

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitan.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Bauran Pemasaran	18
2.2.3 Produk	19
2.2.4 Promosi	20
2.2.5 Bauran Promosi	21
2.2.6 Periklanan.....	22
2.2.7 Media.....	23
2.2.8 Televisi.....	24

2.2.9	Televisi Berita	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Paradigma Penelitian	28
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	31
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1	Data Primer	33
3.4.2	Data Sekunder	34
3.5	Teknik Analisis Data	34
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1	Sejarah tvOne	36
4.1.2	Logo , Visi dan Misi tvOne	37
4.1.3	Struktur Organisasi Divisi Sales & Marketing tvOne.....	38
4.1.4	Departemen News tvOne	39
4.1.5	Departemen Programing tvOne.....	40
4.1.6	Departemen Sales & Marketing tvOne	41
a.	Sales.....	42
b.	Marketing	43
4.1.7	Hubungan Sales & Marketing	44
4.1.8	Coverage dan Target Audience tvOne	45
4.1.9	Rate Card tvOne.....	46
4.1.10	Profil Program Menuju Istana	47
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Deskripsi Umum	48
4.2.2	Fungsi Tim Sales	50
4.2.3	Fungsi Tim Marketing	51
4.2.4	Fungsi Tim Research	53
4.2.5	Strategi Penjualan Program Menuju Istana.....	54
4.2.5.1	Strategi Tim Sales	54
4.2.5.2	Strategi Tim Research tvOne	56

4.2.5.3 Strategi Tim Marketing	57
4.3 Pembahasan.....	58
4.3.1 Pemasaran Program Menuju Istana	58
4.3.1.1 Strategi <i>Personal Selling</i>	59
4.3.1.2 Strategi <i>Sales Promotion</i>	63
4.3.2 Hambatan Penjualan Program	64
4.3.1 Hambatan Tim <i>Sales</i>	64
4.3.2 Hambatan Tim <i>Marketing</i>	64
4.3.3 Hambatan Tim <i>Research</i>	65
4.3.4 Hasil Pemasaran Program Menuju Istana.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran-saran.....	67
5.2.1 Saran Akademis	67
5.2.2 Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72

