

## Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1. 1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1. 2. Fokus Penelitian.....	9
1. 3. Identifikasi Masalah.....	9
1. 4. Tujuan Penelitian .....	9
1. 5. Kegunaan Penelitian .....	10
1. 6. Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2. 1 Tinjauan Pustaka.....	12
2. 1. 1 Komunikasi Pemasaran.....	12
2. 1. 2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	14
2. 1. 3 Tinjauan Strategi.....	15
2.1. 4 Bauran Promosi (PromotionMix) .....	19

2.1. 5	Corporate Communication.....	20
2. 2	Penelitian Terdahulu .....	21
2. 3	KerangkaPemikiran .....	33
BAB III	.....	34
METODE PENELITIAN	.....	34
3.1	Paradigma Penelitian .....	34
3.2.	Metode Penelitian.....	35
3.3.	Subjek Dan Objek Penelitian.....	36
3.3.1.	Subjek Penelitian .....	36
3.3.2.	Objek Penelitian.....	38
3.4.	Lokasi Penelitian.....	38
3.5.	Unit Analisis Penelitian .....	38
3.6.	Informan Penelitian.....	39
3.6.1.	Data Informan .....	41
3.7.	Pengumpulan Data Penelitian.....	44
3.8.	.Teknik Analisis Data .....	45
3.9.	Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV	.....	48
Hasil Penelitian dan Pembahasan	.....	48
4.1.	Karakteristik dan Profil Informan.....	48
4.1.1.	Karakteristik Informan.....	48
4.1.2.	Profile Informan.....	49
4.2.	Hasil Penelitian .....	51
4.2.1.	Perencanaan Dalam Strategi Pemasaran Komunikasi produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur.....	52
4.2.2.	Pelaksanaan Dalam Strategi Pemasaran Komunikasi produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur.....	59

4.2.3.    Evaluasi Dalam Strategi Pemasaran Komunikasi produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur .....	74
4.3.    Pembahasan .....	77
4.3.1.    Perencanaan Dalam Strategi Pemasaran Komunikasi produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur.....	77
4.3.2.    Pelaksanaan Dalam Strategi Pemasaran Komunikasi produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur.....	80
4.3.3.    Evaluasi Dalam Strategi Pemasaran Komunikasi produk Indihome pada PT. Telkom Indonesia WITEL Jakarta Timur. ....	82
BAB V.....	83
Kesimpulan dan Saran.....	83
5.1.    Kesimpulan .....	83
5.2.    Saran .....	84
Daftar Pustaka .....	xiv
Lampiran 1 .....	xviii
Lampiran 2 .....	xxvi
Lampiran 3 .....	xxxiii
Lampiran 4 .....	xxxix