

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, Haji. 2014. **Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi**. Jakarta: PT.Bumi Aksara
- Ardianto, Elvinaro. 2011. **Metodologi Penelitian Untuk Public Relations. Kuantitatif dan Kualitatif**. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- Arifin, Anwar. 1982. **Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas**. Lembaga Kajian Inovasi Indonesia (LKII).
- _____. 1994. **Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas**. Bandung: CV. Armico
- _____. 2007. **Public Relations**. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. bekerjasama dengan Pustaka Indonesia.
- Bendremer, Ellen. 2003. **Top Telemarketing Techniques**. New Jersey: The Career Press
- Cangara, Hafied. 2004. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2010. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. **Dinamika Komunikasi**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Firman, Fahri. 2009. **Strategi Komunikasi PT. PLN (Persero) Cabang Parepare dalam Mengatasi Masalah Keluhan Pelanggan**. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Fiske, John. 2012. **Pengantar Ilmu Komunikasi-Edisi Tiga**. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. **Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing**. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2006. **Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Kencana
- Lee, M. Johnson, C. 2007. **Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global**. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Machfoedz, Mahmud. 2010. **Komunikasi Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Masakke, Antonius. 2007. **Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Makassar Membangun Brand “Makassar Great Expectation”**. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

- Mulyana, Deddy. 2004. **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2010. **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 1997. **Manajemen Humas dan Komunikasi**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2002. **Kampanye Public Relation**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2005. **Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2006. **Penelitian Public Relation dan Komunikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2008. **Manajemen Public Relations & Media Komunikasi**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rowdson, Pauline. 2008. **Telemarketing, Cold Calling dan Membuat Janji**. Jakarta: PT. Ina Publikatama
- Salma, Fuad. 2015. **Pengaruh celebrity endorser credibility pada iklan terhadap brand attitude (studi pada iklan Kartuhalo Fit Hybrid yang diperankan oleh Joe Taslim)**. Skripsi tidak diterbitkan. Depok : Universitas Indonesia.
- Salusu, J. 1996. **Pengambilan Keputusan Strategik (untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit)**. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Septiana Aristawati. 2016. **Strategi Komunikasi Melalui Telepon (Studi Kualitatif Strategi Komunikasi dalam Penawaran Amarelo Adhiwangsa Privilege Card Melalui Telepon oleh Telemarketing Operator Amarelo Hotel Solo dan Adhiwangsa Hotel And Convention Hall Solo)**. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Soejono, Eddy. 2006. **Teori Komunikasi**. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Subroto, Budiarto. 2011. **Pemasaran Industri: Business to Business Marketing**. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta
- Widjaja. 2009. **Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen**. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Lain-lain :

Holden, Kelly. (2004). Telemarketing. (online). <http://www.bnet.com/>

Company Profile PT. Infomedia Solusi Humanika

<https://www.telkomsel.com/kartu-halo>

https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_produk_telekomunikasi_di_Indonesia

<http://ish.co.id/portal/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/2017-pengertian-telemarketing-dan-5-strategi-suksesnya/>

LAMPIRAN – LAMPIRAN

PANDUAN WAWANCARA

Rumusan Masalah 1 : Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan telemarketing PT.Infomedia Solusi Humanika Makassar dalam meningkatkan jumlah pengguna kartu Halo?		
NO	INFORMAN	PERTANYAAN
1	Supervisor	1. Apakah telemarketing operator membutuhkan strategi komunikasi dalam menawarkan produk kartu halo? 2. Apa tujuan dari strategi komunikasi yang digunakan? 3. Apa saja strategi yang digunakan demi meningkatkan jumlah pengguna kartu halo? 4. Siapa saja target dalam penawaran kartu halo?
2	<i>Team leader</i>	5. Bagaimana proses mengidentifikasi target sasaran ? 6. Bagaimana strategi penyusunan pesan dalam melakukan penawaran demi meningkatkan penjualan? 7. Apa saja hal-hal yang diperhatikan dalam penyusunan pesan (script)? 8. Metode apa yang digunakan oleh

		telemarketing operator dalam menawarkan kartu halo demi meningkatkan penjualan? 9. Apa saja media yang digunakan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran? 10. Bagaimana perkembangan jumlah pengguna kartu halo saat ini? 11. Apakah menurut anda strategi komunikasi yang digunakan telemarketing sudah efektif dalam meningkatkan pengguna kartu halo?
3	Telemarketing	12. Dalam proses mengenali kalayak sasaran atau calon pelanggan, apa yang dilakukan oleh telemarketing? 13. Apa saja tahapan yang anda lakukan dalam melakukan penawaran? 14. Dalam menawakan produk, bagaimana cara anda membujuk pelanggan? 15. Apakah ada strategi khusus yang anda gunakan dalam mempersuasi pelanggan? 16. Apakah menurut anda strategi komunikasi yang digunakan telemarketing sudah mampu meningkatkan jumlah pengguna kartu halo?
Rumusan Masalah 2 : Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi strategi		

komunikasi telemarketing PT.Infomedia Solusi Humanika Makassar dalam meningkatkan jumlah pengguna kartu Halo?

4	Supervisor	1. Apa saja hal-hal yang mendukung strategi komunikasi yang dilakukan telemarketing dalam meningkatkan pengguna kartu halo? 2. Apa saja yang menjadi hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan telemarketing dalam meningkatkan pengguna kartu halo?
5	Telemarketing	

DOKUMENTASI



Wawancara dengan informan 1



Wawancara dengan informan 2



Wawancara dengan informan 3



Wawancara dengan informan 4



Wawancara dengan informan 5



Suasana layanan Telemarketing

PT.Infomedia Solusi Humanika Makassar