

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Identifikasi Masalah.....	8
1.4    Tujuan Penelitian .....	8
1.5    Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1    Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2    Kegunaan Praktis .....	9
1.6    Pembatasan Masalah dan Pengertian Masalah .....	10
1.6.1    Pembatasan Masalah .....	10
1.6.2    Pengertian Istilah .....	10
1.7    Kerangka Pemikiran .....	11
1.8    Operasional Variabel .....	14
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	16
2.2    Komunikasi Pemasaran .....	19
2.3    Pengertian <i>Public Relations</i> .....	21
2.4    Pengertian <i>Marketing Public Relations</i> .....	22
2.4.1    Konsep <i>Marketing Public Relations</i> .....	23

	<b>Halaman</b>
2.4.2 Peranan <i>Marketing Public Relations</i> .....	26
2.4.3 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> .....	29
2.4.4 Faktor – faktor Penyebab Dibutuhkannya <i>Strategy</i> MPR .....	31
2.5 Merek .....	35
2.5.1 Pengertian Merek .....	35
2.6 <i>Brand Image</i> .....	37
2.6.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	39
2.6.2 Konsep Citra Merek .....	41
 <b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Sejarah Perusahaan .....	42
3.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	42
3.2.1 Visi .....	43
3.2.2 Misi .....	43
3.3 Logo Perusahaan .....	43
3.4 Struktur Organisasi .....	43
3.4.1 <i>Job Description</i> .....	44
3.5 Metodologi Penelitian .....	46
3.6 Objek Penelitian dan Sumber Data .....	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	49
 <b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
4.1 <i>Pull Strategy</i> (Strategi menarik) .....	53
4.1.1 Memberikan Informasi melalui Media <i>Online</i> .....	60
4.1.1.1 Media <i>Online Website</i> .....	61
4.1.1.2 Media Sosial Yang Digunakan .....	63
4.1.2 Memberikan Informasi Melalui Media Massa .....	66
4.1.3 Kegiatan <i>Event</i> dan <i>Sponsorship</i> .....	67
4.1.4 Kegiatan <i>Sponsorship</i> .....	69

	<b>Halaman</b>
4.2 <i>Push Strategy</i> (Strategi Mendorong) .....	71
4.2.1 Membangun Ketertarikan Konsumen <i>Design</i> Produk .....	75
4.2.2 Membangun Kerjasama dengan <i>Distro</i> lain .....	78
4.3 <i>Pass Strategy</i> (Strategi Mempengaruhi) .....	80
4.3.1 Membangun Komunitas .....	83
4.3.2 Penggunaan <i>Public Figure</i> .....	86
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran .....	92
5.2.1 Saran Teoritis .....	92
5.2.2 Saran Praktis .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>97</b>