

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	10
1.3 Identifikasi Masalah	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian	11
1.5.2 Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 KAJIAN PUSTAKA	13
2.1.1 Integrated Marketing Communication (IMC)	13
2.1.2 Public Relations	15
2.1.3 Government Relations	18
2.1.4 Community Relations	20
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.2	Paradigma Penelitian.....	35
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3.1	Subjek Penelitian	36
3.3.2	Objek Penelitian	36
3.4	Unit Analisis Penelitian	36
3.5	Kriteria Informan	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	41
3.6.1	Observasi	41
3.6.2	Wawancara	41
3.6.3	Dokumentasi.....	42
3.7	Metode Analisis dan Penjaga Keabsahan Data	42
3.7.1	Metode Analisis Data	42
3.7.2	Metode Keabsahan Data.....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1	<i>Hasil Penelitan.....</i>	45
4.1.1	<i>Penerapan public relations</i>	45
4.1.2	<i>Penerapan advertising</i>	49
4.1.3	<i>Penerapan Sales Promotion</i>	52
4.1.4	<i>Penerapan Events & Experience.....</i>	54
4.1.5	<i>Penerapan Direct Marketing.....</i>	56
4.1.6	<i>Penerapan Interactive Marketing</i>	59
4.1.7	<i>Penerapan Word of Mouth</i>	61
4.1.8	<i>Penerapan Personal Selling.....</i>	64
4.2	<i>Hasil Pembahasan</i>	67
4.2.1	<i>Public Relations</i>	67
4.2.2	<i>Advertising.....</i>	68
4.2.3	<i>Sales Promotion</i>	68
4.2.4	<i>Events & Experience</i>	69
4.2.5	<i>Direct Marketing</i>	70
4.2.6	<i>Interactive Marketing</i>	71
4.2.7	<i>Word of Mouth (WoM).....</i>	72
4.2.8	<i>Personal Selling</i>	73
BAB V	PENUTUP	75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN		79