DAFTAR ISI

Halaman

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

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

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

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

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

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 6

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 7

1.3.1 Maksud Penelitian 7

1.3.2 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Penelitian 8

1.4.1 Kegunaan Teoritis 8

1.4.2 Kegunaan Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 10

2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu 10

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 12

2.1.2.1 Definisi Komunikasi. 12

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi 13

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi 16

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 17

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran. 18

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 18

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Promosi 23

2.1.4.1 Pengertian Strategi Promosi 23

2.1.4.2 Tujuan Strategi Promosi 25

2.1.4.3 Fungsi Promosi 28

2.1.5 Tinjauan Tentang Konsumen 28

2.1.5.1 Pengertian Konsumen 28

2.1.5.2 Minat Beli Konsumen 29

2.2. Kerangka Pemikiran 31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 43

3.1.1 Desain Penelitian 45

3.2 Informan Penelitian.....47

3.2.1 Teknik Penentuan Informan.....47

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....51

3.3.1 Studi Lapangan.....51

3.3.2 Studi Pustaka.....53

3.4 Uji Keabsahan Data.....54

3.5 Teknik Analisa Data.....57

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian. 60

3.6.1 Lokasi Penelitian. 60

3.6.2 Waktu Penelitian. 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 62

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat *Maternal* Disaster 66

4.1.1.2 Visi dan Misi *Maternal Disaster* 70

4.1.1.3 Struktur Organisasi *Maternal Disaster* 72

4.1.1.4 *Job Description Maternal Disaster* 73

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian 75

4.1.3 Analisis Hail Penelitian 83

4.1.3.1 Perencanaan *(Planning) Maternal Disaster* 84

4.1.3.2 Periklanan *(Advertising) Maternal Disaster* 87

4.1.3.3 Promosi Penjualan *(Sales Promotion) Maternal Disaster* 90

4.1.3.4 Pemasaran Langsung *Maternal Disaster* 92

4.2 Pembahasan ……93

4.2.1 Perencanaan *(Planning) Maternal Disaster* 94

4.2.2 Periklanan *(Advertising) Maternal Disaster* 98

4.2.3 Promosi Penjualan *(Sales Promotion) Maternal Disaster* 101

4.2.4 Pemasaran Langsung *(Direct Marketing) Maternal Disaster* ..104

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 108

5.2 Saran 109

DAFTAR PUSTAKA.....113

LAMPIRAN 116

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 170