

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Strategi Komunikasi.....	13
2.2.1 Strategi.....	13
2.2.2 Strategi Marketing Public Relations.....	14
2.2.3 Tujuan Marketing Public Relations.....	16
2.2.4 Peranan Marketing Public Relations	17
2.2.5 Tujuan Marketing Public Relations.....	19
2.3 Teori yang Relevan	26
2.3.1 Uses and Gratification	26
2.3.2 Marketing Public Relations.....	31
2.3.3 Citra Perusahaan.....	36
2.4 Kerangka Pemikiran.....	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Bahan Penelitian	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Keabsahan Data.....	50
3.5 Rencana Analisis.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Strategi Public Relations melalui social media.....	55
4.1.2 Kebijakan yang mendukung terlaksananya strategi public relations ...	56
4.1.3 Hambatan dan pendukung pada strategi public relations	61

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Strategi public relations melalui social media	64
5.2 Kebijakan yang mendukung terlaksananya strategi public relations	68
5.3 Hambatan dan pendukung pada strategi PR melalui social media	71

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	78