

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi
MOTO HIDUP.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Secara Akademis.....	7
1.4.2 Secara Praktis	7
1.5 Penelitian Terdahulu.....	8
1.6 Kerangka Konseptual	13
1.6.1 <i>Marketing Public Relation</i>	13
1.6.2 <i>Social Media Marketing</i>	16
1.6.3 TikTok.....	17
1.7 Langkah-langkah Penelitian	18
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	18
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	18
1.7.3 Metode Penelitian.....	19

1.7.4	Jenis Data dan Sumber Data	20
1.7.5	Penentuan Informan	21
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.7.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	25
1.7.8	Teknik Analisis Data.....	26
1.7.9	Rencana Jadwal Penelitian.....	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		29
2.1	Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	29
2.1.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	29
2.1.2	Fungsi dan Tujuan <i>Public Relations</i>	31
2.2	<i>Marketing Public Relations</i>	35
2.2.1	Pengertian <i>Marketing Public Relations</i>	35
2.2.2	Peran <i>Marketing Public Relations</i>	38
2.2.3	Hubungan <i>Marketing</i> dengan <i>Public Relations</i>	40
2.3	<i>Social Media Marketing</i>	43
2.4	TikTok.....	45
2.4.1	Pengertian TikTok.....	45
2.4.2	Istilah-istilah dalam Aplikasi TikTok	46
2.5	Konsep <i>Marketing Public Relations Three Ways Strategy</i>	48
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
3.1	Gambaran Umum PT DMH Trans	50
3.1.1	Profil dan Sejarah PT DMH Trans.....	50
3.1.2	Visi dan Misi PT. DMH Trans.....	51
3.1.3	Logo PT DMH Trans	53
3.1.4	Struktur Pengurus PT. DMH Trans.....	55
3.2	Profil Informan	58
3.3	Hasil Temuan Penelitian	59
3.3.1	<i>Pull Strategy</i> (menarik) <i>Marketing Public Relations</i> PT DMH Trans Melalui Media Sosial TikTok.....	60
3.3.2	<i>Push Strategy</i> (mendorong) <i>Marketing Public Relations</i> PT DMH Trans Melalui Media Sosial TikTok.....	69

3.3.3	<i>Pass Strategy</i> (menciptakan opini) <i>Marketing Public Relations</i> PT DMH Trans Melalui Media Sosial TikTok.....	80
3.4	Pembahasan	89
3.4.1	<i>Pull Strategy</i> (menarik) <i>Marketing Public Relations</i> PT DMH Trans Melalui Media Sosial TikTok	90
3.4.2	<i>Push Strategy</i> (mendorong) <i>Marketing Public Relations</i> PT DMH Trans Melalui Media Sosial TikTok.....	103
3.4.3	<i>Pass Strategy</i> (menciptakan opini) <i>Marketing Public Relations</i> PT DMH Trans Melalui Media Sosial TikTok.....	116
BAB IV	PENUTUP	128
4.1	Simpulan.....	128
4.2	Saran	129
DAFTAR	PUSTAKA	132
LAMPIRAN	138
Lampiran 1.	Surat Pemeriksaan Plagiarisme	138
Lampiran 2.	Presentase Plagiarisme	139
Lampiran 3.	Surat Keputusan Skripsi	140
Lampiran 4.	Blanko Bimbingan Skripsi Pembimbing I.....	141
Lampiran 5.	Blanko Bimbingan Skripsi Pembimbing II	142
Lampiran 6.	Surat Permohonan Penelitian.....	143
Lampiran 7.	Surat Keterangan Penelitian	144
Lampiran 8.	Draft Wawancara.....	145
Lampiran 9.	Dokumentasi Wawancara	146