

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Bidang Usaha Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Fokus Penelitian	12
1.4 Identifikasi Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Kegunaan Penelitian.....	13
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Rangkuman Teori	14
2.1.1 Teori Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 Media Pemasaran	16
2.1.3 Teori Komunikasi Pemasaran Modern.....	18
2.1.4 Teori Semiotika.....	21
2.1.5 Teori Ekologi Media	22
2.1.6 Teori Pemasaran Sosial	22
2.1.7 Teori Komunikasi Persuasif.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian	42

3.4	Unit Analisis Penelitian.....	42
3.5	Informan Kunci	43
3.6	Pengumpulan Data Penelitian.....	43
3.6.1	Observasi.....	43
3.6.2	Wawancara.....	43
3.6.3	Dokumentasi	44
3.7	Teknik Analisis Data	44
3.7.1	Reduksi Data	44
3.7.2	Penyajian Data	45
3.7.3	Penarikan Kesimpulan	45
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	45
3.8.1	Kredibilitas.....	45
3.8.2	Transferabilitas.....	46
3.8.3	Dependabilitas.....	46
3.8.4	Konfirmabilitas	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Karakteristik Informan	47
4.1.1	Informan Kunci	48
4.1.2	Informan Pendukung.....	49
4.1.3	Informan Ahli.....	50
4.2	Hasil Wawancara.....	51
4.2.1	Bantoo.id	51
4.2.2	Strategi Pemasaran.....	51
4.2.3	Strategi	54
4.3	Pembahasan	55
4.3.1	Bantoo.id	55
4.3.2	Strategi Pemasaran.....	57
4.3.3	Strategi	60
4.3.4	Testimoni Donatur dan Campaigner	62
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		73