DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

SURAT PERNYATAAN ..... **ii**

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xvii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xx**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.2.1 Pertanyaan Makro 7

1.2.1 Pertanyaan Mikro 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelititan 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Tentang Pengertian dan Ruang Lingkup Komunikasi 12

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi 12
2.1.1.2 Konteks Komunikasi 13
2.1.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi 15
2.1.1.4 Proses Komunikasi 16
2.1.1.5 Tujuan Komunikasi 17
2.1.1.6 Fungsi Komunikasi 18
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 19
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi 21
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran 22
2.1.5 Tinjauan Tentang *Reseller* 24
2.1.6 Tinjauan Tentang Promosi 26
2.1.7 Tinjauan Tentang Produk 28
2.1.8 Tinjauan Tentang Produk Maicih 30
2.2 Kerangka Pemikiran 31
2.2.1. Kerangka Teoritis 32
2.2.2. Kerangka Konseptual 40

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 47
3.1.1 Sejarah PT Maicih Inti Sinergi 47
3.1.2 Visi, Misi, Tagline dan Logo Maicih 50
3.1.2.1 Visi PT Maicih Inti Sinergi 50
3.1.2.2 Misi PT Maicih Inti Sinergi 50
3.1.2.3 Tagline PT Maicih Inti Sinergi 51
3.1.2.4 Logo PT Maicih Inti Sinergi 51
3.1.3 Struktur Organisasi PT Maicih Inti Sinergi……. 55
3.1.4 Jendral dan Akademi Jendral Maicih PT Maicih Inti Sinergi 58
3.1.5 Marketing Maicih PT Maicih Inti Sinergi 59
3.1.6 Produk Maicih PT Maicih Inti Sinergi 61
3.2 Metode Penelitian 63

3.2.1 Design Penelitian 63
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 64
3.2.2.1 Studi Pustaka 64
3.2.2.2 Studi Lapangan 65
3.2.3 Teknik Penentuan Informan 67
3.2.4 Teknik Analisa Data 69
3.2.5 Uji Keabsahan Data 71
3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 73
3.2.6.1 Lokasi penelitian 73
3.2.6.2 Waktu Penelitian 74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Identitas Informan 82
4.2 Deskripsi Identitas Informan Kunci 90
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian 96
4.3.1 Penetapan Tujuan Promosi Pemasaran 97
4.3.2 Penetapan Sasaran Promosi Pemasaran 106
4.3.3 Rancangan Pesan 107
4.3.4 Saluran Media 113
4.3.5 Pengembangan *Promotional Mix* 117
4.3.6 Penyediaan Anggaran Pemasaran 127
4.3.7 Evaluasi dan Pengendalian Rencana Pemasaran 129
4.3.8 Strategi Komunikasi Pemasaran 133
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 136

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 144
5.2 Saran 150
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan 150
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya 152

DAFTAR PUSTAKA 153
LAMPIRAN – LAMPIRAN 156
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 247

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1	Daftar Nama Informan	68
Tabel 3.2	Daftar Nama Informan Kunci	68
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara	75

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Proses Komunikasi	17
Gambar 2.2	Saluran Pemasaran Produk Konsumen.....	25
Gambar 2.3	Bauran Promosi atau *Promotional Mix*	28
Gambar 2.4	Model Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
Gambar 2.5	Model Kerangka Pemikiran Konseptual.....	46
Gambar 3.1	Logo Awal Maicih.....	51
Gambar 3.2	Logo Maicih *For Icihers With Love*	52
Gambar 3.3	Penjelasan Logo Maicih *For Icihers With Love*	53
Gambar 3.4	Struktur Organisasi PT Maicih Inti Sinergi	55
Gambar 3.5	Twitter @infomaicih.....	60
Gambar 4.1	Jendral Maicih @cekax (Informan Penelitian).....	82
Gambar 4.2	Jendral Maicih @de_sartika (Informan Penelitian).....	84
Gambar 4.3	Menkominfo PT Maicih Inti Sinergi (Informan Penelitian).....	86
Gambar 4.4	Menteri SDM PT Maicih Inti Sinergi (Informan Penelitian)	88
Gambar 4.5	Tengku Novi Yanti (Informan Kunci Penelitian).....	90
Gambar 4.6	Ari Widia (Informan Kunci Penelitian).....	92
Gambar 4.7	Lyna Kurniawati (Informan Kunci Penelitian).....	94
Gambar 4.8	Pembekalan *Coorporate And Product Knowledge* AJM3.....	101
Gambar 4.9	Rubrik *Icihers Say, Icihers Of The Month*.....	102
Gambar 4.10	Rubrik Selebricih.....	103
Gambar 4.11	Lomba Makan Maicih.....	105

Gambar 4.12 Produk Maicih PT Maicih Inti Sinergi 109

Gambar 4.13 *Awards* Maicih PT Maicih Inti Sinergi..... 110

Gambar 4.14 *Icihers Magazine* PT Maicih Inti Sinergi 114

Gambar 4.15 *Merchandise* Jendral Maicih..... 116

Gambar 4.16 *Billboard* Maicih PT Maicih Inti Sinergi 2011..... 119

Gambar 4.17 Spanduk dan *Flyer Event* PT Maicih Inti Sinergi..... 120

Gambar 4.18 *Personal Selling* Jendral PT Maicih Inti Sinergi 121

Gambar 4.19 *Display* Maicih di Indonesia Mini Market London 123

Gambar 4.20 Kegiatan *Sponsorship* PT Maicih Inti Sinergi 124

Gambar 4.21 Suasana Rapat Akbar PT Maicih Inti Sinergi..... 131

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Surat Permohonan Penelitian.....	157
Lampiran 2	Surat Persetujuan Pembimbing.....	158
Lampiran 3	Surat Keterangan Penelitian dari PT Maicih Inti Sinergi	159
Lampiran 4	Berita Acara Bimbingan Penelitian	160
Lampiran 5	Lembar Revisi Seminar Usulan Penelitian	161
Lampiran 6	Surat Permohonan Wawancara Untuk Informan	162
Lampiran 7	Lembar Revisi Sidang Skripsi	163
Lampiran 8	Pertanyaan Penelitian.....	164
Lampiran 7	Pedoman Wawancara Informan Utama (@de_sartika)	169
Lampiran 8	Pedoman Wawancara Informan Utama (@cekax)	181
Lampiran 9	Pedoman Wawancara Informan Utama (admin @infomaicih)	194
Lampiran 10	Pedoman Wawancara Informan Utama (Pak Arief).....	204
Lampiran 11	Pedoman Wawancara Informan Kunci (Saudari Tengku).....	215
Lampiran 12	Pedoman Wawancara Informan Kunci (Saudari Ari).....	222
Lampiran 13	Pedoman Wawancara Informan Kunci (Saudari Lyna).....	229
Lampiran 14	Dokumentasi foto.....	236