

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Public Relations	8
2.1.1 Media Public Relations	10
2.1.2 Fungsi Public Relations	12
2.1.3 Kampanye Public Relations	14
2.2 Publik dalam Public Relations	16
2.2.1 Internal Public Relations	16
2.2.2 External Public Relations	17
2.3 Strategi	19
2.3.1 Strategi Komunikasi	20
2.3.2 Strategi Pemasaran	21
2.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.4 Viral Marketing	29
2.5 Internet	33
2.5.1 Internet Marketing	33
2.5.2 Jejaring Sosial	34
2.5.3 LINE	35
2.6 Definisi Konsep	37

2.7 Kerangka Pemikiran	40
------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	41
3.2 Unit Analisis	45
3.3 Subjek Penelitian	46
3.3.1 Informan	46
3.3.2 Key Informan	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data (Instrument)	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Reliabilitas Data	54
3.6 Analisis Data	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profile Flipers Shop	58
4.2 Logo Flipers Shop	59
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	55
4.3.1 Strategi Komunikasi Flipers Shop	65
4.3.2 LINE sebagai Jejaring Sosial Flipers Shop	74

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA	ix
-----------------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xiii
-----------------------------------	------

LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Transkrip Hasil Wawancara Terhadap Key Informan
Lampiran 3	Transkrip Hasil Wawancara Terhadap Informan 1
Lampiran 4	Transkrip Hasil Wawancara Terhadap Informan 2