

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	3
PERSEMBAHAN.....	4
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	5
KATA PENGANTAR.....	7
UCAPAN TERIMAKASIH.....	8
ABSTRAK.....	10
ABSTRACT.....	11
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP.....	9
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Public Relations.....	9
a. Definisi Public Relations.....	9
b. Tujuan Public Relations.....	11
c. Fungsi Public Relations.....	12
2. Strategi.....	14
a. Pengertian Strategi.....	14
b. Proses Strategi.....	14
c. Jenis-jenis Strategi.....	15
3. Marketing Public Relations.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Konsep.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	22
B. Pendekatan Penelitian.....	22
C. Metode Penelitian.....	22
D. Operasionalisasi Konsep.....	23

E. Teknik Penentuan Informan.....	24
F. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Observasi.....	24
2. Wawancara.....	25
3. Dokumentasi.....	25
G Teknik Analisis Data.....	25
H Uji Keabsahan Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
1. Sejarah dan Profil Crayoone Event Organizer.....	28
2. Visi dan Misi Crayoone Event Organizer.....	31
3. Logo Crayoone Event Organizer.....	32
4. Lokasi Crayoone Event Organizer.....	32
5. Struktur Organisasi Crayoone Event Organizer.....	33
B. Hasil Penelitian.....	34
C. Pembahasan.....	55
1. Strategi Marketing Public Relations Crayoone Event Organizer.....	55
2. Peluang dan Hambatan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71