

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Digital Public Relations	11
2.1.2 Aktivitas Public Relations	12
2.1.3 Tahapan Aktivitas Public Relations	14
2.1.4 Kampanye Public Relations	15
2.1.6 Logo.....	17
2.2 Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.2.1 Subjek Penelitian.....	27
3.2.2 Objek Penelitian.....	27
3.3 Narasumber Penelitian.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	30

3.5	Alat Analisis Data	32
3.6	Teknik Analisis Data.....	33
3.7	Teknik Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Profil Narasumber	36
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Perencanaan Aktivitas Humas Ancol dalam Menyosialisasikan Logo Baru.....	39
4.2.2	Upaya Ancol Dalam Menghadapi Respon Publik.....	53
4.3	Pembahasan Penelitian.....	56
4.3.1	Perencanaan Aktivitas Humas Kampanye Logo Baru Ancol.....	57
4.3.2	Upaya Ancol Dalam Menghadapi Respon Publik.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69
5.2.1	Saran Teoritis	69
5.2.2	Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		74