

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Pembatasan Masalah	7
1.2.3. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoritis	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i>	9
2.1.1. Definisi <i>Public Relations</i>	9
2.1.2. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	10
2.1.3. Fungsi <i>Public Relations</i>	13
2.1.4. Program <i>Public Relations</i>	13

2.1.5. Tugas <i>Public Relations</i>	14
2.1.6. Tujuan <i>Public Relations</i>	15
2.1.7. Peran <i>Public Relations</i> di Masa Pandemi Covid-19	16
2.2. Tinjauan Tentang <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.2.1. Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.2.2. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.2.3. Peranan <i>Marketing Public Relations</i>	21
2.2.4. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i>	21
2.2.5. Hubungan <i>Marketing</i> dengan <i>Public Relations</i>	26
2.3. Tinjauan Hubungan Eksternal	27
2.3.1. Definisi Hubungan Eksternal	27
2.3.2. Tujuan Kegiatan Hubungan Eksternal	28
2.4. Tinjauan Pasca Pandemi Covid – 19	29
2.4.1. Pandemi Covid-19.....	29
2.5. Penelitian Terdahulu yang Relevan	30
2.5.1. Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang terdahulu	33
2.6. Kerangka Konsep	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.1.1. Subjek Penelitian.....	38
3.1.2. Objek Penelitian	38
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.2.1. Tempat Penelitian.....	39
3.2.2. Waktu Penelitian	39
3.3. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
3.4. Operasionalisasi Konsep.....	40
3.5. Teknik Penentuan Informan	42
3.6. Sumber Data	45
3.6.1. Data Primer	45
3.6.2. Data Sekunder	45
3.7. Teknik Pengumpulan Data	46

3.7.1. Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>).....	46
3.7.3. Dokumentasi	47
3.8. Teknik Analisis Data dan Uji Keabsahan Data	48
3.8.1. Teknik Analisis Data	48
3.8.2. Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1. Profil dan Sejarah Perusahaan.....	52
4.1.2. Visi dan Misi PT Samiaji Inti Prima	53
4.1.3. Fasilitas PT Samiaji Inti Prima	53
4.1.4. Legalitas Perusahaan	53
4.1.5. Struktur Perusahaan	54
4.2. Temuan Evaluasi	54
4.2.1. <i>Marketing Public Relations</i> di PT Samiaji Inti Prima	54
4.2.2. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima Dalam Menangani Komplain yang Disampaikan Oleh Pelanggan Terkait Pengiriman Tidak Tepat Waktu	55
4.2.3. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima Dalam Mempertahankan Hubungan dengan Pelanggan Sebagai Pihak Eksternal.....	57
4.2.3.1. Publication (Publikasi).....	58
4.2.3.2. Event (Program Acara)	60
4.2.3.3. Inform or Image (Citra)	63
4.2.3.4. Lobbying and Negoitation (Negosiasi).....	64
4.3. Pembahasan	65
4.3.1. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima Dalam Menangani Komplain yang Disampaikan Oleh Pelanggan Terkait Pengiriman Tidak Tepat Waktu	65
4.3.2. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima Dalam Mempertahankan Hubungan dengan Pelanggan Sebagai Pihak Eksternal.....	67
4.3.2.1. Publication (Publikasi).....	67
4.3.2.2. Event (Program Acara)	68

4.3.2.3. Inform or Image (Citra)	69
4.3.2.4. Lobbying (Negosiasi).....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.1.1. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima Dalam Menangani Komplain yang Disampaikan Oleh Pelanggan Terkait Pengiriman Tidak Tepat Waktu	72
5.1.2. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT Samiaji Inti Prima Dalam Mempertahankan Hubungan dengan Pelanggan Sebagai Pihak Eksternal.....	72
5.2. Saran	73
5.2.1. Saran Akademis	73
5.2.2. Saran Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74