

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
LEMBAR DEDIKASI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Konteks Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Setting Penelitian.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>Review</i> Hasil Penelitian Sejenis.....	13
2.2 Tinjauan Teoritis.....	16
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2 Pemasaran.....	19
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	21
2.2.4 <i>Integrated Marketing Communication</i>	28
2.2.5 Komunikasi Pemasaran Media	30
2.2.6 Pemasaran Radio	31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian	35
3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data.....	36
3.2.1 Subjek Penelitian	36
3.2.2 Objek Penelitian	41
3.2.3 Wilayah Penelitian.....	41
3.2.4 Sumber Data	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	42
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	43
3.4 Teknik Analisis Data	44
3.5 Uji Keabsahan Data	44
BAB 4 TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, dan PEMBAHASAN	46
4.1 Temuan Penelitian dan Analisis	46
4.1.1 Kondisi MRA Broadcast Media Division Bandung	46
4.1.2 Kegiatan Komunikasi Pemasaran.....	52
4.1.3 <i>Integrated Marketing Communication</i> MRA Broadcast Media Division	55
4.1.4 Pengiklan yang Telah Menggunakan Jasa MRA Broadcast Media Division Bandung	61
4.2 Pembahasan	70
BAB 5 PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84