

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR BAGAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teori	20
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	20
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	24
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	27
2.3 Kerangka Pemikiran	33

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Langkah-langkah Penelitian.....	37
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	38
3.4 Penentuan Informan	38
3.5 Defenisi Konsep	39
3.6 Unit Analisis.....	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
3.8 Teknik Kebermaknaan Data	41
3.9 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik dan Profil Informan	43
4.1.1 Karakteristik Informan	43
4.1.2 Profil Informan	44
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Sejarah PT. Dirgantara Indonesia	48
4.2.2 Struktur Organisasi PT. Dirgantara Indonesia	52
4.2.3 Pesawat Terbang N219	55
4.2.4 Potensi Pasar Pesawat Terbang N219	58
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Analisis Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pesawat Terbang N219	64
4.3.1.1 Analisis Peluang Pasar	65
4.3.1.2 Analisis Pesaing	66
4.3.1.3 Analisis Pasar Sasaran	69
4.4 Implementasi Tiga <i>Circle IMC</i> Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Pesawat Terbang N219	70
4.4.1 <i>Discovery Circle</i>	70
4.4.2 <i>Intent Circle</i>	75
4.4.3 <i>Strategi Circle</i>	79

4.5 Strategi Promosi Dalam Komunikasi Pemasaran Pesawat	
Terbang N219	86
4.5.1 Promosi	86
4.5.1.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	90
4.5.1.2 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	92
4.5.1.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	93
4.5.1.4 Penjualan Personal (<i>Personal Marketing</i>)	94
4.5.1.5 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	95
4.6 Strategi komunikasi pemasaran PT. Dirgantara Indonesia	
dalam memasarkan pesawat terbang N219.....	97
4.6.1 Promosi.....	98
4.6.2 Periklanan	99
4.6.3 Pemasaran langsung	101
4.6.4 Promosi penjualan	102
4.6.5 Penjualan personal.....	102
4.6.6 Hubungan masyarakat	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	114