

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>I</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>8</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>11</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>12</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>13</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.    LATAR BELAKANG .....	1
1.2.    TUJUAN PENELITIAN .....	5
1.3.    PERTANYAAN PENELITIAN.....	5
1.4.    MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.4.1. <i>Manfaat Teoritis</i> .....	6
1.4.2. <i>Manfaat praktis</i> .....	6
1.5.    WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1.    TINJAUAN TEORI .....	7
2.1.1. <i>Public Relations</i> .....	7
2.1.2. <i>Marketing Public Relations</i> .....	8
2.1.3. <i>Jasa</i> .....	12
2.1.4. <i>Profil PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional II Panjang</i> .....	13
2.1.5. <i>Marketing Public Relations Jasa Pelabuhan</i> .....	17
2.1.6. <i>Daya Saing</i> .....	18
2.2.    PENELITIAN TERDAHULU.....	19

2.3.	KERANGKA PEMIKIRAN.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1.	METODE PENGUMPULAN DATA.....	27
3.2.	INFORMAN.....	28
3.3.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	29
3.4.	KEABSAHAN DATA.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
4.1.	<i>MARKETING PUBLIC RELATIONS</i> .....	32
4.2.	<i>THREE WAY STRATEGIES</i> .....	33
4.2.1.	<i>Push Strategy</i> .....	33
4.2.2.	<i>Pull Strategy</i> .....	34
4.2.3.	<i>Pass Strategy</i> .....	34
4.3.	TOOLS MARKETING PUBLIC RELATIONS ( <i>P.E.N.C.I.L.S TOOLS</i> ) .....	38
4.3.1.	<i>Publications (publikasi)</i> .....	38
4.3.2.	<i>Event (program acara)</i> .....	40
4.3.3.	<i>News (berita)</i> .....	42
4.3.4.	<i>Community Involvement (kepedulian pada komunitas)</i> .....	44
4.3.5.	<i>Inform of Image (pemberitahuan pencapaian)</i> .....	46
4.3.6.	<i>Lobbying &amp; Negotiating (pendekatan dan negosiasi)</i> .....	47
4.3.7.	<i>Social Responsibility (tanggung jawab sosial)</i> .....	49
4.4.	PENGUKURAN KEBERHASILAN MARKETING PUBLIC RELATIONS .....	52
4.4.1.	<i>Persepsi Positif</i> .....	53
4.4.2.	<i>Survei Kepuasan Pelanggan (SKP)</i> .....	53
4.4.3.	<i>Audit Intern Terintegrasi</i> .....	54
4.5.	DAYA SAING .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>58</b>
5.1.	KESIMPULAN .....	58
5.1.1.	<i>Three Way Strategies.</i> .....	58
5.1.2.	<i>Tools marketing public relations.</i> .....	58
5.2.	SARAN .....	59
5.2.1.	SARAN AKADEMIS.....	59
5.2.2.	SARAN PRAKTIS.....	59

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>