

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)	9
2.2 <i>Public Relations</i>	10
2.2.1 <i>Marketing Public Relations</i>	11
2.2.2 P.E.N.C.I.L.S.....	12
2.3 Teratu Beauty	13

2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.3.1 Subjek Penelitian.....	25
3.3.2 Objek Penelitian	25
3.3.3 Lokasi Penelitian.....	25
3.3.4 Unit Analisis Penelitian.....	26
3.3.5 Informan	27
3.4 Pengumpulan dan Penelitian Data	28
3.4.1 Wawancara	28
3.4.2 Observasi.....	28
3.4.3 Dokumentasi	29
3.4.4 Teknik Analisis Data.....	29
3.4.5 Teknik Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Karakteristik Informan	31
4.1.1 Profil Informan Kunci.....	31
4.1.2 Profil Informan Kunci.....	32
4.1.3 Profil Informan Pendukung.....	33
4.1.4 Profil Informan Ahli.....	34
4.2 Hasil Penelitian	35

4.2.1 <i>Publications & Publicity</i>	35
4.2.2 <i>Events</i>	37
4.2.3 <i>News</i>	42
4.2.4 <i>Community Involvement</i>	43
4.2.5 <i>Identity Media</i>	45
4.2.6 <i>Lobbying & Negotiations</i>	48
4.2.7 <i>Social Responsibility</i>	50
4.3 Pembahasan	51
4.3.1 <i>Publications & Publicity</i>	52
4.3.2 <i>Events</i>	53
4.3.3 <i>News</i>	55
4.3.4 <i>Community Involvement</i>	55
4.3.5 <i>Identity Media</i>	56
4.3.6 <i>Lobbying & Negotiations</i>	57
4.3.7 <i>Social Responsibility</i>	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
5.2.1 Saran Akademis	62
5.2.2 Saran Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65