

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.2 Secara Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Marketing Public Relations	12
2.3 Landasan Konseptual	13
2.3.1 Pengertian Strategi.....	13
2.4 Marketing Public Relations (MPR)	14
2.4.1 Pengertian Marketing	14
2.4.2 Public Relation	15
2.4.3 Empat Model Public Relations	16
2.4.4 Unsur Utama Public Relations	17
2.4.5 Strategi Marketing Public Relations.....	19

2.4.6	Marketing Public Relations Antara Penjualan dan Pencitraan	19
2.5	Logam Mulia.....	20
2.6	PENCILS	20
2.7	Kerangka Berpikir.....	22
BAB III	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1	Paradigma Penelitian	23
3.2	Metode Penelitian	23
3.4	Sumber Data dan Unit Analisis.....	25
3.4.1	Key Informan.....	25
3.4.2	Informan.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	26
3.6	Keabsahan Data.....	27
3.7	Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Subjek Penelitian.....	30
4.2	Struktur dan Fungsional Karyawan PT.Pegadaian Cabang Muara Karang	31
4.4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	40
4.4.2	Jam Operational / Waktu Kerja.....	41
4.4.3	Visi dan Misi PT.Pegadaian (Persero).....	41
4.5	Logam Mulia.....	41
4.5.1	Keuntungan dari Logam Mulia.....	43
4.5.2	Keuntungan dan Perbedaan dengan Emas Perhiasan	44
4.6	Key Informan dan Informan	44
4.7	Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.7.1	Publications	45
4.7.2	Event	45
4.7.3	News.....	47
4.7.4	Community Involvement	48
4.7.5	Inform or Image	48
4.7.6	Lobbying and Negotiation.....	49
4.7.7	Social Responsibility.....	50
4.8.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	51

4.8.1 Strategi Marketing Public Relations.....	51
4.8.2 Bagan Metode Matrix : Penerapan Pencils dalam SWOT	55
4.8.2.1 (SWOT)	56
4.8.3 Strategi PENCILS : 3 Ways Strategy.....	58
4.8.4 Hambatan Yang Dihadapi Marketing Public Relations PT.Pegadaian Cabang Muara Karang.....	59
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64
DOKUMENTASI.....	66

DAFTAR TABEL

2.1 Empat Model Public Relations	17
2.2 Kerangka Berpikir	22
4.1 Struktur & Fungsional Karyawan	31
4.4 Tabel Key Informan & Informan	44
4.8.1 Bagan Metode Matrix : Penerapan Pencils dalam SWOT	55
4.8.2 Strategi Pencils : 3 Ways Strategy	58

DAFTAR GAMBAR

2.1 Logam Mulia Antam dan Logam Mulia UBS.....	20
4.2 Gambar Logo PT.Pegadaian Lama dan Baru.....	39
4.3 Sumber Foto : Google Maps Lokasi PT.Pegadaian	40
4.4 Gambar 4.4 Simulasi Cicilan Produk Emas Logam Mulia	42
4.5 Strategy Push (Kegiatan Openbooth).....	52
4.6 Strategy Pull (Melalui Promo-Promo & Diskon).....	53
4.7 Strategy Pass (Yuni Shara & Zaskia Adya Mecca)	53