

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Lembar Pernyataan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Ucapan Terima Kasih .....	iv
Abstrak .....	vi
<i>Abstract</i> .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar dan Bagan .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kerangka Pemikiran .....	5
1. Industri Penyedia Jasa Layanan Telekomunikasi .....	5
2. <i>Marketing Public Relations</i> .....	8
3. <i>Brand Awareness</i> dan Siklus Hidupnya ( <i>Brand Life Cycle</i> ) .....	16
4. Keterkaitan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Marketing Public Relations</i> .....	18
F. Kerangka Konsep .....	20
G. Metodologi .....	21
1. Metode Penelitian .....	21
2. Teknik Pengumpulan Data .....	22
3. Teknik Analisis Data .....	24
H. Objek Penelitian .....	26
I. Limitasi Penelitian .....	26
<b>BAB II DINAMIKA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI SELULER DAN PRAKTIK KOMUNIKASI PEMASARAN DI INDONESIA</b> .....	27

A. Perkembangan Industri Layanan Telekomunikasi di Indonesia .....	27
B. Digital di Indonesia: Signifikansi Industri Telekomunikasi Digital dalam Praktik Komunikasi .....	30
C. Disrupsi Digital dalam Industri Penyedia Jasa Layanan Telekomunikasi Seluler .....	32
D. Strategi <i>Marketing Public Relations</i> di Industri Telekomunikasi.....	36
<b>BAB III PROFIL <i>DIGITAL TELECOMMUNICATION SERVICE PROVIDER BY.U</i>..</b>	<b>43</b>
A. By.U sebagai <i>Pioneer</i> Penyedia Jasa Layanan Telekomunikasi Digital di Indonesia..	43
B. Fitur dan Layanan Digital Provider Service By.U .....	50
C. Media Komunikasi Pemasaran Digital By.U .....	52
D. Profil Narasumber Penelitian .....	56
1. Evita Purnamasari .....	56
2. Liyumina Febri .....	56
3. Reinhard Giofan Pardede .....	57
<b>BAB IV STRATEGI <i>MARKETING PUBLIC RELATIONS BY.U</i> DALAM MENINGKATKAN <i>BRAND AWARENESS PUBLIK</i>.....</b>	<b>58</b>
A. Penyusunan Strategi <i>Marketing Public Relations</i> By.U .....	59
1. Proses Perencanaan Strategi <i>Marketing Public Relations</i> By.U .....	59
2. Proses Pengorganisasian Tim Internal By.U .....	62
3. Penerapan MPR dalam By.U .....	65
4. Evaluasi Strategi <i>Marketing Public Relations</i> By.U .....	77
B. Analisis Strategi <i>Marketing Public Relations</i> By.U .....	82
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	99
Daftar Pustaka.....	101
Lampiran .....	109