

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRACT.....	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
BAB II.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Teori Komunikasi Massa.....	8
2.2.1 Teori Pendukung.....	9
2.3 Definisi Konsep.....	13
2.3.1 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i>	13
2.4 Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III.....	15
3.1 Metode Penelitian.....	15
3.2 Bahan Penelitian.....	15
3.3 Sumber Data.....	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.5 Uji Keabsahan data.....	17
3.6 Teknik Analisis Data.....	18
BAB IV.....	20
Hasil Penelitian.....	20
4.1 Subjek Penelitian.....	20
4.2 Hasil Penelitian.....	20
4.2.1 Daftar Informan Penelitian.....	25
4.2.2 Justifikasi Key Informan.....	25
Bab V.....	28
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	28
5.3 Analisis <i>Positioning</i> Panadol Extra.....	32

BAB VI	35
6.1 Kesimpulan	35
6.2 Saran	35
6.3 Saran Akademis	35
6.4 Saran Praktis	35