

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| Halaman Depan..... | i |
| Halaman Pernyataan | ii |
| Halaman Judul Penulisan Skripsi | iii |
| Halaman Persembahan | iv |
| Halaman Motto..... | v |
| Halaman Persetujuan..... | vi |
| Halaman Pengesahan | vii |
| Abstrak | viii |
| Abstract | ix |
| Kata Pengantar | x |
| Halaman Terima Kasih | xii |
| Daftar Isi..... | xiv |
| Daftar Tabel | xvii |
| Daftar Skema..... | xvii |
| | |
| BAB I – PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 9 |
| 1.3 Tujuan..... | 9 |
| 1.4 Manfaat..... | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 9 |
| 1.4.2Manfaat Praktis | 10 |
| 1.5Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori | 10 |
| 1.5.1Tinjauan Pustaka | 10 |
| 1.5.2 Kerangka Teori..... | 11 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 1.6 | Metode Penelitian..... | 23 |
| 1.6.1 | Metode Penelitian Kualitatif | 23 |
| 1.6.2 | Setting Sosial Penelitian..... | 23 |
| 1.6.3 | Penentuan Informan Penelitian | 25 |
| 1.6.4 | Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 1.6.5 | Metode Analisis Data..... | 30 |
| BAB II – KONTEKS SOSIO HISTORIS PENELITIAN | | 32 |
| 2.1 | Gambaran Umum Sales Promotion dalam Dunia Marketing..... | 32 |
| 2.1.1 | Jenis-jenis <i>Sales Promotion</i> | 38 |
| 2.2 | Sejarah Berdirinya Sunrise Mall Mojokerto..... | 45 |
| 2.2.1 | Gambaran Umum PT. Matahari Department Store Mojokerto..... | 48 |
| 2.2.2 | Proses Perekrutan <i>Sales Promotion</i> Matahari Department Store Mojokerto | 52 |
| 2.2.3 | Tugas, Fungsi, Wewenang, dan Larangan <i>Sales Promotion</i> Matahari Department Store Mojokerto..... | 58 |
| BAB III – CITRA INFORMAN | | 62 |
| 3.1 | Citra Diri Informan..... | 62 |
| 3.1.1 | Citra Diri Informan Subjek 1 (UR) | 62 |
| 3.1.2 | Citra Diri Informan Subjek 2 (SA)..... | 65 |
| 3.1.3 | Citra Diri Informan Subjek 3 (BKW) | 67 |
| 3.1.4 | Citra Diri Informan Subjek 4 (AK)..... | 69 |
| 3.1.5 | Citra Diri Informan Subjek 5 (MTP) | 72 |
| 3.1.6 | Citra Diri Informan Subjek 6 (AS)..... | 75 |
| 3.1.7 | Citra Diri Informan Subjek 7 (MIK)..... | 76 |
| 3.1.8 | Citra Diri Informan non Subjek 8 (RA) | 78 |
| 3.1.9 | Citra Diri Informan non Subjek 9 (AH)..... | 80 |

| | |
|--|------------|
| 3.1.10 Citra Diri Informan non Subjek 10 (BU) | 82 |
| BAB IV TEMUAN DATA | 84 |
| 4.1 Pemahaman Dramaturgi <i>Sales Promotion</i> | 84 |
| 4.2 Penggunaan Simbol-simbol <i>Sales Promotion</i> Saat Berhadapan dengan Konsumen | 94 |
| 4.3 Respon <i>Sales Promotion</i> atas Tindakan Orang di Lingkungan Kerjanya | 100 |
| 4.4 Harapan dan Makna dari Simbol-simbol yang digunakan oleh <i>Sales Promotion</i> | 104 |
| BAB V – INTERPRETASI TEORITIK | 112 |
| 5.1 Dramaturgi dalam Bekerja | 113 |
| 5.1.1 Panggung Depan (<i>Front Stage</i>) | 116 |
| 5.1.2 Panggung Belakang (<i>Back Stage</i>) | 118 |
| BAB VI – PENUTUP | 122 |
| 6.1 Kesimpulan | 122 |
| 6.2 Saran | 125 |
| 6.1.1 Saran untuk Peneliti Selanjutnya | 125 |
| 6.1.2 Saran untuk Masyarakat | 125 |
| DAFTAR PUSTAKA | 126 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.2Daftar Informan..... | 26 |
| Tabel 2.2Alat-alat <i>Sales Promotion</i> | 43 |
| Tabel 2.3Penyerapan Tenaga Kerja | 45 |

DAFTAR SKEMA

| | |
|--|----|
| Skema 1.1 <i>Sales Promotion Freelance</i> dilihat dari lokasi kerja | 40 |
| Skema 1.1 Struktur Manajemen Matahari Department Store Mojokerto | 50 |