

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
MOTTO HIDUP	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Akademis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
1.5 Landasan Pemikiran	12
1.5.1 Landasan Teoritis	12
1.5.2 Landasan Konseptual	17
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	19
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	19
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	20
1.6.3 Metode Penelitian	20
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	21

1.6.5 Teknik Penentuan Informan	23
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	24
1.6.7 Teknik Analisis Data	27
BAB II	31
TINJAUAN PUSTAKA	31
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.2 Landasan Konseptual.....	42
2.2.1 <i>Corporate Public Relations</i>	42
2.2.2 <i>Community Relations</i>	45
2.3 Landasan Teoritis	49
2.3.1 <i>The ROPE Model of Public Relations</i>	49
BAB III.....	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	62
3.1.1 Profil Perusahaan	62
3.1.2 Visi dan Misi	64
3.1.3 Logo	65
3.1.4 Struktur Organisasi	66
3.2 Profil Informan.....	66
3.3 Hasil Temuan Penelitian	68
3.3.1 <i>Research</i>	70
3.3.2 <i>Objectives</i>	75
3.3.3 <i>Programming</i>	82
3.3.4 <i>Evaluation</i>	93
3.4 Hasil Pembahasan Penelitian	102
3.4.1. <i>Research</i>	104
3.4.2. <i>Objectives</i>	113
3.4.3. <i>Programming</i>	119
3.4.4. <i>Evaluation</i>	127
BAB IV	140

SIMPULAN DAN SARAN	140
4.1 Simpulan.....	140
4.2 Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN.....	149

