

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Defini Istilah.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Kajian Teoritik	13
1. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Marketing.....	13
a. Pengertian Strategi Komunikasi Marketing.....	14
b. Peran dan Fungsi Marketing	15
c. Tahapan-tahapan yang Dilakukan Marketing	15
d. Strategi Pemasaran.....	16
2. Tinjauan Tentang Pengembangan Hubungan	16
a. Teori Penetrasi Sosial (<i>Social Penetration Theory</i>).....	17

b. Teori Reduksi Ketidakpastian (<i>Unicertainty Reduction Theory</i>).....	17
B. Kajian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	20
B. Kehadiran Peneliti.....	21
C. Lokasi Penelitian.....	21
D. Sumber Data	21
E. Teknik Penentuan Sampel.....	22
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	23
G. Analisis Data.....	25
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	26
I. Tahap-Tahap Penelitian	36
BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	
A. Paparan Data dan Temuan Penelitian	28
B. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	61
DAFTAR RUJUKAN	63
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	