

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	10
1.3. Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan .....	11
1.5.2. Manfaat Sosial .....	13
1.5.3. Manfaat Akademis.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
2.2. Komunikasi .....	18
2.2.1. Tujuan Komunikasi .....	21
2.2.2. Fungsi Komunikasi.....	22
2.4.1 Telemarketing .....	27
2.4.1.1. Tugas Utama Telemarketing Representative .....	29
2.4.1.2. Cara kerja Telemarketing Representative (TMR)	30
2.4.2 Analisis SWOT .....	31
2.5. Kepuasan Pelanggan .....	32

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1. Paradigma.....	35
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.3. Narasumber .....	38
3.4. Definisi Konsep.....	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6. Teknik Analisa Data.....	43
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.1.1. Filosofi.....	48
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	48
4.1.3. Logo Perusahaan.....	49
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.2. Hasil Penelitian .....	52
4.2.1. Hasil Penelitian.....	53
4.2.4.2 Peranan Telemarketing Dalam Berkomunikasi Dengan Pelanggan.....	69
4.2.4.3 Pendekatan Telemarketing Cigna Dengan Pelanggan.....	70
4.2.5 Hasil yang di capai dan Evaluasi.....	73
4.3. Pembahasan.....	75
4.3.1. Public Relations .....	76
4.3.2. Marketing Public Relations .....	77
4.3.2.2 Peranan Telemarketing dalam berkomunikasi dengan pelanggan.....	82
4.3.2.3 Pendekatan Telemarketing Cigna Dengan Pelanggan .....	84

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2. Saran.....	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktis .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>

