

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
LEMBAR PERSETUJUAN.....	4
LEMBAR PENGESAHAN.....	5
LEMBAR PERNYATAAN.....	5
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
RIWAYAT HIDUP.....	16
MOTTO HIDUP.....	17
BAB I.....	1
PENDAHUUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Kegunaan Penelitian.....	5
I.4.1 Kegunaan Akademis.....	5
I.4.2 Kegunaan Praktis.....	6
I.4.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
I.5 Landasan Pemikiran.....	15
1.5.1 Landasan Konseptual.....	15
1.5.2 Landasan Teoritis.....	16
I.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	18
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	18
1.6.2 Pendekatan dan Paradigma.....	18
1.6.3 Metode Penelitian.....	19
1.6.4 Jenis Data Penelitian.....	19
I.7 Penentuan Informan.....	21
1.7.1 Penentuan Informan.....	21
1.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.7.3 Teknik Analisis Data.....	24
1.7.4 Teknik Keabsahan.....	25

1.7.5 Teknik Analisis Data.....	26
1.7.6 Penarikan Kesimpulan.....	27
1.7.7 Rencana Jadwal Penelitian.....	28
BAB II.....	30
KAJIAN PUSTAKA.....	30
2.1. Public Relations.....	30
2.1.1 Pengertian Public Relations.....	30
2.1.2 Fungsi Public Relations.....	32
2.1.3 Tujuan Public Relations.....	34
2.2. Marketing.....	35
2.2.1 Definisi Marketing.....	35
2.2.1 Peran Marketing.....	36
2.3. Strategy Marketing Public Relations.....	37
2.4. Aplikasi.....	39
BAB III.....	41
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	41
3.1 Gambaran Wilayah Penelitian.....	41
3.1.1 Profil PT.Multidaya Teknologi Nusantara.....	41
3.2 Profil Informan.....	46
3.3 Hasil Penelitian.....	48
3.3.1 Konsep Penyajian Pesan pada Taktik Pull Strategy yang Dilakukan Tim Marketing Efishery melalui Aplikasi EFisheryku dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	49
3.3.2 Pemilihan Konten Pada Taktik Pull Strategy yang Dilakukan Tim Marketing Efishery melalui Aplikasi EFisheryku dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	56
3.3.3 Potensi Kemitraan Pada Taktik Pull Strategy Yang Dilakukan Tim Marketing Melalui Aplikasi Efisheryku Dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	62
3.4 Pembahasan.....	66
3.4.1 Konsep Penyajian Pesan pada Taktik Pull Strategy yang Dilakukan Tim Marketing Efishery melalui Aplikasi Efisheryku dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	67
3.4.2 Pemilihan Konten pada Taktik Pull Strategy yang Dilakukan Tim Marketing Efishery melalui Aplikasi Efisheryku dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	74
3.4.3 Potensi Kemitraan Pada Taktik Pull Strategy yang Dilakukan Tim Marketing melalui Aplikasi Efisheryku dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	79
BAB IV.....	85

PENUTUP.....	85
4.1 Simpulan.....	85
4.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel I - I Penelitian Terdahulu	11
Tabel I - II Rencana Jadwal Penelitian	30
Tabel III – I Informasi Tentang Informan	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar I Logo Efishery	46
------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1.	SK.	Penetapan	Pembimbing	Skripsi
.....					97
Lampiran		2		Izin	Penelitian
.....					98
Lampiran	3	Dokumentasi	Wawancara	dengan Tim	Marketing Efishery
.....					99

