

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pameran.....	7
2.2 Ragam Pameran.....	9
2.3 Strategi Pameran.....	10
2.4.Pameran Salah Satu Kegiatan Public Relation.....	14
2.5Pameran Merupakan Eksternal Public Relation.....	18
2.6 Minat Konsumen.....	20
2.7 Kerangka Pemikiran.....	23

### BAB III PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2 Definisi Konseptual.....	25
3.3 Desain Penelitian.....	25
3.4 Key Informan dan Informan.....	26
3.5 Keabsahan dan Keajegan Penelitian.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1 Wawancara.....	31
3.6.2 Observasi.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	34

### BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Subyek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	37
4.1.2 Struktur Organisasi.....	39
4.1.2.1 Visi dan Misi.....	41
4.1.2.2 Misi.....	41
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	42
4.2.1 Tanggapan Pengunjung.....	48
4.2.2 Kendala Yang Dihadapi.....	57
4.2.2.1 Kendala Pelaksanaan Pameran.....	58
4.2.2.2 Kendala Waktu.....	58

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Pendekatan Komunikasi Antar Personal dalam pameran.....	62
5.3 Tanggapan Pengunjung.....	62
5.4 Kendala yang dihadapi.....	67
5.5 Saran.....	67

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## LAMPIRAN

- Lampiran-1 : Pertanyaan Wawancara
- Lampiran-2 : Jawaban Wawancara
- Lampiran-4 : Foto-foto Pameran