

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Strategi <i>Public Relations</i>	8
2.1.2 Manajemen <i>Event</i>	11
2.1.3 Kegiatan <i>Open House</i>	13
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.3.1 Subjek Penelitian	26
3.3.2 Objek Penelitian	27
3.4 Informan Penelitian	27

3.5	Lokasi Penelitian	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6.1	Data Primer	29
3.6.2	Data Sekunder	31
3.7	Metode Analisis.....	31
3.8	Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV		34
4.1	Hasil Penelitian	34
4.1.1	Perencanaan Kegiatan <i>Open House</i> PT Dirgantara Indonesia	34
4.1.2	Pelaksanaan Kegiatan <i>Open House</i> Yang Dilakukan PT Dirgantara Indonesia	36
4.1.3	Pemanfaatan Dalam Pelaksanaan Kegiatan <i>Open House</i> PT Dirgantara Indonesia	43
4.2	Pembahasan Penelitian	46
4.2.1	Perencanaan Kegiatan <i>Open House</i> PT Dirgantara Indonesia.....	47
4.2.2	Pelaksanaan Kegiatan <i>Open House</i> PTDI.....	50
4.2.3	Pemanfaatan <i>Open House</i> Dari Perencanaan Hingga Pelaksanaan Sebagai Upaya Membangun Publik PT Dirgantara Indonesia.....	52
BAB V.....		59
KESIMPULAN.....		59
SARAN.....		60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		63