

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	<i>ii</i>
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTO HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Landasan Teori	10
1.5.1 Landasan Teoritis.....	10
1.5.2 Landasan Konseptual.....	13
1.6 Langkah-langkah Penelitian	15
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	15
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	15
1.6.3 Metode Penelitian	17
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	18
1.6.5 Teknik Penentuan Informan.....	19
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.6.7 Teknik Analisis Data	24
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	30

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.2 Kajian Konseptual	37
2.2.1 Pengelolaan.....	37
2.2.2 <i>Comunnity Relations</i>	39
2.2.3 <i>Brand awareness</i>	50
2.3 Kajian Teoritis	54
2.3.1 <i>Model The ROPE of PR</i>	54
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	64
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
3.1.1 Sejarah	64
3.1.2 Visi dan Misi 3Second.....	65
3.1.3 Logo 3Second	66
3.2 Profil Informan	66
3.3 Hasil Temuan Penelitian	67
3.3.1 <i>Research (Riset)</i>	68
3.3.2 <i>Objective</i>	79
3.3.3 <i>Programming</i>	86
3.3.4 <i>Evaluation</i>	107
3.4 Hasil Pembahasan Penelitian.....	118
3.4.1 <i>Research</i>	120
3.4.2 <i>Objective</i>	127
3.4.3 <i>Programming</i>	131
3.4.4 <i>Evaluation</i>	142
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	154
4.1 Simpulan.....	154
4.2 Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	162