

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
LEMBAR PERSERTUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup Penelitian	10
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori.....	15
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Teori.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian	38

C. Kehadiran Peneliti	39
D. Data dan Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	45
H. Tahapan Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
A. Deskripsi data.....	48
B. Temuan Penelitian.....	53
BAB V PEMBAHASAN	67
A. Strategi <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Pada Perusahaan Media Jawa Pos Radar Blitar	67
B. <i>Brand Awareness</i> pada Perusahaan Media Jawa Pos Radar Blitar	73
BAB VI PENUTUP	77
A. Simpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR RUJUKAN.....	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 2 Platform Digital Radar Blitar	46
Tabel 3 Temuan Penerapan Strategi IMC Radar Blitar.....	54
Tabel 4 Temuan <i>Brand Awareness</i> Radar Blitar.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial 2024 di Indonesia	2
Gambar 2 Presentase Alasan Utama Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 3 Logo Radar Blitar.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	77
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	91
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	92
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi.....	93