

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	iii
<b>MOTTO .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5 Tinjauan Pustaka .....	11
1.6 Kerangka Pemikiran.....	18
1.7 Langkah-Langkah Penelitian .....	24
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	30
2.1 Strategi .....	30
2.2 Pengertian Marketing .....	36
2.3 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	37
2.4 Pengertian Marketing <i>Public Relations</i> .....	44

2.5 Strategi marketing <i>Public Relations</i> .....	52
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	54
3.1 Profil Indosat .....	54
3.2 Profil Informan .....	57
3.3 Analisis masalah yang dilakukan oleh <i>Public Relations</i> Indosat Ooredoo dalam perubahan nama menjadi Indosat Ooredoo .....	58
3.4 <i>Planning</i> yang dilakukan oleh <i>Public Relations</i> Indosat Ooredoo dalam perubahan nama menjadi Indosat Ooredoo.....	70
3.5 Aksi/ <i>Reborn</i> yang dilakukan oleh <i>Public Relations</i> Indosat Ooredoo dalam perubahan nama menjadi Indosat Ooredoo... .....	78
3.6 Evaluasi yang dilakukan oleh <i>Public Relations</i> Indosat Ooredoo dalam perubahan nama menjadi Indosat ooredoo.... .....	88
<b>BAB IV PENUTUP</b>	96
4.1 Kesimpulan .....	96
4.2 Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	99
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Halaman

Nomor

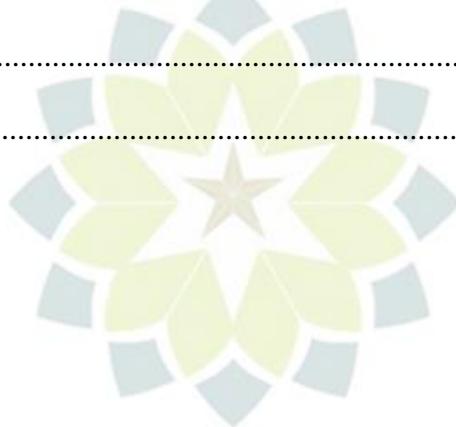
1.1	Penelitian Terdahulu .....	16
3.1	Profil Informan .....	57



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.2 Kerangka Bagan Pemikiran.....	23
2.1 Strategi marketing <i>Public Relations</i> .....	52
3.1 Analisis Masalah.....	69
3.2 <i>Planning</i> .....	77
3.3 <i>Reborn</i> .....	87
3.4 Evaluasi .....	94
3.5 Hasil Penelitian.....	95



**uin**  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG