

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kegiatan	5
1.3 Hasil Luaran	6
1.4 Manfaat.....	8

BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Analisis Situasi.....	9
2.2 Permasalahan Mitra.....	12

BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP

3.1 Penelitian Sebelumnya	13
3.2 Public Relations.....	15
3.3 Marketing PR	17
3.3.1 Peran Marketing PR	18
3.4 Publikasi	22
3.4.1 Jenis Publikasi	24
3.4.2 Media Publikasi.....	26
3.5 Promosi.....	27

3.6 Pemasaran Online.....	31
3.6.1 Manfaat Pemasaran Online	33
3.7 New Media	34
3.8 Media Sosial.....	37
3.8.1 Ciri – Ciri Media Sosial	39
3.8.2 Manfaat, Peran, Fungsi Media Sosial	39
BAB IV METODE PELAKSANAAN	
4.1 Teknik / Tata Cara Pelaksanaannya	43
4.2 Tahapan Kegiatan.....	44
4.3 Teknik Komunikasi	47
4.4 Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan	48
4.5 Realisasi Anggaran.....	49
4.6 Jadwal Kegiatan	52
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	
5.1 Teknik Komunikasi	53
5.2 Gambaran Tahap Pelaksanaan.....	58
5.3 Hasil Kegiatan Dan Partisipasi Peserta.....	61
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, Dan Potensi Keberlanjutan	67
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	71
6.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76