

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi	19
2.3 <i>Public Relations</i>	20
2.3.1 Strategi Public Relation.....	22
2.4 Marketing <i>Public Relations</i>	26
2.5 Strategi Marketing <i>Public Relations</i>	28
2.6 Kolaborasi Marketing dan <i>Public Relations</i>	30
2.7 Prilaku Konsumen.....	33
2.7.1 <i>Brand Awareness</i>	34
2.7.2 Teori Minat(Teori AIDDA)	36
2.8 Strategi Media Baru	37
2.8.1 Media Sosial.....	39
2.3.1 Instagram	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43

3.1	Paradigma Penelitian.....	43
3.2	Metode Penelitian.....	44
3.3.	Subjek Penelitian.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1	Data Primer	48
3.4.2	Data Sekunder	49
3.5	Teknik Analisa Data.....	49
3.6	Teknik Pemeriksaan Keapsahan Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1	Sejarah Singkat <i>Body Big Size</i>	52
4.1.2	Visi Misi	53
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	54
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Strategi Marketing Public Relation	60
4.2.2	Brand Awareness dan Minat Beli	62
4.3	Pembahasan.....	68
4.3.1	Strategi Pull (Menarik) dalam membangun <i>Brand Awareness</i> dan Minat Beli Pelanggan <i>Body Big Size</i>	69
4.3.2	Strategi Push (Mendorong) dalam membangun <i>Brand Awareness</i> dan Minat Beli Pelanggan <i>Body Big Size</i>	70
4.3.3	Strategi Pass (Mempengaruhi) dalam membangun <i>Brand Awareness</i> dan Minat Beli Pelanggan <i>Body Big Size</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Akademis	77
5.2.2	Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		