

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
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	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Secara Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Secara Praktis.....	10
1.5. Waktu dan Lokasi Penelitian	10
1.5.1. Waktu Penelitian	10
1.5.2. Lokasi Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Strategi <i>Public Relations</i>	11
2.1.2 <i>Customer Engagement</i>	13
2.1.3 Radio & <i>Streaming</i>	15
2.1.4 <i>New Media</i>	16
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.2.1. Jurnal Nasional	19
2.2.2. Jurnal Internasional.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Metode Penelitian	36
3.2. Paradigma Penelitian	36
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3.1. Subjek Penelitian.....	37
3.3.2. Objek Penelitian	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data	38

3.4.1. Data Primer.....	38
3.4.2. Data Sekunder	39
3.5. Teknik Pemilihan Informan	40
3.6. Teknik Analisis dan Penjaga Keabsahan Data.....	42
3.6.1. Teknik Analisis Data.....	42
3.6.2. Penjagaan Keabsahan Data	43
BAB IV Hasil Pembahasan	45
4.1. Informan Penelitian	45
4.2. Hasil Penelitian	48
4.3 Pembahasan	63
BAB V Kesimpulan dan Saran	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2. Saran.....	75
5.2.1. Saran Akademis.....	75
5.2.2. Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81