

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO HIDUP	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
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.....	13
1.7.4	Jenis Data dan Sumber Data	14
1.7.5	Penentuan Informan	17
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.7.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	20
1.7.8	Teknik Analisis Data.....	22
1.7.9	Rencana Jadwal Penelitian.....	25
BAB II		27
KAJIAN PUSTAKA		27
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
2.2	Kajian Konseptual.....	38
2.2.1	Konsep dan Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat	38
2.2.2	Pendekatan dan Implementasi Strategi Hubungan Masyarakat.....	52
2.2.3	Pembentukan dan Pengelolaan Citra Perusahaan	60
2.3	Kajian Teoritis.....	70
2.3.1	Strategi Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif.....	70
BAB III		76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		76
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	76
3.1.1	Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero)	76
3.1.2	Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero)	77
3.1.3	Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	79
3.1.4	Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	80
3.1.5	Budaya PT Kereta Api Indonesia (Persero)	82

3.1.6	Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	83
3.1.7	Struktur Organisasi Unit Satuan <i>Public Relations</i> (USP) PT Kereta Api Indonesia (Persero)	84
3.1.8	Tugas dan Tanggung Jawab Utama Unit Satuan <i>Public Relations</i> (USP) PT Kereta Api Indonesia (Persero)	85
3.2	Profil Informan	89
3.3	Hasil Penelitian	93
3.3.1	<i>Strategy of Publicity</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif	97
3.3.2	<i>Strategy of Persuasion</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif.	105
3.3.3	<i>Strategy of Argumentation</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif.	111
3.3.4	<i>Strategy of Image</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra sebagai Badan Publik Informatif.	116
3.4	Pembahasan	126
3.4.1	<i>Strategy of Publicity</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif	127
3.4.2	<i>Strategy of Persuasion</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif.	133
3.4.3	<i>Strategy of Argumentation</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif.	137
3.4.4	<i>Strategy of Image</i> yang Dilakukan Humas PT KAI (Persero) dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif	141
BAB IV		148
SIMPULAN DAN SARAN		148
4.1	Simpulan	148

4.2	Saran.....	149
4.2.1	Saran Akademis	149
4.2.2	Saran Praktis	150
DAFTAR PUSTAKA		152
LAMPIRAN.....		160

