

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Public Relations	9
2.1.2 Aktivitas Public Relations	12
2.1.4. Public Relations Event	14
2.1.5 Dampak PR Event	15
2.2 Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.2 Subjek & Objek Penelitian	26
3.2.1 Subjek Penelitian	26
3.2.2 Objek Penelitian	26
3.3 Informan Penelitian	26

3.4 Unit Analisis Data	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	30
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	32
4.2. Hasil Penelitian.....	33
4.2.1. Analisis Public Relations Event yang dilakukan Red Bull Indonesia	33
4.2.2. Dampak Public Relations Event Red Bull pada Aspek Sosial Budaya ...	37
4.3. Pembahasan.....	39
4.3.1. Marketing Public Relations pada <i>event</i> Red Bull.....	40
4.3.2. Analisis Sektor Sosial dan Budaya pada Public Relations Event Red Bull ..	40
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	47
5.2.1 Saran Akademis	47
5.2.2 Saran Praktis	48
DAFTAR PUSTAKA	49
DAFTAR LAMPIRAN.....	51