

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	<i>i</i>
HALAMAN MOTTO	<i>iii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iv</i>
ABSTRAK	<i>vii</i>
ABSTRACT	<i>viii</i>
DAFTAR ISI	<i>ix</i>
DAFTAR TABEL	<i>xi</i>
DAFTAR GAMBAR	1
DAFTAR LAMPIRAN	2
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang Penelitian	3
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat teoritis	10
1.5.2 Manfaat praktis.....	10
1.6 Waktu Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Analisis Isi	12
2.2 Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Aktivitas <i>Public Relations</i>	13
2.3 Penggunaan Media Digital dalam Proses Pengomunikasian Program CSR	17
2.4 Penelitian Terdahulu	23
2.5 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Unit Analisis Penelitian	37
3.3 Pengumpulan Data Penelitian	42
3.3.1 Analisa Isi	42
3.3.2 Observasi	43

3.3.3 Dokumentasi	43
3.3.4 Wawancara	43
3.4 Teknik Analisis Data.....	43
3.4.1 Reduksi Data	44
3.4.2 Penyajian Data	44
3.4.3 Conclusion Drawing	44
3.5 Teknik Keabsahan Data	44
3.5.1 Triangulasi Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Corporate Website PT Pelindo Sebagai Sumber Data Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Komunikasi CSR.....	48
4.2.2 Media Digital.....	67
4.3 Pembahasan	91
4.3.1 Isi Komunikasi CSR Melalui Corporate website dalam Mencapai Keberhasilan Keberlanjutan PT Pelindo.....	91
4.3.2 Model Penelitian Analisis Isi Komunikasi CSR PT. Pelindo Melalui Corporate Website	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Teoritis	105
5.2.2 Saran Praktisi.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
DAFTAR LAMPIRAN	112