

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	7
1.5.1 Lokasi Penelitian	7
1.5.2 Waktu Penelitian	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 <i>Marketing Public Relations</i>	9
2.1.2 <i>Public Relations</i>	12
2.1.3 <i>Integrated Marketing Communication</i>	14
2.1.4 Strategi Komunikasi	16
2.1.5 Komunikasi Pemasaran	17
2.1.6 Branding	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	27

BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.3.1 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.2 Metode Pengumpulan Data	31
3.2.1 Data Primer	31
3.2.2 Data Sekunder	32
3.2.3 Informan	32
3.2.4 Penentuan Informan	32
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	34
3.3.1 Analisis Data	34
3.3.2 Unit Analisis	35
3.3.3 Penjagaan Keabsahan Data	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Wisata Alam Kebun Raya Bogor	38
4.2 Penyajian Data	50
4.3 Pembahasan	53
4.3.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Kebun Raya Bogor Sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Kota Bogor	53
4.3.2 Faktor Penghambat Serta Faktor Pendukung Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Kebun Raya Bogor Sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Kota Bogor	70

BAB V	72
PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77