

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Praktis .....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori .....	10
2.1.1 Komunikasi .....	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2.2 Strategi Marketing Public Relations .....	19
2.1.3 Manajemen Event .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	50

3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	52
3.2.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	52
3.2.2 Objek Penelitian .....	52
3.3 Lokasi Penelitian.....	52
3.4 Unit Analisis Penelitian .....	53
3.5 Informan Penelitian.....	57
3.5.1 Teknik Pemilihan Informan .....	57
3.5.2 Informan Penelitian.....	58
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6.1 Data Primer .....	60
3.6.2 Data Sekunder .....	61
3.7 Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1 Reduksi Data .....	62
3.7.2 Penyajian Data .....	62
3.7.3 Penarikan Kesimpulan .....	62
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	63
3.8.1 Meningkatkan Ketekunan .....	63
3.8.2 Triangulasi Data.....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Karakteristik Informan .....	65
4.2 Hasil Penelitian .....	70
4.2.1 Strategi Event Management di Era New Normal.....	72
4.2.1.1 Tahapan Research dalam Event .....	74
4.2.1.2 Tahapan Design dalam Event .....	76
4.2.1.3 Tahapan Planning dalam Event.....	78
4.2.1.4 Tahapan Coordination dalam Event.....	80
4.2.1.5 Tahapan Evaluation dalam Event .....	83
4.2.2 Alat Marketing Public Relations yang Digunakan Event Hijab Fest... 86	
4.3 Pembahasan.....	89
4.3.1 Strategi Event Management pada Event Hijab Fest 2021.....	89
4.3.2 Strategi Tahapan Research.....	90

4.3.3 Strategi Tahapan Design .....	91
4.3.4 Strategi Tahapan Planning .....	92
4.3.5 Strategi Tahapan Coordination .....	93
4.3.6 Strategi Tahapan Evaluation .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Akademis .....	97
5.2.2 Saran Praktis .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>