

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Strategi	15
2.1.2 Komunikasi	16
2.1.3 Public Relation	18

2.1.3	Strategi Komunikasi.....	19
2.1.4	Corporate Sosial Responsibility (CSR).....	26
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		46
3.1	Paradigma Penelitian.....	46
3.2	Subjek Dan Objek Penelitian	47
3.2.1	Subjek Penelitian.....	47
3.2.2	Komunikasi	47
3.3	Lokasi Penelitian	48
3.4	Unit Analisis Penelitian.....	48
3.5	Informan Kunci	49
3.6	Pengumpulan Data	51
3.7	Teknik Analisis Data.....	52
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Karakteristik Informan	46
4.2	Hasil Penelitian.....	63
4.2.1	Strategi Komunikasi Sosialisasi	64
4.2.1.1	Mengenal Khalayak.....	64
4.2.1.2	Menyusun Pesan.....	65
4.2.1.3	Menetapkan Metode.....	66
4.2.1.4	Seleksi Penggunaan Media.....	66

4.2.2 Strategi Komunikasi Pelaksanaan	67
4.2.2.1 Mengenal Khalayak.....	67
4.2.2.2 Menyusun Pesan.....	68
4.2.2.3 Menetapkan Metode	69
4.2.2.4 Seleksi Penggunaan Media.....	69
4.2.3 Strategi Komunikasi Pasca Pelaksanaan	70
4.2.3.1 Mengenal Khalayak.....	70
4.2.3.2 Menyusun Pesan.....	70
4.2.3.3 Menetapkan Metode	71
4.2.3.4 Seleksi Penggunaan Media.....	72
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Strategi Komunikasi Sosialisasi	73
4.3.2 Strategi Komunikasi Pelaksanaan	75
4.3.3 Strategi Komunikasi Pasca Pelaksanaan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Teoritis.....	80
5.2.2 Saran Praktisi.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	86