



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penulisan.....	5
1.4. Manfaat Penulisan.....	5
1.5. Batasan Masalah	5
BAB II GAMBARAN UMUM.....	6
2.1. Kondisi Umum.....	6
2.1.1 PT. Telkomsel Indonesia	6
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.	8
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	8
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.2.3 Pengertian Promosi.....	10
2.2.4 Tujuan Promosi	11
2.2.5 Bauran Promosi	12
2.2.6 <i>Public Relation</i>	14
2.3 Tinjauan Pustaka.....	17
2.4 Metodologi Penelitian.....	18



2.4.1	Jenis Penelitian	18
2.4.2	Obyek Penelitian	18
2.4.3	Jenis Data.....	18
2.4.4	Teknik Pengumpulan Data	19
2.4.5	Populasi dan Sampel.....	19
2.4.6	Analisis Data	19
2.5	Alat Ukur	20
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		26
3.1	Terbitan	26
3.2	<i>Event</i> (Acara)	29
3.3	<i>Sponsorship</i> (Pemberian Sponsor).....	33
3.4	Berita.....	34
3.5	Pidato	36
3.6	Kegiatan Layanan Masyarakat.....	38
3.7	Media Identitas	39
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		43
4.1	Kesimpulan	43
4.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN		47



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Alat Ukur	20
Tabel 2. 2 Tabel Daftar Pertanyaan	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Telkomsel	6
Gambar 2 Bentuk <i>Flyer</i>	28
Gambar 3 Proses branding di kantin FEB UPN	29
Gambar 4 Panggung Acara Maxcited 2017.....	32
Gambar 5 Kegiatan Kompetisi Game di Acara Maxcited.....	32
Gambar 6 Poster Berita Registrasi di <i>Instagram</i> dan <i>Twitter</i>	35
Gambar 7 Presentasi Acara Internet Baik di SMP 1 Sewon.....	37