

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Public Relations</i>	8
2.2 Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i>	8
2.2.1 Tujuan <i>Public Relations</i>	8
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	11
2.3 Media <i>Public Relations</i>	13
2.4 Strategi dalam <i>Public Relations</i>	17
2.5 <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.5.1 Peran <i>Public Relations</i> dalam <i>Marketing</i>	19
2.5.2 Peranan <i>Marketing Public Relations</i>	20
2.5.3 Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	21
2.5.4 Strategi <i>Public Relations</i>	23
2.8 Kerangka Pemikiran	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.2 Desain Penelitian	26
3.3 Key Informan dan Informan	27
3.3.1 Key Informan.....	27
3.3.2 Informan	28
3.4 Instrument	29
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder	30
3.5 Keabsahan Data	31
3.6 Analisis Data	34
BAB IV PEMBAHASAN	36
4.1 Subjek Penelitian	36
4.1.1 Profil Toyota Auto 2000	36
4.1.2 Profil Toyota Auto 2000 Cab. Cikupa Tangerang.....	40
4.1.3 Posisi Organisasi	42
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Strategi MPR Toyota Auto 2000 Cabang Cikupa Tangerang	43
4.2.2 Bentuk dan alat kegiatan MPR Toyota Auto 2000	48
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	