

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.4.1 Kegunaan Teoritis	5
1.4.2 Kegunaan Praktis	5
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Public Relations	6
2.1.2 Fungsi Public Relations.....	7
2.1.3 Peran <i>Public Relations</i>	7
2.1.4 Definsi <i>Brand</i>	8
2.1.5 Manfaat <i>Brand</i>	9
2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	11
2.1.7 <i>Brand Community</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian	22

3.2	Metode Penelitian.....	23
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	24
	3.3.1 Subjek Penelitian.....	24
	3.3.2 Objek Penelitian	24
3.4	Lokasi Penelitian	24
3.5	Unit Analisis Penelitian.....	24
3.6	Informan Penelitian	25
3.7	Pengumpulan Data Penelitian.....	26
	3.7.1 Wawancara.....	26
3.8	Teknik Analisis Data.....	27
	3.8.1 Reduksi Data	27
	3.8.2 Data Display.....	27
	3.8.3 Membuat Kesimpulan	28
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	28
	3.9.1 Triangulasi Sumber	28
	3.9.2 Triangulasi Teknik	29
	3.9.3 Triangulasi Waktu.....	29
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Karakteristik Informan	30
4.2	Hasil Penelitian	31
	4.2.1 Perencanaan Strategi Humas Ikatan Motor Indonesia.....	31
4.3	Pembahasan.....	41
	4.3.1 Strategi Public Relations	41
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran.....	57
	5.2.1 Saran Akademis	57
	5.2.2 Saran Praktis	58
	DAFTAR PUSTAKA	59
	LAMPIRAN.....	61