

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	
HALAMAN SAMPUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	11
2.1.1 Konsep Komunikasi	11
2.2 Marketing Public Relations (MPR)	11
2.2.1 Definisi MPR	11
2.2.2 Strategi MPR	11
2.2.3 Elemen-elemen dalam MPR	12
2.2.4 Manfaat MPR	12
2.3 Kampanye	13
2.3.1 Konsep Kampanye	13
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	26
3.1.1 Paradigma Penelitian	27
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian	28
a. Subjek Penelitian	28
b. Objek Penelitian	28
3.1.3 Lokasi Penelitian	28
3.2 Metode Pengumpulan Penelitian	29
3.2.1 Data Primer	29

a. Observasi	29
b. Wawancara.....	30
c. Studi Dokumentasi	31
3.2.2 Data Sekunder	31
3.3 Teknik Analisis dan Penjaga Keabsahan Data	33
3.3.1 Teknik Analisis Data.....	33
3.3.2 Teknik Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Informan	38
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.3 Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Akademisi	68
5.2.2 Saran Praktisi	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72