

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	
JUDUL DALAM	
SURAT PERNYATAAN	
RIWAYAT HIDUP	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
MOTTO	
SANWACANA	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABLE	
DAFTAR BAGAN	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Proses Komunikasi	7
B. Pola Komunikasi	8
C. Komunikasi Antar Pribadi	13
1. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi	15
D. Karakter Kepribadian Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
E. Komunikasi Organisasi dan Budaya Organisasi	18
1. Komunikasi Organisasi	18
2. Budaya Organisasi	20
F. Komunikasi Pemasaran	23
1. Tujuan Komunikasi Pemasaran	24
2. Fungsi Komunikasi Pemasaran	25
3. Bauran Komunikasi Pemasaran	25
G. Promosi dan Tujuan Promosi	26

H. Sales Promotion Girl (SPG)	27
1. Fungsi SPG	29
I. Produk Rokok	30
J. Landasan Teori	31
K. Kerangka Pikir	32

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	36
B. Definisi Konsep	37
C. Fokus Penelitian	38
D. Lokasi Penelitian	38
E. Informan Penelitian	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Sumber Data	41
H. Teknik Analisis Data	42

BAB IV. GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Tentang PT Djarum	44
B. Kegiatan SPG Bandar Lampung dan SPG Kota Bumi	47

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Informan Informan	53
B. Hasil Penelitian	55
1. Deskripsi Hasil Informan	55
a. Hasil wawancara kepada SPG	55
b. Hasil Wawancara kepada Promosi Khusus	64
c. Hasil Wawancara kepada Konsumen	66
C. Pembahasan	80

BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	98
B. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN