

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN LEGALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	12
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	15
2.2.3 Fungsi Komunikasi.....	18
2.3.1 Komunikasi Perusahaan.....	20
2.4.1 Komunikasi Digital.....	21
2.5.1 Media Siber.....	23

2.6.1	<i>Public Relations</i>	27
2.6.2	<i>Cyber Public Relations</i>	29
2.6.3	<i>Digital Marketing</i>	31
2.7.1	<i>Teori Marketing Public Relations</i>	32
2.7.2	<i>Persuasif</i>	33
2.8.1	<i>Jurnalistik</i>	34
2.8.2	<i>Hak Cipta</i>	35
2.8.3	<i>Desain Web</i>	36
2.8.4	<i>Desain Grafis</i>	38
2.8.5	<i>Prinsip-Prinsip Desain Grafis</i>	39
2.9.1	<i>Kerangka Pemikiran</i>	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	42
3.2	<i>Objek Penelitian</i>	43
3.2.1	<i>Bahan Penelitian</i>	43
3.2.2	<i>Lokasi Penelitian</i>	44
3.3	<i>Data Penelitian</i>	44
3.4	<i>Sumber Data</i>	45
3.4.1	<i>Key Informan</i>	45
3.4.2	<i>Informan</i>	45
3.5	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	46
3.6	<i>Uji Keabsahan Data</i>	47
3.7	<i>Teknik Analisis Data</i>	48
BAB IV HASIL PENELITIAN		51
4.1	<i>Subjek Penelitian</i>	51

4.1.1	Profil Perusahaan Petrotec Air Power	51
4.1.2	Visi dan Misi Petrotec Air Power.....	52
4.1.3	Struktur Organisasi Petrotec Air Power.....	53
4.2	Profil Key Informan dan Informan.....	55
4.3	Hasil Penelitian.....	57
4.3.1	Tujuan Komunikasi Perusahaan	57
4.3.2	Fitur Yang Tersedia Dalam <i>Website</i>	59
4.3.3	Feed Back Pembuatan Konten <i>Website</i>	62
4.3.4	Efektifitas Dan Efisiensi Media Komunikasi <i>Website</i>	64
4.3.5	Perancangan Konten <i>Website</i> Perusahaan.....	68
4.3.6	Evaluasi Konten Website Perusahaan.....	75
BAB V	PEMBAHASAN	81
5.1	Pembahasan.....	81
5.1.1	Pola <i>Marketing Public Relations</i> Dalam Menunjang Penjualan Melalui <i>Website</i>	81
5.1.2	Temuan Perbandingan Dengan Teori	97
BAB VI	PENUTUP	101
6.1	Kesimpulan	101
6.2	Saran	102
	DAFTAR PUSTAKA	104
	LAMPIRAN	107
	L.1 Kartu Absen Bimbingan.....	116
	L.2 RIWAYAT HIDUP	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Customer Journey</i>	5
Gambar 2.12.1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1.1 Profil Perusahaan	52
Gambar 4.1.3 Struktur Organisasi Petrotec Air Power	54
Gambar 5.1 Penjelasan Profil Perusahaan Dalam <i>Website</i>	86
Gambar 5.2 Penggunaan <i>Product</i> Didalam Industri	86
Gambar 5.3 Perkiraan <i>Google Analytics</i>	89
Gambar 5.4 Form Untuk Tanya Jawab	92
Gambar 5.5 Penampilan Beranda Website Petrotec Air Power	92
Gambar 5.6 Konten Produk <i>Air Compressor</i>	95
Gambar 5.7 Evaluasi Konten Dalam Websit	97