

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Waktu dan Lokasi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Public Relations	9
2.2. Digital Public Relations	11
2.3. Segmentasi Pasar	14
2.4. Segmen Muda	15
2.5. Penelitian Terdahulu	17
2.6. Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Metode Penelitian	22
3.2. Paradigma Penelitian	23
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	23
3.4. Informan	24
3.5. Metode Pengumpulan Data	25
3.6. Metode Analisis Data	26
3.7. Metode Penjagaan Keabsahan Data	27

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	29
4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian	29
4.2. Hasil Penelitian	31
4.2.1. Aktivitas Digital Public Relations Promag dalam Menyasar Segmen Muda	31
4.3. Pembahasan	42
BAB V KESIMPULAN & SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	63
5.2.1. Saran Praktis	63
5.2.2. Saran Teoritis	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	