DAFTAR ISI

Hal.

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Identifikasi Masalah 7

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.4. Kegunaan Penelitian 8

1.4.1. Kegunaan Teoritis 8

1.4.2. Kegunaan praktis 9

1.5. Kerangka Pemikiran 9

1.5.1. Kerangka Teoritis 9

1.5.2. Kerangka Konseptual 13

1.5.3. Kerangka Operasional 15

1.6. Model Penelitian 16

1.7. Hipotesis 17

1.8. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data 17

1.8.1. Metode Penelitian 17

1.8.2. Teknik pengumpulan Data 18

1.9. Populasi dan Sampel 19

1.10. Lokasi dan Waktu Penelitian 21

1.11. Teknik Pengolahan dan Analisis Data 21
1.12. Sistematika penulisan 24

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1. Tinjauan tentang Komunikasi 26
2.1.1. Pengertian Komunikasi 26
2.1.2. Proses Komunikasi 28
2.1.3. Komunikasi persuasif 30
2.2. Tinjauan tentang Peranan 33
2.3. Tinjauan tentang *Public Relations* (PR) 34
2.4. Tinjauan tentang Minat 40
2.5. Tinjauan tentang Pelanggan 44
2.6. Tinjauan tentang Teori Komunikasi S-O-R 46

BAB III OBYEK PENELITIAN

3.1. Sejarah PT. Telkom Indonesia 48
3.1.1. Visi dan Misi PT. Telkom 50
3.1.2. Pesan Korporasi (Kredo Telkom) 50
3.1.3. Logo PT. Telkom 51
3.1.4. Maskot Be Bee PT. Telkom 52
3.1.5. Filosofi Dibalik Sifat dan Perilaku Be Bee 53
3.1.6. Strategi Bisnis PT. Telkom 53
3.1.7. Unit Bisnis PT. Telkom 54
3.1.8. Produk-Produk PT Telkom 57
3.1.9. Struktur PT. Telkom Indonesia 63
3.2. Sejarah Divisi Regional III 64
3.2.1 Sruktur Organisasi Unit KSO Divisi Regional III 68
3.2.2 Struktur Bagian *Public Relations* (Purel) PT. Telkom Divre III 70
3.2.3 *Job Description* 70

3.2.4 Visi dan Misi Purel PT. Telkom Divre III 73
3.3. Sarana dan Prasarana Purel PT. Telkom Divre III 74
3.4. Sekilas tentang Telkomflexi 75
3.5. Sekilas tentang Pelanggan Telkomflexi 77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif Identitas Responden 78
4.2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian 81
4.2.1. Kegiatan yang dilakukan oleh Purel PT.Telkom Divre III dalam menarik minat pelanggannya terhadap Telkomflexi di Bandung 82
4.2.2. Media yang digunakan Purel PT. Telkom Divre III dalam menarik minat pelanggannya terhadap Telkomflexi di Bandung 83
4.2.3. Perhatian pelanggan PT. Telkom terhadap Telkomflexi di Bandung 85
4.2.4. Pengertian pelanggan PT. Telkom terhadap Telkomflexi di Bandung 93
4.2.5. Penerimaan pelanggan PT. Telkom terhadap Telkomflexi di Bandung 99
4.2.6. Peranan Purel PT. Telkom Divre III dalam Menarik Minat Pelanggannya terhadap Telkomflexi di Bandung 105
4.2.6.1. Korelasi Kegiatan Purel dengan Minat 105
4.2.6.2. Korelasi Media dengan Minat 107
4.2.6.3. Analisa Korelasi antara Variabel X dengan Variabel Y 108
4.2.6.4. Hipotesa 110
4.3. Rangkuman 111

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan 117

5.2. Saran-saran 118

DAFTAR PUSTAKA 119

LAMPIRAN-LAMPIRAN 121

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 156