

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
1.5.1 Waktu Penelitian.....	9
1.5.2 Lokasi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.3 <i>Public Relations</i>	14

2.1.4	<i>Marketing Public Relations</i>	15
2.1.5.	<i>Digital Marketing Public Relations</i>	17
2.2	Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Metode Penelitian.....	26
3.2	Subjek Penelitian.....	26
3.3	Objek Penelitian	27
3.4	Unit Analisis Penelitian.....	27
3.5	Informan Penelitian	28
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.6.1	Wawancara.....	30
3.6.2	Observasi.....	31
3.7	Metode Analisis Data	31
3.7.1	Reduksi Data.....	32
3.7.2	<i>Display Data</i>	32
3.7.3	Verifikasi Data.....	32
3.8	Teknik Penjagaan Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Karakteristik Informan Penelitian	34
4.2	Hasil Penelitian	36
4.3	Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
5.2.1.	Saran Akademis	91
5.2.2.	Saran Praktis	92

DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	100