

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11

2.1	Tinjauan Pustaka	11
2.1.1	Penelitian Terdahulu	11
2.1.2	Tinjauan Tentang Komunikasi	14
2.1.3	Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi	20
2.1.4	Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	23
2.1.5	Tinjauan Tentang <i>Marketing Public Relations</i>	27
2.1.6	Tinjauan Tentang Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	34
2.1.7	Tinjauan Tentang <i>Brand</i>	40
2.1.8	Tinjauan Tentang <i>Brand Image</i>	46
2.2	Kerangka Pemikiran	54
BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1	Desain Penelitian	59
3.2	Informan Penelitian	61
3.3	Teknik Pengumpulan Data	63
3.3.1	Studi Pustaka	64
3.3.2	Studi Lapangan	66
3.4	Uji Keabsahan Data	69
3.5	Teknik Analisa Data	70
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	73
3.3.1	Lokasi Penelitian	73
3.3.2	Waktu Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		75
4.1	Hasil Penelitian	75

4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	79
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	84
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	92
4.2	Pembahasan	110
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1	Kesimpulan.....	133
5.2	Saran.....	135
5.2.1	Saran untuk PT Veritra Sentosa Internasional	136
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	142