

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
KATA PENGANTAR	III
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Rangkuman Teori Konsep Dasar.....	16
2.1.2 <i>Marketing Public Relations</i>	17
2.1.2.1 Hubungan <i>Marketing</i> dan <i>Public Relations</i>	17
2.1.2.2 Faktor Munculnya <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.1.2.3 Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	20

2.1.2.4	Aktivitas <i>Marketing Public Relatios</i>	21
2.1.2.5	Proses <i>Marketing Public Relatios</i>	23
2.1.3	Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	24
2.1.4	<i>Brand</i>	25
2.1.4.1	<i>Brand Image</i>	26
2.1.4.2	<i>Brand Awareness</i>	27
2.1.5	Konsep Inkubator Bisnis	28
2.1.5.1	BRI Incubator	30
2.1.5.2	Konsep Bisnis <i>Go global</i>	32
2.1.6	Konsep UMKM.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu	35
2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	42
BAB III	METODE PENELITIAN	44
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian.....	44
3.2	Metode Penelitian.....	45
3.2.1	Paradigma Penelitian.....	46
3.2.2	Subjek dan Objek Penelitian	47
3.2.2.1	Subjek Penelitian.....	47
3.2.2.2	Objek Penelitian	48
3.3	Informan Penelitian	48
3.3.1	Informan Kunci	48
3.3.2	Informan Pendukung	49
3.3.3	Informan Ahli	50
3.4	Lokasi Penelitian	51
3.5	Unit Analisis Penelitian	51
3.6	Metode Pengumpulan Data Penelitian	52
3.6.1	Wawancara.....	53

3.6.2 Observasi	54
3.6.3 Dokumentasi.....	54
3.6.4 Studi Kepustakaan.....	55
3.7 Teknik Analisis Data Penelitian.....	55
3.8 Teknik Keabsahan Data Penelitian	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Data Informan.....	58
4.1.1 Informan Kunci	58
4.1.2 Informan Pendukung	59
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 <i>Push Strategy</i>	61
4.2.2 <i>Pull Strategy</i>	73
4.2.3 <i>Pass Strategy</i>	83
4.2.4 <i>Platform Strategy</i>	93
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
4.3.1 <i>Push Strategy</i>	98
4.3.2 <i>Pull Strategy</i>	104
4.3.3 <i>Pass Strategy</i>	111
4.3.4 <i>Platform Strategy</i>	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran.....	120
5.2.1 Saran Akademik	120
5.2.2 Saran Praktis	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	126