

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.6 Landasan Pemikiran	12
1.6.1 Penelitian Terdahulu.....	12
1.6.2 Landasan Koseptual.....	21
1.7 Langkah-langkah Penelitian.....	27
1.7.1 Lokasi Penelitian	27
1.7.2 Paradigma Penelitian	27
1.7.3 Pendekatan Penelitian	28
1.7.4 Metode Penelitian	29
1.7.5 Jenis data.....	30

1.7.6	Sumber data	30
1.7.7	Teknik Pengumpulan Data	31
1.7.8	Teknik Analisis Data	32
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	35
2.1	Manajemen Humas.....	35
2.2	<i>The Four Step Public Relations</i>	41
2.3	Sponsor.....	46
2.3.1	Jenis-jenis Sponsor	47
2.3.2	Manfaat Bagi Penyedia Sponsor.....	49
2.3.3	Alasan-Alasan Penyediaan Sponsor	50
2.3.4	Cakupan Bidang Sponsor	52
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
3.1	Gambaran Umum Lokasi Perusahaan.....	55
3.1.1	Sejarah PT. Persib Bandung Bermartabat	55
3.1.2	Visi dan Misi PT. Persib Bandung Bermartabat.....	60
3.1.3	Logo PT. Persib Bandung Bermartabat.....	61
3.1.4	Struktur Organisasi PT. Persib Bandung Bermartabat	62
3.1.5	Reputasi dan Prestasi PT. Persib Bandung Bermartabat	63
3.2	Profil Informan	64
3.3	Hasil Temuan Penelitian	65
3.3.1	Proses <i>Defining Public Relations Problem</i> (Pendefinisian Masalah) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	66
3.3.2	Proses <i>Planning and Programming</i> (Merencanakan dan Memprogram) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	72

3.3.3	Proses <i>Taking Action and Communication</i> (Melaksanakan dan Mengkomunikasikan) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	79
3.3.3	Proses <i>Evaluating the Program</i> (Evaluasi Program) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	85
3.4	Pembahasan Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor	94
3.4.1	Proses <i>Defining Public Relations Problem</i> (Pendefinisian Masalah) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	95
3.4.2	Proses <i>Planning and Programming</i> (Merencanakan dan Memprogram) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	101
3.4.3	Proses <i>Taking Action and Communication</i> (Melaksanakan dan Mengkomunikasikan) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	105
3.3.3	Proses <i>Evaluating the Program</i> (Evaluasi Program) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam Mempertahankan Sponsor	109
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	115
4.1	Kesimpulan	115
4.2	Saran	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN