

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRAC</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah / Pertanyaan Penelitian ..	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
Tabel 1.1 Waktu Penelitian	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi	12

2.1.2	Public Relations	14
2.1.3	Ruang Lingkup Public Relations	16
2.1.4	Komunikasi dan Tugas Komunikasi dalam Public Relations	17
2.1.5	Tugas dan Fungsi Public Relations	20
2.1.6	Strategi Public Relations dan Ruang Lingkupnya	22
2.1.7	Komunikasi Pemasaran dan Brand Awareness	38
2.2	Penelitian terdahulu	49
2.3	Kerangka Pemikiran	53
BAB III	55
METODE PENELITIAN	55
3.1	Pendekatan Penelitian	55
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	55
3.3	Informan Kunci	56
3.4	Teknik Pengumpulan Data	57
3.5	Teknik Analisis Data	59
3.6	Teknik Keabsahan Data	60
BAB IV	62
PEMBAHASAN	62
4.1	Objek Penelitian	62
4.1.1	Latar Belakang MGTRADIO	62
4.1.2	Visi dan Misi	63
4.1.3	Struktur Organisasi	65
4.1.4	Program Acara	65
4.1.5	Media Sosial yang Digunakan MGTRADIO	68
4.2	Hasil Penelitian	68
4.3	Pembahasan	70
4.3.1	Strategi Public Relations MGTRADIO Bandung	70

4.3.2	Klasifikasi Strategi Public Relation MGTRADIO Bandung	76
4.3.3	Tujuan Strategi Public Relation MGTRADIO Bandung.....	77
4.3.4	Brand Awareness Pendengar Terhadap MGTRADIO Bandung	79
BAB V	99
PENUTUP	99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Waktu Penelitian	11

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Letak Peta Lokasi MGTRADIO Bandung.....	10
Gambar 1.2 Lokasi MGTRADIO.....	11
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness.....	47
Gambar 4.1 Logo MGTRADIO.....	64
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	65
Gambar 4.3 Program Acara MGTRADIO Bandung.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil Wawancara

Lampiran 2: Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3: Kegiatan Public Relations di Sosial Media MGT Radio