

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penrlitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	11
1. <i>Integrated Marekting Communication</i> (Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu)	11
2. <i>Marketing Mix 7P</i> (Bauran Pemasaran 7P)	16
3. Teori <i>Message Design Logic</i>	26
4. Radio Sebagai Salah Satu Media Komunikasi	29
5. Kemitraan	32

B. Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Metode Penelitian.....	41
1. Jenis Penelitian	41
2. Lokasi Penelitian	42
3. Narasumber atau Informan penelitian	42
4. Sumber Data	44
5. Teknik Pengumpulan Data	45
6. Kerangka Pemikiran	47
B. Metode Analisis	48
1. Uji Keabsahan Data	48
2. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	52
1. Gambar Tempat Penelitian.....	53
2. Visi Paduka FM Purwokerto.....	56
3. Misi Paduka FM Purwokerto	56
4. Struktur Organisasi.....	57
5. <i>Integrated Marketing communication</i> (Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu)	58
6. <i>Marketing Mix 7P</i> (Bauran Pemasaran 7P).....	72
7. Teori <i>Message Design Logic</i>	95
B. Pembahasan	104
1. <i>Integrated Marketing Communication</i> (Strategi komunikasi pemasaran Terpadu).....	105
2. <i>Marketing Mix 7P</i> (Bauran Pemasaran 7P).....	107
3. Teori <i>Message Design Logic</i>	122
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	128
B. Saran	131

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Pemasangan Iklan di Paduka FM Purwokerto	6
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Data Informan	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan segitiga emas <i>strategic marketing communication</i>	12
Gambar 3.1 Kerangka pemikiran.....	47
Gambar 3.2 Alur pengumpulan data.....	51
Gambar 4.1 Lokasi Paduka FM Purwokerto	54
Gambar 4.2 Logo Paduka FM Purwokerto	54
Gambar 4.3 <i>Instagram</i> Paduka FM Purwokerto.....	55
Gambar 4.4 Struktur organisasi Paduka FM Purwokerto	57
Gambar 4.5 Elemen <i>advertising</i> Paduka FM Purwokerto	58
Gambar 4.6 Elemen <i>sales promotion</i> Paduka FM Purwokerto	60
Gambar 4.7 Elemen <i>public relation and publicity</i> Paduka FM Purwokerto....	62
Gambar 4.8 Elemen <i>event or sponsorship</i> Paduka FM Purwokerto.....	64
Gambar 4.9 Elemen <i>direct marketing</i> Paduka FM Purwokerto	66
Gambar 4.10 Elemen <i>interactive marketing</i> Paduka FM Purwokerto.....	68
Gambar 4.11 Elemen <i>word of mouth</i> Paduka FM Purwokerto	69
Gambar 4.12 <i>Instagram</i> Paduka FM Purwokerto.....	72
Gambar 4.13 <i>Feed</i> format lagu <i>oldest</i> di Paduka FM Purwokerto	75
Gambar 4.14 Tahapan komponen <i>Product</i> Paduka FM Purwokerto.....	77
Gambar 4.15 <i>Feed</i> iklan nasional dan lokal di Paduka FM Purwokerto	80
Gambar 4.16 Surat kerjasama iklan nasional di Paduka FM Purwokerto	81
Gambar 4.17 Kegiatan bersama klien di Paduka FM Purwokerto	83
Gambar 4.18 Kegiatan promosi Paduka FM melalui <i>Instagram</i>	86
Gambar 4.19 <i>Event</i> atau acara di Paduka FM Purwokerto	89
Gambar 4.20 buku pedoman penyiar Paduka FM Purwokerto	92
Gambar 4.21 Bukti fisik dalam kegiatan yang dilakukan oleh Paduka FM.....	94