

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah dan Profil PT. Telkom Indonesia	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	9
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Strategi	12

2.1.4	Komunikasi	13
2.1.5	Komunikasi Pemasaran	14
2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.1.1	Karakteristik Penelitian	26
3.2	Tahapan Penelitian Kualitatif	27
3.3	Pengumpulan Data Penelitian	28
3.3.1	Informan/Sumber Data	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data Penelitian	32
3.5	Variabel Operasional	33
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.7	Teknik Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Deskripsi Telkom Witel Kota Cirebon	39
4.1.1	Struktur Organisasi Telkon Witel Cirebon	40
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	42
4.2.1	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Indihome pada PT. Telkom Witel Indonesia Kota Cirebon.....	43
4.2.2	Media Komunikasi Pemasaran.....	48
4.2.3	Hambatan dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN.....		60