

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
MOTTO HIDUP	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Secara Akademis	8
1.4.2 Kegunaan Secara Praktis	9
1.5. Tinjauan Pustaka	9
1.6. Skema Penelitian	10
1.7. Langkah-Langkah Penelitian	11

1.7.1	Lokasi Penelitian.....	11
1.7.2	Paradigma dan Pendekatan	11
1.7.3	Metode Penelitian	12
1.7.4	Jenis Data dan Sumber Data	13
1.7.5	Penentuan Informan.....	14
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data	15
1.7.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data	17
1.7.8	Teknik Analisis Data	18
1.7.9	Jadwal Penelitian	20
BAB II		22
KAJIAN PUSTAKA		22
2.1.	Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.2.	Kerangka Konseptual	33
2.2.1.	Pengertian dan Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	33
2.2.2.	Peran dan Proses Media Monitoring	49
2.2.3.	Indikator dan Tujuan Opini Publik	57
2.3.	Kerangka Teoritis	66
2.3.1.	Konsep Media Monitoring Comcowich	66
BAB III		70
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	70
3.1.1	<i>Company Profile</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero)	70
3.1.2	Sejarah PT kereta Api Indonesia (Persero)	71
3.1.3	Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	73
3.1.4	Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)	74

3.1.5	Struktur Organisasi Unit <i>Public Relations</i>	75
3.2	Profile Informan.....	78
3.3	Hasil Penelitian	80
3.3.1	Cara <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Menemukan (<i>To Find</i>) Seluruh Pemberitaan Tentang KAI.....	84
3.3.2	Cara <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mendeteksi (<i>To Detect</i>) Kategori dan Kebenaran dalam Seluruh Pemberitaan Tentang KAI.....	92
3.3.3	Cara <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mengantisipasi (<i>To Detter</i>) Pemberitaan Negatif Tentang KAI.....	100
3.4	Pembahasan.....	112
3.4.1.	Pembahasan Cara <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Menemukan (<i>To Find</i>) Seluruh Pemberitaan Tentang KAI ..	114
3.4.2.	Pembahasan Cara <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mendeteksi (<i>To Detect</i>) Kategori dan Kebenaran dalam Seluruh Pemberitaan Tentang KAI.....	119
3.4.3.	Pembahasan Cara <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) Mengantisipasi (<i>To Detter</i>) Pemberitaan Negatif Tentang KAI.....	126
BAB IV		135
PENUTUP		135
4.1.	Simpulan.....	135
4.2.	Saran	136
DAFTAR PUSTAKA		138
LAMPIRAN		143