

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perebaikan Skripsi	iv
Lembar pernyataan	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN TEORITIS	14
2.1 Komunikasi	14
2.1.1 Pengertian	14
2.1.2 Fungsi Komunikasi	15
2.1.3 Bentuk Komunikasi	17
2.2 Public Relations	22
2.2.1 Pengertian	22

2.2.2 Fungsi dan Tugas Public Relations.....	25
2.3 Strategi Komunikasi.....	30
2.3.1 Pengertian	30
2.3.2 Tujuan Strategi Komunikasi	33
2.3.3 Tahapan Strategi Komunikasi.....	34
2.3.4 Strategi Komunikasi Public Relations	36
2.4 Sosialisasi.....	39
2.4.1 Pengertian	39
2.4.2 Pentingnya Sosialisasi.....	40
2.5 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma	42
3.2 Tipe Penelitian	42
3.3 Metode Penelitian	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.5 Narasumber/Key Informan	46
3.6 Definisi Konsep	47
3.6.1 Tahapan Strategi Komunikasi.....	48
3.6.2 Strategi Komunikasi Public Relations	50
3.6.2 Sosialisasi.....	53
3.7 Fokus Penelitian.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	54

3.9	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.1	Profil PT. Coca-Cola Amatil Indonesia	57
4.1.2	Visi dan Nilai Perusahaan	60
4.1.3	Coke Tour	61
4.2	Hasil Penelitian	64
4.2.1	Analisis Masalah.....	65
4.2.2	Tujuan Program dan Sosialisai Coke Tour	68
4.2.3	Identifikasi Dan Segmentasi Sasaran Program Coke Tour	71
4.2.4	Menentukan Pesan	72
4.2.5	Taktik Mensosialisasikan Program Coke Tour.....	74
4.2.6	Alokasi Waktu Dan Sumber Daya.....	75
4.2.7	Evaluasi Dan Tinjauan.....	88
4.2.7	Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		94
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	97
5.2.1	Akademis	97
5.2.2	Praktisi	98
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		100