

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Dan Kegunaan Penelitian	6
1.5 Waktu dan Lokasi Peneliti.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	7
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	8
2.3 Komunikasi Negosiasi.....	12
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.2 Paradigma Penelitian	22
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	22

3.3.1 Subjek Penelitian	22
3.3.2 Objek Penelitian	22
3.4 Unit Analisis Penelitian	23
3.5 Penentuan Informan.....	23
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7 Metode Analisis dan Keabsahan Data	25
3.7.1 Teknik Analisis Data	25
3.7.2 Uji Keabsahan Data	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	28
4.2 Struktur Organisasi	28
4.3 Aktivitas Perusahaan	29
4.3.1 Pemilihan Bahan Baku.....	29
4.3.2 Bahan Baku Dari <i>Miniplant</i> Perusahaan.....	29
4.3.3 Bahan Baku dari <i>Miniplant</i> Lain.....	30
4.3.4 Proses pengupasan rajungan	31
4.3.5 Proses Penerimaan Bahan Baku.....	32
4.3.5.1 Pengecekan Suhu Daging Rajungan	32
4.3.5.2 Uji mikrobiologis	32
4.5.3.3 Uji kimia chloramphenicol (CAP)	33
4.5.3.4 Uji organoleptik	33
4.5.3.5 Proses Sortir	34
4.3.6 Proses <i>mixing</i>	36
4.4 Hasil Penelitian.....	36
4.5 Pembahasan Penelitian	49
4.5.1 Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Pan Putra Samudra dalam Menarik Minat Pelanggan	49
4.5.2 Segmentasi	49

4.5.3. Targeting.....	50
4.5.4. Positioning	51
BAB V PENUTUP.....	52
5. 1 Kesimpulan.....	52
5. 2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Praktis	53
5.2.2 Saran Akademis.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57