

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xv</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1    Kegunaan Akademis.....	7
1.4.2    Kegunaan Praktis.....	8
1.5    Tinjauan Pustaka.....	9
1.5.1    Landasan Teoritis.....	9
1.6    Langkah-langkah Penelitian.....	13
1.6.1    Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2    Paradigma dan Pendekatan.....	13
1.6.3    Kerangka Konseptual.....	15
1.6.4    Metode Penelitian.....	18
1.6.5    Jenis Data dan Sumber Data.....	19
1.6.6    Teknik Penentuan Informan.....	21
1.6.7    Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.6.8    Teknik Analisis Data.....	24
<b>BAB II</b> .....	<b>26</b>

2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	26
2.2	Kajian Konseptual .....	35
2.2.1	Hubungan Masyarakat (Humas) .....	35
2.2.2	Peran Hubungan Masyarakat .....	42
2.2.3	Keluhan Pelanggan .....	43
2.3	Kajian Teoritis .....	48
2.3.1	Konsep 4 Peranan <i>Public Relations</i> .....	48
<b>BAB III</b>	.....	<b>54</b>
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	54
3.1.1	Sejarah Jatinangor House .....	54
3.1.2	Visi Misi Jatinangor House .....	56
3.1.3	Struktur Organisasi Jatinangor House .....	57
3.1.4	Profil Informan .....	58
3.2	Hasil Temuan Penelitian .....	59
3.2.1	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Expert Prescriber</i> (Penasihat Ahli) .....	61
3.2.2	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Communication Facilitator</i> (Fasilitator Komunikasi) .....	70
3.2.3	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Problem Solving Process Facilitator</i> (Fasilitator Proses Pemecahan Masalah) .....	78
3.2.4	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Communication Technician</i> (Teknisi Komunikasi) .....	86
3.3	Hasil Pembahasan Penelitian .....	95
3.3.1	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Expert Prescriber</i> (Penasihat Ahli) .....	96
3.3.2	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Communication Facilitator</i> (Fasilitator Komunikasi) .....	105
3.3.3	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Problem Solving Process Facilitator</i> (Fasilitator Proses Pemecahan Masalah) .....	114
3.2.4	<i>Public Relations</i> sebagai <i>Communication Technician</i> (Teknisi Komunikasi) .....	122
<b>BAB IV PENUTUP</b>	.....	<b>133</b>
4.1	Simpulan .....	133
4.2	Saran .....	134
4.2.1	Saran Akademis .....	135
4.2.2	Saran Praktisi .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>137</b>

LAMPIRAN.....142

