

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori Elaborasi Likelihood.....	9
2.1.1 Pesan-pesan Persuasi <i>Central Route</i>	9
2.1.2 Jenis-jenis Pesan yang Terelaborasi.....	11
2.1.3 Pesan-pesan Persuasi <i>Peripheral Route</i>	13
2.1.4 Jenis-jenis Pesan <i>Peripheral Route</i>	14
2.2 Strategi <i>Public Relations</i>	14
2.2.1 Strategi.....	14
2.2.2 <i>Public Relations</i>	15
2.2.3 Strategi <i>Public Relations</i>	17
2.2.4 Tahapan Proses Strategi <i>Public Relations</i>	21
2.2.5 Strategi <i>Public Relations</i> dalam Menjaga Loyalitas.....	25
2.3 Loyalitas.....	27
2.3.1 Tahap Pembentukan Loyalitas.....	28
2.3.2 Karakteristik Loyalitas.....	31
2.3.3 Jenis Loyalitas.....	32

2.4	<i>Corporate Sponsor</i>	33
2.5	Perusahaan Non Profit.....	35
2.6	Kerangka Pemikiran.....	36
2.7	Definisi Konseptual.....	36
2.7.1	Strategi <i>Public Relations</i>	36
2.7.2	Memberikan Perhatian Khusus.....	36
2.7.3	Menciptakan Hubungan Saling Menguntungkan.....	37
2.7.4	Melakukan <i>Follow Up</i>	37
2.7.5	Menawarkan Program Menarik.....	37
2.7.6	Membuat Kegiatan dengan Pelanggan.....	37
2.7.7	Loyalitas <i>Corporate Sponsor</i>	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Metode Penelitian.....	38
3.2	Desain Penelitian.....	40
3.3	Sumber Data.....	41
3.3.1	<i>Informan</i>	41
3.3.2	<i>Key Informan</i>	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Wawancara Mendalam.....	43
3.4.2	Observasi Partisipatif.....	43
3.5	Keabsahan Data.....	45
3.6	Analisa Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Subjek Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Singkat DAAI TV.....	48
4.1.2	Profil DAAI TV.....	49
4.1.3	Logo DAAI TV dan Makna DAAI TV.....	50
4.1.4	Visi dan Misi DAAI TV.....	51
4.1.5	Sejarah DAAI TV.....	51
4.1.6	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	54
4.2	Memberikan Perhatian Khusus.....	54

4.2.1 Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> DAAI TV	58
4.3 Strategi <i>Public Relations</i> Menjaga Loyalitas Corporate Sponsor	59
4.3.1 Memberikan Perhatian Khusus	59
4.3.2 Menciptakan Hubungan Saling Menguntungkan	64
4.3.3 Melakukan <i>Follow Up</i>	69
4.3.4 Menawarkan Program Menarik	71
4.3.5 Membuat Kegiatan dengan <i>Corporate</i>	73
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	