

C. Logo PT.TELKOM.....	36
D. Budaya “ARTI” TELKOM .....	37
E. Makna Maskot PT.TELKOM .....	38
F. Makna Krodeo PT.TELKOM .....	40
G. Restrukturisasi Internal.....	40
H. Bidang Usaha dan Kegiatan PT.TELKOM .....	43
I. Struktur Organisasi PT.TELKOM Pusat.....	54
<b>BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
<b>A. Data Penelitian .....</b>	<b>56</b>
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Di PT.TELKOM Bandung .....	56
2. Langkah Strategi Komunikasi Pemasaran PT.TELKOM Bandung .....	58
3. Bauran Pemasaran PT.TELKOM Bandung.....	73
4. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi Pemasaran PT.TELKOM.....	97
1. Faktor Pendukung.....	97
2. Faktor Penghambat.....	99
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>100</b>
<b>BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>122</b>
<b>A. KESIMPULAN .....</b>	<b>122</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>124</b>