

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	x

## **BAB I PENDAHULUAN**

I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Fokus Penelitian .....	4
I.3 Tujuan Penelitian .....	4
I.4 Manfaat Penelitian .....	4
I.4.1 Manfaat Teoritis .....	4
I.4.2 Manfaat Praktis .....	4
I.5 Sistematika Penulisan .....	5

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

II.1 Tinjauan Pustaka .....	6
II.1.1 Definisi <i>Public Relations</i> .....	6
II.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	10
II.1.3 Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	13
II.1.4 <i>Marketing Public Relations</i> .....	16
II.1.5 <i>Marketing Communication</i> .....	21
II.1.6 <i>Strategic Management</i> .....	23
II.1.7 Strategi <i>Marketing Communication</i> .....	25

II.2 Definisi konseptual .....	27
II.3 Kerangka Pemikiran .....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

III.1 Desain Penelitian .....	31
III.2 Informan dan Informan Kunci .....	32
III.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	33
III.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
III.5 Keabsahan .....	34
III.6 Teknik Analisis Data .....	35

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

IV.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	36
IV.1.1 Sejarah Singkat .....	36
IV.1.2 Visi Perusahaan .....	38
IV.1.3 Misi Perusahaan .....	38
IV.1.4 Prinsip Kerja dan Pelayanan .....	39
IV.1.5 Kegiatan Usaha .....	41
IV.1.6 Struktur Organisasi .....	42
IV.2 Dapatan Kajian .....	45
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	47
IV.3.1 Penyesuaian Dengan Visi Misi Perusahaan .....	48
IV.3.2 Mengembangkan <i>Company Profile</i> .....	51
IV.3.3 Penilaian Terhadap Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	52
IV.3.4 Analisis Terhadap Peluang .....	57
IV.3.5 Identifikasi .....	60
IV.3.6 Pemilihan Strategi .....	64

IV.3.7 Mengembangkan <i>Objective</i> Jangka Panjang dan Jangka Pendek .....	70
IV.3.8 Implementasi .....	74
IV.3.9 <i>Review</i> atau Evaluasi .....	79
IV.3.10 Penjualan Perorangan ( <i>personal selling</i> ) .....	81
IV.3.11 Iklan ( <i>advertising</i> ) .....	83
IV.3.12 Promosi Penjualan ( <i>sales promotion</i> ) .....	85
IV.3.13 Publisitas ( <i>publicity</i> ) .....	86
IV.3.14 Komunikasi di tempat pembelian ( <i>point-of-purchase communication</i> ) .....	88

## **BAB V PENUTUP**

V.1 Kesimpulan .....	89
V.2 Saran .....	90

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

- 1. Tabel 1.1 Hasil Wawancara Informan Kunci**
- 2. Tabel 1.2 Hasil Wawancara Informan Kunci**
- 3. Tabel 1.3 Hasil Wawancara Informan 1**
- 4. Tabel 1.3 Hasil Wawancara Informan 2**
- 5. Tabel 2.1 Tabel Kategori Informan Kunci**
- 6. Tabel 2.2 Tabel Kategori Informan 1**
- 7. Tabel 2.3 Tabel Kategori Informan 2**
- 8. Tabel 3.1 Penyesuaian dengan visi misi perusahaan**

9. **Tabel 3.2 Mengembangkan *company profile***
10. **Tabel 3.3 Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan**
11. **Tabel 3.4 Analisis terhadap peluang**
12. **Tabel 3.5 Identifikasi**
13. **Tabel 3.6 Pemilihan strategi**
14. **Tabel 3.7 Mengembangkan *objective* jangka panjang dan jangka pendek**
15. **Tabel 3.8 Implementasi**
16. **Foto**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ruang Lingkup MPR dan CPR .....	18
Tabel 2.2 Aktivitas PR yang mendukung pemasaran .....	20

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	30
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Auto2000 Head Office .....	43
Bagan 4.2 Strustur Organisasi Marketing Development Departement Head .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Auto2000 <i>Philosophy</i> .....	49
Gambar 4.2 Strategi <i>Life is Easy</i> .....	66