

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Komunikasi.....	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	15
2.2.2 Tujuan Komunikasi.....	16
2.3 Public Relations.....	17
2.3.1 Definisi Public Relations.....	17
2.3.2 Peran Public Relations.....	22
2.4 Marketing Public Relations	26
2.4.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	26

2.4.2	Strategi Marketing Public Relations.....	29
2.4.3	Ruang Lingkup Marketing Public Relations.....	32
2.5	Eksistensi Perusahaan.....	34
2.6	Konsep Pemasaran.....	35
2.7	New Media	37
2.7.1	Pengertian New Media	37
2.7.2	Karakteristik New Media	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Paradigma Penelitian	39
3.2	Tipe Penelitian.....	40
3.3	Metode Penellitian.....	41
3.4	Subjek Penelitian.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1	Primer.....	43
3.5.2	Sekunder.....	47
3.6	Teknik Analisis Data	49
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1	Sejarah Singkat.....	52
4.1.2	Visi Misi.....	54
4.1.3	Logo Perusahaan.....	55
4.1.4	Struktur Organisasi.....	56
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Aktivitas Marketing Public Relations.....	57
4.2.2	Eksistensi Berbasis Online.....	63
4.2.3	Peran Marketing Public Relations	

	Dalam Marketing Communications	65
4.3	Pembahasan.....	67
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
5.2.1	Saran Praktis.....	74
5.2.2	Saran Akademis.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CV



UNIVERSITAS
MERCU BUANA