

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Landasan Pemikiran	13
1.5.1 Landasan Teoritis	13
1.5.2 Landasan Konseptual	16
1.6 Langkah-langkah Penelitian	17
1.6.1 Lokasi Penelitian	17
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	18
1.6.3 Metode Penelitian	20
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	21
1.6.5 Teknik Pemilihan Informan	23
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	25
1.6.7 Teknik Analisis Data	27
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA	32

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kajian Konseptual	38
2.2.1 <i>Public Relations</i>	38
2.2.2 <i>Corporate Communications</i>	48
2.3 Kajian Teoritis	55
2.3.1 Teori Peran <i>Public Relations</i> Menurut Dozier dan Broom	55
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	63
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
3.1.1 Profil PT Telkomsel	63
3.1.2 Visi dan Misi	64
3.1.3 Logo PT Telkomsel	65
3.1.4 Struktur Organisasi PT Telkomsel	66
3.2 Profil Informan	68
3.3 Hasil Temuan Penelitian	70
3.3.1 <i>Expert Prescriber</i>	71
3.3.2 <i>Communication Facilitator</i>	79
3.3.3 <i>Problem Solving Process Facilitator</i>	91
3.3.4 <i>Communication Technician</i>	101
3.4 Hasil Pembahasan Penelitian	115
3.4.1 <i>Expert Prescriber</i>	116
3.4.2 <i>Communication Facilitator</i>	129
3.4.3 <i>Problem Solving Process Facilitator</i>	142
3.4.4 <i>Communication Technician</i>	156
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	176
4.1 Simpulan	176
4.2 Saran	177
DAFTAR PUSTAKA	179
LAMPIRAN	184