

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Public Relations	9
2.1.2 <i>Marketing Public Relations</i>	19
2.1.3 <i>Strategi Marketing Public Relations</i>	23
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Konsep	35
BAB III.....	36
METODOLOGI PENELITIAN	36

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2 Pendekatan Penelitian.....	36
3.3 Metode Penelitian.....	37
3.4 Operasionalisasi Konsep	38
3.5 Teknik Penentuan Informan	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.8 Uji Keabsahan Data.....	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.1.1 Profil Senayan Golf Club.....	44
4.1.2 Sejarah Senayan Golf Club.....	44
4.1.3 Visi dan Misi Senayan Golf Club	45
4.1.4 Logo Senayan Golf Club	46
4.1.5 Lokasi Senayan Golf Club.....	47
4.1.6 Struktur Organisasi Senayan Golf Club	48
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	48
4.2.2 Faktor-faktor Penghambat dalam Membangun <i>Brand Awareness</i>	70
4.3 Pembahasan	71
BAB V.....	77
KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79