

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Praktis.....	10
1.5.2 Kegunaan Teoritis.....	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Definisi Public Relations	12
2.1.2 Strategi Public Relations	15
2.1.3 Event Management	20
2.1.4 Special Event	23
2.1.5 Pre-Event, During Event, Post Event.....	29
2.1.6 Digital Transformation.....	30

2.1.7	Virtual Event	30
2.2	Rangkuman Teori.....	31
2.3	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.1	Skripsi Terdahulu	33
2.3.2	Jurnal Nasional	39
2.3.3	Jurnal Internasional	40
2.4	Kerangka Pemikiran.....	49
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Paradigma Penelitian	50
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	52
3.2.1	Subjek Penelitian.....	52
3.2.2	Objek Penelitian.....	53
3.3	Lokasi Penelitian	54
3.4	Unit Analisis.....	54
3.5	Informan Penelitian	55
3.6	Pengumpulan Data Penelitian.....	57
3.7	Teknik Analisis Data	58
3.8	Teknik Keabsahan Data	60
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Karakteristik Informan	63
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.2.1	Strategi Publikasi Event F2WL SMAN 2 Bandung.....	67
4.2.2	Strategi Persuasif Event F2WL SMAN 2 Bandung 2021	73
4.2.3	Strategi Argumentasi Event F2WL SMAN 2 Bandung 2021.....	74
4.2.4	Strategi Image Event F2WL SMAN 2 Bandung 2021	74

4.3	Pembahasan	78
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87
5.2.1	Saran Akademis	87
5.2.2	Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		92