

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR PUSTAKA	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Tahapan Penelitian	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	21
2.2.1 Komunikasi	22
2.2.2 Organisasi	24
2.2.3 Komunikasi Organisasi	24
2.2.4 <i>Public Relations</i>	25

2.2.4.1 Definisi <i>Public Relations</i>	25
2.2.4.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	27
2.2.4.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	28
2.2.4.4 Proses <i>Public Relations</i>	30
2.2.5 Citra.....	33
2.2.5.1 Definisi Citra	33
2.2.5.2 Jenis-Jenis Citra.....	34
2.2.5.3 Citra Organisasi	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subjek Penelitian.....	40
3.3.1 <i>Company Profile</i> PT Pos Indonesia	40
3.4 Obyek Penelitian	42
3.5 Definisi Konsep.....	43
3.6 Unit Analisis Data	44
3.7 Penentuan Informan	44
3.8 Pengumpulan Data	45
3.8.1 Observasi Lapangan.....	46
3.8.2 Wawancara	46
3.8.3 Dokumentasi	47
3.9 Teknik Keabsahan Data	48

3.10 Teknik Analisis Data.....	48
3.10.1 Analisis Sebelum di Lapangan	49
3.10.2 Analisis Selama di Lapangan.....	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Narasumber	51
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Tahap <i>Fact Finding</i>	54
4.2.2 Tahap <i>Planning</i>	59
4.2.3 Tahap <i>Communicating</i>	62
4.2.4 Tahap <i>Evaluating</i>	66
4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 Analisa Proses <i>Public Relations</i> Dalam Mempertahankan Citra	72
4.3.1.1 Tahap <i>Fact Finding</i>	73
4.3.1.2 Tahap <i>Planning</i>	74
4.3.1.3 Tahap <i>Communicating</i>	77
4.3.1.4 Tahap <i>Evaluating</i>	78
4.3.2 Citra Pos Indonesia	80

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	83
4.2 Hasil Penelitian	84

LAMPIRAN

