

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAM JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
F. Kajian Terdahulu	11
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori.....	16
1. Teori <i>Relationship Management Theory</i>	16
2. <i>Public Relations</i>	17
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	17
b. Tugas <i>Public Relations</i>	18
c. Peran <i>Public Relations</i>	19

d. Fungsi <i>Public Relations</i>	20
3. Strategi <i>Public Relations</i>	21
4. <i>Brand Image</i>	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Kehadiran Penelitian	26
C. Lokasi Penelitian	27
D. Sumber Data	27
E. Prosedur Pengumpulan Data	28
F. Analisis Data	31
G. Pengecekan Keabsahan Data	32
H. Tahap-tahap penelitian	34

BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, & PEMBAHASAN

A. Paparan Penelitian	35
B. Temuan Penelitian	41
C. Pembahasan	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR RUJUKAN	70
----------------------	----

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

