasi 14

2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi 18

2.1.2.4 Konteks Komunikasi 24
2.1.2.5 Fungsi Komunikasi 30
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran Terpadu 34
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu 34
2.1.3.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 36
2.1.3.3 Bauran Promosi (*Promotional Mix*) 36
2.1.3.4 Iklan 38
2.1.3.5 Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) 40
2.1.3.6 Humas 41
2.1.4 Tinjauan Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 44
2.2 Kerangka Pemikiran 45

BAB III METODE PENELITIAN 50

3.1 Metode Penelitian 50
3.2 Desain Penelitian 52
3.3 Informan Penelitian 52
3.4 Teknik Pengumpulan Data 55
3.4.1 Studi Lapangan 55
3.4.2 Studi Pustaka 57
3.5 Uji Keabsahan Data 58
3.6 Teknik Analisis Data 61
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 65
3.7.1 Lokasi Penelitian 65
3.7.2 Waktu Penelitian 66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 67

4.1 Hasil Penelitian 67
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 67
4.1.1.1 Tentang Paguyuban Mojang Jajaka Jawa Barat 67
4.1.1.2 Tentang BigPro *Business and Management Consultant* 70
4.1.1.3 Struktur Panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 75

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian 75
4.1.3 Hasil Penelitian 84
4.1.3.1 Penggunaan iklan yang dilakukan panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat. 85
4.1.3.2 *Direct Marketing* yang dilakukan panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat 97
4.1.3.3 Humas panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat 100
4.2 Pembahasan 105
4.2.1 Penggunaan iklan yang dilakukan panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat 105
4.2.2 *Direct Marketing* yang dilakukan panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat 126
4.2.3 Humas panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat 130
4.2.4 Strategi Promosi panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 dalam mensosialisasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Jawa Barat 138

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 141

5.1 Simpulan 141
5.2 Saran 143
5.2.1 Saran bagi panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 143
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya 144

DAFTAR PUSTAKA 145

LAMPIRAN-LAMPIRAN 148

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 217

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Elemen Bauran Promosi 37

Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran 49

Gambar 3.3 Komponen-komponen Analisa Data "Model Kualitatif" 61

Gambar 4.4 Informan A.Rizal Muttaqien 77

Gambar 4.5 Informan M. Bayu Herdiawan Hidayat 79

Gambar 4.6 Informan Denny Hamdani 81

Gambar 4.7 Informan Hendi Supriyadi 83

Gambar 4.8 Model alur penggunaan iklan panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 125

Gambar 4.9 Model alur *direct marketing* panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 129

Gambar 4.10 Model alur humas iklan panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 137

Gambar 4.11 Model strategi promosi panitia *Bandung Entrepreneurs Day* (BED) 2016 140

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 11

Tabel 3.2 Informan Penelitian 53

Tabel 3.3 Informan Pendukung 53

Tabel 3.4 Waktu Penelitian 66

Tabel 4.6 Jadwal Wawancara Informan Penelitian 76

Tabel 4.7 Jadwal Wawancara Informan Pendukung 76