DAFTAR ISI

HALAMAN

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.2.1 Pertanyaan Makro 7

1.2.2 Pertanyaan Mikro 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 11

2.1.1 Tinjauan Mengenai Komunikasi 11

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi 11

2.1.1.2 Unsur Komunikasi 14

2.1.1.3 Proses Komunikasi 14

2.1.1.4 Fungsi Komunikasi 16

2.1.1.5 Tujuan Komunikasi 17

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi Pemasaran 19

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 19

2.1.2.2 Inti dari Komunikasi Pemasaran 20

2.1.2.3 Proses Perencanaan Komunikasi Pemasaran 22

2.1.3 Tinjauan Mengenai Efektivitas 26

2.1.3.1 Pengertian Efektivitas 26

2.1.3.2 Faktor-faktor Penunjang Komunikasi Efektif 27

2.1.4 Tinjauan Mengenai Minat 29

2.1.5 Tinjauan Mengenai Masyarakat 30

2.1.5.1 Pengertian Masyarakat 30

2.1.5.2 Unsur Masyarakat 31

2.1.5.3 Ciri Masyarakat 32

2.1.6 Tinjauan Mengenai Presentasi 33

2.1.6.1 Pengertian Presentasi 33

2.1.6.2 Tahapan-tahapan Presentasi 33

2.1.6.3 Model-model Presentasi 35

2.1.6.4 Media Presentasi 36

2.1.7 Tinjauan Mengenai *Open Plan Presentation* (OPP) 37

2.1.8 Tinjauan Mengenai Anggota 39

2.2 Kerangka Pemikiran 39
2.2.1 Kerangka Teoritis 39
2.2.2 Kerangka Konseptual 41
2.2.3 Model Penelitian 43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 44
3.1.1 Sejarah PT. Melia Nature Indonesia 44
3.1.2 Visi dan Misi PT. Melia Nature Indonesia 46
3.1.3 Manajemen PT. Melia Nature Indonesia..... 46
3.1.4 Produk PT. Melia Nature Indonesia 47
3.1.5 Marketing Plan PT. Melia Nature Indonesia 49
3.2 Metode Penelitian 50
3.2.1 Desain Penelitian 50
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 51
3.2.3 Teknik Penentuan Informan 53
3.2.3.1 Informan Penelitian 53
3.2.4 Teknik Analisa Data 55
3.2.5 Uji Keabsahan Data 57
3.2.6 Lokasi dan Waktu 59
3.2.6.1 Lokasi Penelitian 59
3.2.6.2 Waktu Penelitian 59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Identitas Informan dan Informan Kunci..... 69

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 80
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 89

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 93
5.2 Saran 94
5.2.1 Saran Kepada Peneliti Selanjutnya 94
5.2.2 Saran Kepada Perusahaan 95

DAFTAR PUSTAKA 96

RIWAYAT HIDUP 128

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Informan Penelitian 54

Tabel 3.1 Informan Pendukung 55

Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan 60

Tabel 4.1 Jadwal Wawancara Informan 64

Tabel 4.2 jadwal Wawancara Pendukung 65

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kesamaan Dalam Berkomunikasi 13

Gambar 2.2 Proses Perencanaan dan Aplikasi Pemasaran 23

Gambar 3.1 Surat Ijin PT. Melia Nature Indonesia 45

Gambar 3.2 Cedrich Young, Manajemen PT. Melia Nature Indonesia 46

Gambar 3.3 Produk PT. Melia Nature Indonesia 48

Gambar 3.4 Komponen-komponen dalam analisis data kialitatif 57

Gambar 4.1 Informan Peneliti 69

Gambar 4.2 Informan Peneliti 70

Gambar 4.3 Informan Peneliti 71

Gambar 4.4 Informan Peneliti 73

Gambar 4.5 Informan Peneliti (Pendukung) 74

Gambar 4.6 Informan Peneliti (Pendukung) 76

Gambar 4.7 Informan Peneliti (Pendukung) 77

Gambar 4.8 Informan Peneliti (Pendukung) 79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penugasan Menjadi Pembimbing Skripsi 99

Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan 100

Lampiran 3 Lembar Revisi Usulan Penelitian 101

Lampiran 4 Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Sidang Sarjana 102

Lampiran 5 Pengajuan Pendaftaran Sidang Sarjana 103

Lampiran 6 Lembar Revisi Skripsi 104

Lampiran 7 Surat pengantar Wawancara 104

Lampiran 8 Pedoman Wawancara 105

Lampiran 9 Transkip Wawancara 106

Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian 113