

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.5 Kerangka Pemikiran .....	21
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Strategi Komunikasi.....	34
2.1.1 Strategi Komunikasi .....	34
2.1.2 Marketing .....	35
2.1.3 Strategi Komunikasi .....	36
2.1.4 Tujuan Strategi Komunikasi.....	37
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	38
2.2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	41
2.3 Radio Promotion Event .....	43
2.4 Loyalita Konsumen .....	43
2.5 Penelitian Terdahulu.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	47
3.2 Obyek Penelitian .....	48

3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4 Sumber Data .....	50
3.5 Teknik Analisis Data .....	51
3.6 Lokasi Penelitian .....	54
3.7 Validatas Data .....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum .....	57
4.1.1 Sejarah Unisi Radio Yogyakarta .....	57
4.1.2 Struktur Organisasi Divisi Off Air Unisi Radio .....	59
4.1.3 Identitas Unisi Radio .....	60
4.1.4 Target dan Profil Pendengar .....	61
4.1.5 Profil Divisi Off Air Unisi Radio.....	62
4.2 Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Strategi Marketing Communication Unisi Radio Event.....	65
4.2.2 Aktivasi Unisi Radio Event .....	78
4.2.3 Tanggapan Konsumen terhadap Radio Unisi Event.....	92
4.3 Pembahasan .....	95
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 1.2 Diagram <i>promotional mix</i> .....	31
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran .....	41
Gambar 4.1 Logo Unisi Radio .....	57
Gambar 4.2 Alur Kerja Unisi Radio Event.....	64
Gambar 4.3 Makan Bersama Klien.....	75
Gambar 4.4 Klien Unisi Radio Event .....	76
Gambar 4.5 Banner dalam acara yang dilakukan Unisi Radi Event.....	87
Gambar 4.6 Promosi penjualan yang dilakukan saat acara berjalan.....	88
Gambar 4.7 <i>Public Relation dan Publicity</i> yang dilakukan saat acara .....	89
Gambar 4.8 Unisi Radio Event menggunakan SPG untuk <i>personal selling</i> .....	90
Gambar 4.9 Website Unisi Radio .....	91
Gambar 4.10 Model Marketing Communication Unisi Radio Event .....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Radio Swasta di Kota Yogyakarta.....	3
Tabel 1.2 Daftar event yang dilakukan Radio .....	13
Tabel 4.1 Event yang dijalankan Unisi Radio Event .....	72