

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Penulisan	5
BAB II GAMBARAN UMUM.....	6
2.1 Kondisi Umum PLN UP3 Bandung	6
2.1.1 Profil PLN UP3 Bandung	6
2.1.2 Sejarah PLN UP3 Bandung.....	7
2.1.3 Struktur Organisasi PLN UP3 Bandung	9
2.1.4 Produk PLN UP3 Bandung.....	10
2.2 Layanan <i>Express Power Service</i> (X-POSE).....	12
2.2.1 Perangkat X-POSE.....	13
2.2.2 Paket Layanan X-POSE	17
2.2.3 Harga Layanan X-POSE	19
2.2.4 Alur Layanan X-POSE.....	26
2.3 Landasan Teori	26
2.3.1 Periklanan.....	26
2.3.2 Iklan Media Cetak Melalui Brosur.....	30
2.4 Keaslian Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.2.1 Jenis Penelitian	36
3.2.2 Sumber Data	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	38
3.4 Definisi Operasional Variabel	40
3.5 Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Pembahasan Strategi Komunikasi	44
4.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Media Presentasi.....	44
4.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Media Brosur	45

4.1.3	Kegiatan yang menggunakan layanan X-POSE (Tanpa Brosur)	48
4.1.4	Kegiatan yang menggunakan layanan X-POSE (Brosur)	48
4.2	Analisis Iklan Media Cetak Melalui Brosur	49
4.2.1	Pembahasan	49
BAB V PENUTUP		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63