

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoretis	7
2. Manfaat Praktis	7
E. Kerangka Pemikiran	7
1. Pendidikan Nonformal	7
2. <i>Marketing Public Relations (MPR)</i>	9
3. <i>Strategi Marketing Public Relations</i>	12
4. <i>Customer Relations Officer (CRO)</i>	13
F. Kerangka Konsep	13
1. Program <i>Customer Relations Officer</i>	14

2. Evaluasi Pelaksanaan Program <i>Customer Relations Officer</i>	16
G. Metodologi	17
1. Metodologi Penelitian	17
2. Objek Penelitian	18
3. Subjek Penelitian	18
4. Lokasi Penelitian	19
5. Sumber Data	19
6. Teknik Pengumpulan Data	19
7. Teknik Analisis Data	21

BAB II

MARKETING PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER RELATIONS

A. Definisi, Tujuan, Strategi, Taktik, dan Evaluasi <i>Marketing Public Relations</i>	23
1. Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	23
2. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	32
3. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	34
4. Taktik <i>Marketing Public Relations</i>	36
5. Evaluasi <i>Marketing Public Relations</i>	42
B. Definisi dan Tujuan <i>Customer Relations</i>	43
1. Definisi <i>Customer Relations</i>	43
2. Tujuan <i>Customer Relations</i>	46

BAB III

PROFIL OBJEK PENELITIAN

A. Identitas Perusahaan	49
1. Nama Perusahaan	49
2. Logo Perusahaan	49

a. Bentuk	49
b. Warna	50
3. Landasan Operasional Perusahaan	50
a. Visi	50
b. Misi	50
c. Komitmen	50
4. Budaya Perusahaan	51
B. Gambaran Perusahaan	51
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	51
2. Bentuk Organisasi Perusahaan	52
3. Tujuan Operasional Perusahaan	53
4. Lokasi dan Fasilitas Fisik Perusahaan	53
5. Struktur Organisasi Perusahaan	58
6. Jaringan Operasional Perusahaan	61
7. Penghargaan dan Prestasi Perusahaan	61
C. Produk Perusahaan	62
1. REAL	62
2. True Mandarin	64
3. World Languages Center (WLC)	66
4. I-Link	67
5. Neutron Priority	68
6. Detection (DTC)	69
7. ION's Culinary Collage (ICC)	71
8. Fun Science	72
9. Kawai Music	73
a. Intervensi Musik	73
b. Kawai Guitar	74
c. Kawai Piano Klasik	75
d. Kawai Violin	75
e. Kawai Drum Class	76
f. Kawai Fun Kaaraoke	76

g. Kawai Vocal	76
h. Kawai Basic Music	77
i. Kawai Keyboard	77

BAB IV

DATA DAN ANALISA DATA

A. Latar Belakang Pembentukan <i>Customer Relations Officer ION's International Education</i>	78
1. Analisis Situasi	78
2. Tujuan <i>Customer Relations Officer ION's International Education</i>	87
3. Strategi <i>Customer Relations Officer</i>	92
B. Program <i>Customer Relations Officer ION's International Education</i>	95
1. Program Internal	96
2. Program Eksternal	100
3. Program <i>Customer Relations Officer ION's International Education</i> sebagai Implementasi <i>Marketing Public Relations</i>	111
C. Evaluasi Pelaksanaan Program <i>Customer Relations Officer</i>	122
1. Kedudukan <i>Customer Relations Officer</i> di <i>ION's International Education</i>	122
2. Hasil Evaluasi	125

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan	133
B. Saran	135



Customer Relations Officer (CRO) sebagai Implementasi Marketing Public Relations (MPR) pada Lembaga

Pendidikan Nonformal di Yogyakarta (Studi Kasus Program Customer Relations Officer IONs International Education Yogyakarta Tahun 2014-2015)

IFADA FAUZIA AMALIASARI, M.Sulhan, SIP, M.Si

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku	138
B. Internet	139
C. Jurnal	140
D. Majalah	141
E. Wawancara	141

LAMPIRAN