

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.4.1. Kegunaan Akademis	8
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9
1.5. Landasan Pemikiran	9
1.5.1. Landasan Teoretis	9
1.5.2. Landasan Konseptual	14
1.6. Langkah-Langkah Penelitian	18
1.6.1. Lokasi Penelitian	18
1.6.2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	19
1.6.3. Metode Penelitian.....	20
1.6.4. Jenis dan Sumber Data	20
1.6.5. Penentuan Informan	22
1.6.6. Teknik Pengumpulan Data	23
1.6.7. Teknik Analisis Data.....	24

BAB II KAJIAN PUSTAKA	28
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.2. Kajian Konseptual	32
2.2.1. Public Relations Writing	32
2.2.2. Siaran Pers	34
2.2.3. Pesan Persuasif	40
2.2.4. Siaran Pers yang Persuasif	42
2.3. Kajian Teoritis	43
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	48
3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
3.1.1. Sejarah	48
3.1.2. Visi dan Misi	49
3.1.3. Struktur Organisasi	49
3.1.4. Logo dan Filosofi	51
3.2. Profil Informan	52
3.3. Hasil Temuan Penelitian	53
3.3.1. Teknik Asosiasi pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	55
3.3.2. Teknik Integrasi pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	71
3.3.3. Teknik Ganjaran pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	78
3.3.4. Teknik Tataan pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	82
3.3.5. Teknik Pengalihan pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	91
3.4. Pembahasan	92
3.4.1. Teknik Asosiasi pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	94
3.4.2. Teknik Integrasi pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	101
3.4.3. Teknik Ganjaran pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	105

3.4.4. Teknik Tataan pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung.....	110
3.4.5. Teknik Pengalihan pada Penulisan Pesan Persuasif oleh PT Telkom Witel Bandung	114
BAB IV PENUTUP	116
4.1. Simpulan	116
4.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	126

