

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran.....	7
1.5.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
1.5.2 Efektifitas.....	10
1.5.3 Teori Compliance Gaining.....	11

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Strategi.....	14
2.1.1 Definisi Strategi.....	14
2.1.2 Manfaat Strategi.....	15
2.2 Pengertian Pemasaran.....	16

2.3	Komunikasi Pemasaran.....	19
2.3.1	Bentuk– Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	22
2.3.2	Model Komunikasi Pemasaran.....	26
2.5	Mural .....	28
2.6	<i>Graffiti</i> .....	30
2.5	Penelitian Terdahulu.....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Objek Penelitian .....	35
3.3	Lokasi Penelitian .....	35
3.4	Sumber Data .....	35
3.4.1	Data Primer .....	35
3.4.2	Data Sekunder .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6	Studi Pustaka.....	38
3.7	Tekhnik Analisis Data.....	38
3.8	Validitas Data.....	40
3.8.1	Triangulasi Data .....	40
3.6.2	Triangulasi Metode .....	41

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil <i>Flame Graffiti</i> .....	42
4.1.1	Sejarah Singkat <i>Flame Graffiti</i> .....	42
4.1.2	Visi dan Misi .....	43
4.1.3	Logo <i>Flame Graffiti</i> .....	43
4.1.4	Identitas <i>Flame Graffiti</i> .....	44
4.1.5	Data Umum <i>Flame Graffiti</i> .....	44
4.1.6	Struktur Divisi <i>Flame Graffiti</i> .....	45
4.2	Deskripsi Informan Penelitian .....	46
4.3	Hasil Penelitian .....	49

4.3.1 Pelaku Komunikasi Pemasaran <i>Flame Graffiti</i> .....	49
4.3.2 <i>Segmentasi Flame Graffiti</i> .....	51
4.3.3 <i>Positioning Flame Graffiti</i> .....	51
4.3.4 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Flame Graffiti</i> .....	52
4.3.5 <i>Pelaksanaan Kegiatan Komunikasi pemasaran Flame Graffiti</i> .....	58
4.3.6 Indikator Efektifitas Startegi Komunikasi Pemasaran <i>Flame Graffiti</i> .....	63
4.3.7 Evaluasi Startegi Komunikasi Pemasaran <i>Flame Graffiti</i> .....	66
4.4 Pembahasan.....	68
4.4.1. Penggunaan instagram sebagai media promosi .....	68
4.4.2. Efektivitas komunikasi pemasaran <i>Flame Graffiti</i> .....	72

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	79

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN.....

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perencanaan dan Aplikasi Komunikasi Pemasaran.....	20
Gambar 2.2	Model Komunikasi Pemasaran.....	27
Gambar 4.1	Logo <i>Flame Graffiti</i> .....	43
Gambar 4.2	Struktur Divisi .....	45
Gambar 4.3	Poster Event 1 .....	54
Gambar 4.4	Poster Event 2.....	54
Gambar 4.5	Gambar <i>Graffiti</i> .....	56
Gambar 4.6	Gambar <i>Graffiti</i> .....	56
Gambar 4.7	<i>Gambar Cat Spray</i> .....	57
Gambar 4.8	Gambar <i>Graffiti</i> .....	59
Gambar 4.9	Screenshoot profil instagram <i>Flame Graffiti</i> .....	60
Gambar 4.10	Both <i>Flame Graffiti</i> .....	62
Gambar 4.11	Screenshoot profil instagram <i>Flame Graffiti</i> .....	69
Gambar 4.12	Screenshoot feed instagram <i>Flame Graffiti</i> .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perincian 4P Dari <i>Marketing Mix</i> .....	17
Tabel 2.2	Model Hierarki Respon.....	18