

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
BABII_TINJAUAN PUSTAKA & LINGKUP PENELITIAN.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 <i>Marketing Public Relations</i>	10
2.1.2 Proses Perencanaan <i>Marketing Public Relations</i>	15
2.1.3 Strategi Marketing Public Relations	18
2.1.5 Sosial Media Youtube.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	40
BABIII METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma Penelitian	42

3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek dan Objek	43
3.3.1 Subjek Penelitian	43
3.3.2 Objek Penelitian.....	45
3.4 Lokasi	45
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	45
3.6 Informan Penelitian	47
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.7.1 Observasi	49
3.7.2 Wawancara.....	49
3.7.3 Studi Dokumentasi.....	50
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Informan	52
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Analisis 5 W+1H Program Kisah Sukses	57
4.2.2 Strategi Marketing Public Relations Program Kisah Sukses.....	58
4.2.3 Proses Perencanaan <i>Marketing Public Relations</i> Program Kisah Sukses .	65
4.3 Pembahasan	79
4.3.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT.ISM-Bogasari Program Kisah Sukses	80
4.3.2 Proses Perencanaan Marketing Public Relations PT.ISM Bogasari Program Kisah Sukses	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100