

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 Analisis Konten	13
2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)	15

2.1.3	Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	18
2.1.4	Isi Pesan Berita <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	22
2.1.5	Stakeholder.....	26
2.2	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Paradigma Penelitian.....	40
3.2	Metode Penelitian.....	41
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	42
3.3.1	Subjek Penelitian.....	42
3.3.2	Objek Penelitian	42
3.4	Lokasi Penelitian.....	42
3.5	Unit Analisis Penelitian.....	43
3.6	Sumber Data.....	44
3.7	Informan Penelitian	45
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.8.1	Data Primer	46
3.8.2	Data Sekunder	47
3.9	Teknik Analisis Data.....	47
3.10	Teknik Keabsahan Data.....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Karakteristik Data	51
4.1.1	Karakteristik Koder.....	51
4.1.2	Karakteristik Menu CSR Kampanye Goal pada Website MNC Peduli.....	54
4.2	Hasil Penelitian.....	62
4.2.1	Kategori pesan berita aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> kampanye goal pada <i>website</i> MNC Peduli.....	117
4.2.2	Pendekatan isi pesan berita aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> kampanye goal pada <i>website</i> MNC Peduli	122
4.2.3	Nilai-nilai pesan berita aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> kampanye goal pada <i>website</i> MNC Peduli	128

4.3 Pembahasan.....	140
4.3.1 Kategori pesan berita aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> Kampanye Goal pada <i>Website</i> MNC Peduli	140
4.3.2 Pendekatan isi pesan berita aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> Kampanye Goal pada <i>Website</i> MNC Peduli.....	148
4.3.3 Nilai-nilai pesan berita aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> Kampanye Goal pada <i>Website</i> MNC Peduli.....	159
 BAB V	163
 PENUTUP.....	163
5.1 Kesimpulan.....	163
5.2 Saran.....	164
5.2.1 Saran Akademis	164
5.2.2 Saran Praktis.....	164
 DAFTAR PUSTAKA	167
 LAMPIRAN.....	170