

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak .....	vi
Abstract .....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Tabel .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Aspek Teoritis	
1.4.2 Aspek Praktis	
1.5 Tahapan Penelitian .....	6
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penelitian .....	10

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Teori.....	19
2.2.1 Komunikasi .....	19
2.2.2 Public Relations .....	20
2.2.2.1 Definisi Public Relations .....	20
2.2.2.2 Tujuan & Fungsi Public Relations .....	20
2.2.3 Strategi Public Relations.....	21
2.2.4 Media Online .....	25
2.2.4.1 Definisi Media Online .....	25

2.2.4.2	Karakteristik Media Online .....	25
2.2.5	Event .....	26
2.2.5.1	Definisi Event .....	26
2.2.5.2	Tujuan & Fungsi Event .....	26
2.2.5.3	Karakteristik Event .....	27
2.2.6	Special Event .....	28
2.2.6.1	Definisi Special Event .....	28
2.2.6.2	Kategori Special Event .....	30
2.2.6.3	Penyusunan Program Special Event .....	31
2.2.6.4	Fungsi Public Relations dengan Kegiatan Khusus dalam Special Event .....	31
2.2.6.5	Faktor Pendukung Keberhasilan dalam Special Event .....	32
2.3	Kerangka Pemikiran .....	33

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Paradigma Penelitian.....	34
3.2	Metode Penelitian.....	35
3.2.1	Metode Deskriptif.....	35
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	36
3.3.1	Subjek Penelitian.....	36
3.3.2	Objek Penelitian.....	36
3.4	Definisi Konsep.....	37
3.5	Unit Analisis.....	39
3.6	Informan.....	40
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.8	Teknik Analisis Data.....	41
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	43
3.9.1	Keterpercayaan ( <i>Credibility</i> ).....	43
3.9.2	Keteralihan ( <i>Transferability/Validitas Eksternal</i> ).....	44
3.9.3	Kebergantungan ( <i>Dependability/Reabilitas</i> ).....	44
3.9.4	Kepastian( <i>Corfirmability/Objektivitas</i> ).....	45

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan .....	46
4.1.1	Sejarah InfoBdg .....	46
4.1.2	Struktur Organisasi .....	47
4.1.3	Visi dan Misi InfoBdg .....	48
4.2	Special Event Ngamplag Live.....	48
A.	Ngamplag Story - The Name.....	48
B.	Ngamplag Story - Failure.....	49
C.	Ngamplag Rising Up.....	49
4.3	Karakteristik Informan .....	50
4.3.1	Informan Utama .....	51
4.3.2	Informan Pendukung .....	53
4.4	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1	Analisis Situasi Special Event Ngamplag Live .....	59
A.	Masalah, Kepentingan atau Peluang .....	59
B.	Analisa Situasi Internal dan Eksternal .....	63
C.	Tujuan Program .....	65
4.4.2	Perencanaan dan Program Special Event Ngamplag Live .....	67
A.	Menetapkan Publik Sasaran .....	67
B.	Menetapkan Sasaran .....	70
4.4.3	Tindakan/ Aksi Komunikasi Special Event Ngamplag Live .....	71
A.	Strategi Tindakan .....	71
B.	Strategi Komunikasi .....	72
C.	Rencana Implementasi Program .....	76
4.4.4	Evaluasi Special Event Ngamplag Live .....	80
A.	Rencana Evaluasi .....	80
B.	Umpan Balik dan Penyesuaian Program .....	82
4.1	Pembahasan .....	84
4.5.1	Analisis Situasi Special Event .....	87
A.	Masalah, Kepentingan atau Peluang .....	87
B.	.Analisis Situasi Internal dan Eksternal .....	89
C.	Tujuan Program .....	91
4.5.2	Perencanaan dan Program Special Event Ngamplag Live .....	92
A.	Menetapkan Publik Sasaran .....	92
B.	Menetapkan Sasaran .....	94

4.5.3 Tindakan/ Aksi Komunikasi Special Event Ngamplag Live .....	95
A. Strategi Tindakan .....	95
B. Strategi Komunikasi .....	97
C. Rencana Implementasi Program .....	98
4.5.4 Evaluasi Special Event Ngamplag Live .....	99
A. Rencana Evaluasi .....	99
B. Umpan Balik dan Penyesuaian Program .....	101

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	103
5.2 Saran .....	104
5.2.1 Saran untuk Public Relations InfoBdg .....	104
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	104
Daftar Pustaka .....	105
Lampiran	

