

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasran	6
2.2 <i>Marketing Public Relation</i>	10
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.3.1 Teori dan Konsep Komunikasi Pemasaran.....	13
2.4 Batik.....	15
2.5 Kajian Pustaka	16
2.6 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Berpikir	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Jenis Sumber Data	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Unit Analisis	29
3.5 Informan	29

3.6 Metode Analisis data dan keabsahan data	30
---	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Batik Banava.....	33
4.2 Produk Batik Banava	34
4.3 Deskripsi Data	36
4.3.1 Iklan (<i>Advertising</i>)	37
4.3.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	39
4.3.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	41
4.3.4 Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)	37
4.3.5 Penjualan Langsung (<i>Direct Selling</i>)	44
4.3.6 Faktor Pendukung	45
4.3.7 Faktor Penghambat	46
4.4 Pembahasan	46
4.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Banava Sebagai Produk Khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah	46
4.4.2 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Banava Sebagai Produk Khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah	52

BAB V PENUTUP

3.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA	54
-----------------------------	-----------