

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Secara Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Secara Praktis	9
1.6 Landasan Pemikiran	10
1.6.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	10
1.6.2 Kerangka Konseptual	16
1.7 Langkah-langkah Penelitian	22
1.7.1 Lokasi Penelitian	22
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	22
1.7.3 Metode Penelitian	24
1.7.4 Sumber Data	26
1.7.5 Penentuan Informan	27
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	28
1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data	30
1.7.8 Teknik Analisis Data	30
1.7.9 Rencana Jadwal Penelitian	32
BAB II KAJIAN PUSTAKA	34
2.1 <i>Public Relations</i>	34
2.1.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	34
2.1.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	39
2.1.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	40
2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	41
2.2.1 Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	41

2.2.2	Peran <i>Marketing Public Relations</i>	43
2.2.3	Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	45
2.2.4	Konsep <i>Marketing Public Relations</i> Thomas L. Harris	47
2.2.5	Konsep <i>Marketing Public Relations</i> Pull Strategy	48
2.3	Iklan	49
2.3.1	Definisi Periklanan	50
2.3.2	Fungsi Iklan	51
2.3.3	Tipe Iklan	53
2.3.4	Media Iklan	58
2.4	Eksistensi	60

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62

3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	62
3.1.1	Sejarah Berdirinya Pendidikan Yayasan Al-Ma'soem	63
3.1.2	Visi Misi dan Motto Pendidikan Yayasan Al-Ma'soem	65
3.1.3	Stuktur Organisasi Pendidikan Yayasan Al-Ma'soem	66
3.1.4	Bendera Pendidikan Yayasan Al Ma'soem	68
3.1.5	Jenjang Pendidikan Yayasan Al Ma'soem	70
3.1.5.1	Pendidikan Dasar dan Menengah	70
3.1.5.2	Pendidikan Tinggi	83
3.1.6	Sumber Informan	86
3.1.7	<i>Public Relations & Event Organizer</i>	87
3.2	Hasil Penelitian	88
3.2.1	Perencanaan Media iklan Yayasan Al-Ma'soem dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	90
3.2.1.1	Analisis Situasi (Pertimbangan)	90
3.2.1.2	Spesifikasi Tujuan	95
3.2.1.3	Penyusunan Jadwal Pemasangan Iklan	96
3.2.2	Pelaksanaan Media Iklan Yayasan Al-Ma'soem dalam Memepertahankan Eksistensi Pendidikan	98
3.2.2.1	Pengemasan & Strategi Media Iklan	98
3.2.2.2	Penentuan Pihak Pelaksana Media Iklan	105
3.2.3	Evaluasi Media Iklan Yayasan Al-Ma'soem dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	113
3.2.3.1	Tolak Ukur Efektifitas dan Keberhasilan Media Iklan	115
3.2.3.2	Antisipasi	117
3.2.3.3	Efektifitas dan Keberhasilan Media Iklan dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	120
3.3	Pembahasan	122
3.3.1	Perencanaan Media Iklan Yayasan Al-Ma'soem dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	125
3.3.1.1	Analisis Situasi (Pertimbangan)	127
3.3.1.2	Spesifikasi Tujuan	131

3.3.1.3	Penyusunan Jadwal Pemasangan Iklan	133
3.3.2	Pelaksanaan Media Iklan Yayasan Al-Ma'soem dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	134
3.3.2.1	Pengemasan & Strategi Media Iklan.....	135
3.3.2.2	Penentuan Pihak Pelaksana Media Iklan	144
3.3.3	Evaluasi Media Iklan Yayasan Al-Ma'soem dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	146
3.3.3.1	Tolak Ukur Efektifitas dan Keberhasilan Media Iklan..	147
3.3.3.2	Antisipasi	149
3.3.3.3	Efektifitas dan Keberhasilan Media Iklan dalam Mempertahankan Eksistensi Pendidikan	151
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	154
4.1	Simpulan	154
4.2	Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA		158
LAMPIRAN.....		162



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG