

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR GAMBAR	x
 BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Secara Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Secara Praktis	11
1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	12
1.6.1 Ruang Lingkup.....	12
1.6.2 Pengertian Istilah.....	12
1.7 Kerangka Pemikiran.....	13
1.8 Tahap-tahap Penelitian.....	19

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1	<i>Review</i> Hasil Penelitian Sejenis.....	20
2.2	Tinjauan Komunikasi Pemasaran	26
2.2.1	Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran	27
2.2.3	Kegunaan Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.4	Tahapan Komunikasi Pemasaran	29
2.3	Tinjauan <i>Positioning</i>	29
2.3.1	Pengertian <i>Positioning</i>	29
2.3.2	Tujuan <i>Positioning</i>	30
2.3.3	Konsep Strategi <i>Positioning</i>	31
2.3.4	Berbagai Cara dalam Strategi <i>Positioning</i>	33
2.3.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Positioning</i>	34
2.4	Tinjauan Analisis SOSTAC	35
2.4.1	Sejarah Analisis SOSTAC.....	35
2.4.2	Kegunaan Analisis SOSTAC.....	35
2.5	Tinjauan <i>Public Relations</i>	40
2.5.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	40
2.5.2	Peranan dan Lingkup <i>Public Relations</i>	41
2.5.2.1	Peranan <i>Public Relations</i>	41
2.5.2.2	Lingkup <i>Public Relations</i>	42
2.6	Tinjauan Teori Hasil Temuan Penelitian	43
2.6.1	Pengertian Analisis SWOT.....	43
2.6.2	Pengertian Promosi	43
2.6.3	Pengertian Media Promosi.....	45
2.6.4	Pengertian <i>Tagline</i>	46
2.6.5	Pengertian Segmentasi.....	47

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tinjauan Perusahaan	49
3.1.1 Identitas Perusahaan	49
3.1.2 Sejarah Perusahaan	49
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	51
3.1.3.1 Visi Perusahaan	51
3.1.3.2 Misi Perusahaan	51
3.1.4 Logo Perusahaan	52
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	54
3.1.6 <i>Job Descriptions</i>	54
3.1.7 Ruang Lingkup Perusahaan	58
3.1.7.1 Karakter Program PJTV	58
3.1.7.2 Jangkauan Siaran PJTV	59
3.1.7.3 Format PJTV	59
3.2 Metodologi Penelitian	61
3.2.1 Metode Penelitian	61
3.2.2 Sumber Data Penelitian	63
3.2.3 Operasional Variabel	64
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	67
3.2.5 Validitas Data Dengan Triangulasi	69

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian	71
4.2 Pembahasan	76
4.2.1 <i>Situation</i> pada <i>Positioning</i> PJTV	76
4.2.1.1 Situasi Internal PJTV	81

4.2.1.2	Situasi Eksternal PJTV	93
4.2.1.3	Situasi Pesaing PJTV	96
4.2.2	<i>Objectives</i> pada <i>Positioning</i> PJTV	101
4.2.2.1	Tujuan PJTV	103
4.2.3	<i>Strategy</i> pada <i>Positioning</i> PJTV	106
4.2.3.1	<i>Positioning</i> PJTV melalui Sarana Promosi	109
4.2.4	<i>Tactics</i> PJTV dalam Menyusun Strategi <i>Positioning</i>	111
4.2.5	<i>Action</i> PJTV dalam Upaya <i>Positioning</i> Perusahaan	114
4.2.5.1	Pelaksanaan <i>Pull Strategy</i> dengan Media <i>Above The Line</i> ...	118
4.2.5.2	Pelaksanaan <i>Push Strategy</i> dengan Media <i>Below The Line</i> ..	121
4.2.5.3	Pelaksanaan dan Proses Pembuatan Program Acara.....	122
4.1.6	<i>Control</i> pada <i>Positioning</i> PJTV	127
BAB V		
PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	134
5.2	Saran.....	138
5.2.1	Saran Keilmuan.....	139
5.2.2	Saran Pengembangan Praktis.....	139
DAFTAR PUSTAKA		140
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		