DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR BAGAN xx

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.2.1 Pertanyaan Makro 7

1.2.2 Pertanyaan Mikro 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis 9

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti 10

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas 10

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Tinjauan Pustaka 11

2.1.1 Penelitian Terdahulu 11

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 16

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 16

2.1.2.2 Proses Komunikasi 19

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 21

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi 23

2.1.2.5 Karakteristik Komunikasi 24

2.1.2.6 Bentuk Komunikasi 24

2.1.3 Tinjauan Tentang Marketing Komunikasi 25

2.1.3.1 Definisi Marketing / Pemasaran 25

2.1.3.2 Definisi Manajemen Pemasaran 28

2.1.3.3 Tujuan Pemasaran 29

2.1.3.4 Strategi Pemasaran 29

2.1.3.5 Bauran Pemasaran 31

2.1.3.5.1 Produk 32

2.1.3.5.2 Harga 36

2.1.3.5.3 Place / tempat 38

2.1.3.5.4 Promotion / promosi 41

2.1.4 Marketing Komunikasi 42

2.1.4.1 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran..... 43

2.1.4.2 Sasaran Komunikasi Pemasaran 46

2.1.5 Tinjauan Mengenai Teori 47

2.1.5.1 Promotion Mix (Bauran Promosi / 4P) 48

2.1.6 Tinjauan mengenai My Net 54

2.1.7 Tinjauan mengenai Paket Sahabat 56

2.2 Kerangka Pemikiran 58

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 58

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 62

3.1 Desain Penelitian 62

3.2 Informan Penelitian 64

3.2.1 Subjek Penelitian 65

3.2.2 Informan Penelitian 66

3.2.3 Informan Pendukung 67

3.3 Teknik Pengumpulan Data 70

3.3.1 Studi Pustaka 70

3.3.2 Studi Lapangan 73

3.4 Uji Keabsahan Data 74

3.5 Teknik Analisis Data 76

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 79

3.6.1 Lokasi Penelitian 79

3.6.2 Waktu Penelitian 79

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 81

4.1 Hasil Penelitian 81

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian..... 81

4.1.1.1 Sejarah My Net Bandung 81

4.1.1.2 Visi dan Misi My Net Bandung 87

4.1.1.2.1 Visi My Net Bandung 87

4.1.1.2.2 Misi My Net Bandung 87

4.1.1.3 Logo My Net 88

4.1.1.4 Keuntungan My Net Bandung 89

4.1.1.5 Struktur Organisasi My Net Bandung .....,,,. 90

4.1.1.6 Mitra Kerja 92

4.1.1.7 Identitas Informan 97

4.1.2 Analisa Hasil Penelitian 103

4.1.2.1 Cara menetapkan *Price* Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 105

4.1.2.2 Penempatan (*Place*) produk / jasa Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 108

4.1.2.3 Inovasi produk (*product)* yang di tawarkan oleh Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 111

4.1.2.4 Pemilihan media Promotion oleh Mynet Bandung melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 114

4.2 Pembahasan..... 116

4.2.1 Menetapkan *Price* Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung..... 117

4.2.2 Cara Inovasi Produk *(Product)* Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 121

4.2.3 Cara Penempatan *(Place)* produk / jasa Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 122

4.2.4 Pemilihan media *(Promotion)* oleh Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 124

DAFTAR PUSTAKA 131

LAMPIRAN 135

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu 11

Tabel 3.1 Informan Kunci 66

Tabel 3.2 Informan Pendukung 68

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kertas Selebaran Paket Sahabat 57

Gambar 4.1 Sertifikat izin dari Kemkominfo 81

Gambar 4.2 *Unlimited* Ekonomis 512 Kbps Rp.125.000 82

Gambar 4.3 *Unlimited* Hemat 1,5 Mbps Rp.150.000 83

Gambar 4.4 *Unlimited Medium* 4 Mbps Rp.200.000 83

Gambar 4.5 *Unlimited Premium* 8 Mbps Rp.300.000 84

Gambar 4.6 Paket 3 GB aktif 30 hari Rp.50.000 84

Gambar 4.7 Paket 7 GB aktif 30 hari Rp.75.000 85

Gambar 4.8 Paket 11 GB aktif 30 hari Rp.100.000 85

Gambar 4.9 Paket 17 GB aktif 30 hari Rp.150.000 86

Gambar 4.10 Logo Mynet I 88

Gambar 4.11 Logo Mynet II 88

Gambar 4.12 Struktur Organisasi 90

Gambar 4.13 Logo APJII 92

Gambar 4.14 Sertifikat ke anggotaan APJII..... 94

Gambar 4.15 Daftar keanggotaan APJII 95

Gambar 4.16 Daftar keanggotaan APJII 95

Gambar 4.17 Daftar keanggotaan APJII 96

Gambar 4.18 Kang Rusli 98

Gambar 4.19 Kang Andhika 99

Gambar 4.20 Raja Daulay 100

Gambar 4.21 Agung 101

Gambar 4.22 Kahfi 102

Gambar 4.23 *Website* Mynet *Error* 115

Gambar 4.24 Model cara Menetapkan *Price* Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 120

Gambar 4.25 Model Inovasi Produk *(Product)* Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 122

Gambar 4.26 Model Penempatan *(Place)* produk / jasa Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 124

Gambar 4.26 Model pemilihan media *(Promotion)* oleh Mynet melalui program Paket Sahabat dalam meningkatkan jumlah konsumen dikalangan mahasiswa Telkom *University* Kabupaten Bandung 126

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran 61

Bagan 1.2 Komponen Analisis Data 78