

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian	5
1.2.1 Fokus Penelitian	5
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	7
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Kajian Literatur	8
1.1.1 Review Penelitian Sejenis	8
1.2 Kerangka Konseptual	14
1.2.1 Komunikasi	14
1.2.1.1 Pengertian Komunikasi	14
1.2.1.2 Strategi Komunikasi	16
1.2.2 Public Relations	22
1.2.2.1 Definisi Public Relations	22

1.2.2.2	Fungsi Public Relations	24
1.2.2.3	Tujuan Public Relations	26
1.2.3	Marketing Public Relations	28
1.2.3.1	Pengertian Marketing Public Relations	28
1.2.3.2	Peran Marketing Public Relations	30
1.2.3.3	Tujuan Marketing Public Relations	31
1.2.3.4	Strategi Marketing Public Relations	32
1.2.3.5	Strategi Komunikasi dalam Marketing Public Relations	34
1.2.4	Digital Internet Sebagai Media Komunikasi Baru	35
1.3	Kerangka Teoritis	46
1.3.1	Marketing Public Relations	46
1.4	Kerangka Pemikiran	48
BAB III		50
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN		50
3.1	Subjek Penelitian	50
3.1.1	Profil Informan	50
3.1.1.1	Informan Inti	51
3.1.1.2	Informan Akademik	52
3.1.1.3	Informan Inti	52
3.1.2	Sejarah Eiger	52
3.1.3	Profil Perusahaan	53
3.1.4	Visi & Misi dan Nilai Perusahaan	55
3.1.4.1	Visi	55
3.1.4.2	Misi	55
3.1.4.3	Nilai	56
3.1.5	Logo & Budaya Perusahaan	57
3.1.5.1	Logo Eiger	57
3.1.5.2	Budaya Perusahaan	58
3.2	Objek Penelitian	58
3.3	Metodologi	59
3.3.1	Desain/Pardigma Penelitian	59

3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	62
3.3.3	Rancangan Analisis Data	65
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	67
3.4	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian.	
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	71
3.5.1	Lokasi Penelitian	71
3.5.2	Jadwal Penelitian	72
BAB IV	75
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
3.2	Hasil Penelitian.....	75
3.2.1	Perencanaan Strategi <i>Pull</i> Eiger melalui Instagram	76
3.2.2	Perencanaan Strategi <i>Push</i> Eiger melalui Instagram.....	87
3.2.3	Perencanaan Strategi <i>Pass</i> Eiger melalui Instagram	94
3.3	Pembahasan Penelitian	103
3.3.1	<i>Pull</i>	104
3.3.2	<i>Push</i>	105
3.3.3	<i>Pass</i>	106
BAB IV	109
KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1	Simpulan	109
5.2	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	114