

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Pertanyaan Makro.....	6
1.2.2 Pertanyaan Mikro.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu yang Sejenis.....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	13
2.1.2.1 Definisi Komunikasi.....	13
2.1.2.2 Unsur Komunikasi.....	13
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi.....	15
2.1.2.4 Tujuan Komunikasi.....	15
2.1.2.5 Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	16
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi.....	17
2.1.3.1 Definisi Strategi.....	17
2.1.3.2 Definisi Strategi Komunikasi.....	18
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	21
2.1.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	21
2.1.4.2 Jenis-Jenis Model Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.4.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Informan Penelitian.....	36
3.2.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2.2 Teknik Penentuan Informan.....	37
3.2.3 Informan Pendukung.....	39

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Studi Pustaka.....	40
3.3.2 Studi Lapangan.....	42
3.4 Uji Keabsahan Data.....	44
3.5 Teknik Analisa Data.....	46
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	49
3.6.2 Waktu Penelitian.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian PT. Indosat, Tbk.....	55
4.1.1.1 Sejarah PT. Indosat, Tbk.....	55
4.1.1.2 Visi misi PT. Indosat, Tbk.....	61
4.1.1.3 Nilai Nilai Perusahaan PT. Indosat, Tbk.....	62
4.1.1.4 Logo dan Arti Logi PT. Indosat, Tbk.....	61
4.1.1.5 Struktur Organisasi PT. Indosat, Tbk.....	63
4.1.1.6 <i>Job Description</i> Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Bandung.....	68
4.1.1.7 Kegiatan Mobil Toko.....	70
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	71
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian.....	76
4.1.3.1 Identifikasi Target Khalayak Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam	

Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	77
4.1.3.2 Penetapan Tujuan dari Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	83
4.1.3.3 Penyusunan Pesan oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	86
4.1.3.4 Komitmen yang diperlukan oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	93
4.1.3.5 Pemilihan Media Yang Digunakan oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	97
4.1.3.6 Rencana Komunikasi oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	101

4.1.3.7 Evaluasi Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	107
4.2 Pembahasan.....	114
4.2.1 Identifikasi Target Khalayak Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	115
4.2.2 Penetapan Tujuan dari Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	118
4.2.3 Penyusunan Pesan oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	121
4.2.4 Komitmen yang diperlukan oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	125
4.2.5 Pemilihan Media Yang Digunakan oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan	

Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	129
4.2.6 Rencana Komunikasi oleh Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	132
4.2.7 Evaluasi Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat, Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung.....	137
4.2.8 Strategi Komunikasi Divisi <i>Marketing Communication</i> PT. Indosat Tbk. Melalui Kegiatan “Mobil Toko” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk IM3 Ooredoo Dikalangan Masyarakat Kota Bandung.....	140
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>143</b>
5.1 Simpulan.....	143
5.2 Saran.....	147
5.2.1 Saran Untuk PT. Indosat, Tbk.....	147
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	148
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>149</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>152</b>
<b>DAFTAR RIWAT HIDUP.....</b>	<b>207</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Informan Kunci Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Informan Pendukung.....	40
Tabel 3.3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Tabel Waktu dan Tempat Wawancara.....	54

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	33
Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif.....	47
Gambar 4.1 Logo PT. Indosat, Tbk.....	63
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Indosat, Tbk.....	65
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing Communication</i> .....	67
Gambar 4.4 Kegiatan Mobil Toko.....	70
Gambar 4.5 Informan Penelitian Azalia Dwi Karina.....	71
Gambar 4.6 Informan Penelitian Poppy Yusitami.....	72
Gambar 4.7 Informan Penelitian Gilang Diah.....	73
Gambar 4.8 Informan Penelitian Marta Defitriana.....	74
Gambar 4.9 Informan Penelitian Ashila Putri.....	75
Gambar 4.10 Model Identifikasi Target Khalayak Kegiatan Mobil Toko.....	118
Gambar 4.11 Model Identifikasi Penetapan Tujuan Kegiatan Mobil Toko.....	121
Gambar 4.12 Model Penyusunan Pesan Kegiatan Mobil Toko.....	125
Gambar 4.13 Model Komitmen Kegiatan Mobil Toko.....	128
Gambar 4.14 Model Pemilihan Media Kegiatan Mobil Toko.....	131
Gambar 4.15 Model Rencana Komunikasi Kegiatan Mobil Toko.....	136
Gambar 4.16 Model Evaluasi Kegiatan Mobil Toko.....	139
Gambar 4.17 Model Strategi Komunikasi Mobil Toko.....	142



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	153
Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian dari Perusahaan.....	154
Lampiran 3 Bimbingan Acara Penelitian.....	155
Lampiran 4 Surat Rekomendasi Mengikuti SUP.....	156
Lampiran 5 Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian.....	157
Lampiran 6 Lembar Revisi Usulan Penelitian.....	158
Lampiran 7 Surat Rekomendasi Sidang.....	159
Lampiran 8 Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang.....	160
Lampiran 9 Lembar Revisi Sidang Skripsi.....	161
Lampiran 10 Surat Keterangan Persetujuan Publikasi.....	162
Lampiran 11 Tabel Pedoman dan Hasil Observasi.....	163
Lampiran 12 Pedoman dan Hasil Wawancara Informan Kunci.....	167
Lampiran 13 Pedoman dan Hasil Wawancara Informan Pendukung.....	187
Lampiran 14 Dokumentasi.....	202