

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Permasalahan	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Kerangka Teori dan Konsep.....	9
1.4.1 Teori Perencanaan	9
1.4.2 Teori Penyusunan Tindakan.....	11

1.4.3	Implementasi	13
1.4.4	Komunikasi	13
1.4.5	Komunikasi Pemasaran	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....		16
2.1	Komunikasi	16
2.2	Pemasaran.....	18
2.3	Komunikasi Pemasaran	19
2.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20
2.5	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	21
2.5.1	Iklan.....	21
2.5.2	Promosi Langsung.....	22
2.5.3	Internet Marketing.....	24
2.5.4	Promosi Penjualan	26
2.5.5	Publikasi atau Humas	28
2.5.6	Penjualan Personal	30
2.5.7	Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	32
2.6	Penelitian Terdahulu	34
BAB III. METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Metode Penelitian.....	38
3.3	Sumber Penelitian	38
3.4	Objek Penelitian	39
3.5	Subjek Penelitian.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.1	Wawancara	40
3.6.2	Observasi	41
3.6.3	Analisis Data Dokumen.....	42

3.7 Lokasi Penelitian.....	43
3.8 Teknik Analisa Data.....	43
3.9 Uji Validitas Data.....	47
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Profil PW <i>Production</i>	50
4.1.1 Sejarah PW <i>Production</i>	50
4.1.2 Sarana dan Prasarana PW <i>Production</i>	53
4.1.3 Visi dan Misi PW <i>Production</i>	56
4.1.4 Logo dan Arti PW <i>Production</i>	56
4.1.5 Struktur Organisasi PW <i>Production</i>	58
4.2 Deskripsi Produk PW	60
4.2.1 Kompetitor Produk PW	61
4.3 Hasil Penelitian	63
4.3.1 Perencanaan Pemasaran Produk PW	63
4.3.2 Implementasi Bentuk Komunikasi Pemasaran PW <i>Production</i>	68
4.4 Pembahasan.....	90
4.4.1 Analisis Perencanaan Bentuk Komunikasi Pemasaran PW <i>Production</i>	90
4.4.2 Analisis Implementasi Bentuk Komunikasi Pemasaran PW <i>Production</i>	95
BAB V. PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN