

DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	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	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	15
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	21
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran	23
2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....	27
2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersona.....	129
2.1.7 Tinjauan Tentang <i>Event</i>	35
2.1.8 Tinjauan Tentang Mitra	40
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	49
3.2 Informan Penelitian.....	50
3.2.1 Informan Kunci	51
3.2.2 Informan Pendukung.....	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.3.1 Studi Pustaka.....	54
3.3.2 Studi Pustaka.....	55
3.3.3 Studi lapangan.....	57
3.4 Uji Keabsahan Data	60
3.5 Teknik Analisa Data	62
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	64
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	64
3.6.2 Waktu Penelitian	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	70

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan.....	75
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian.....	86
4.2 Pembahasan.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Saran untuk PT. Veritra Sentosa Internasional.....	131
5.2.1 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN.....	139
RIWAYAT HIDUP.....	171