

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Kegunaan Praktis	12
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori	14
2.1.1 Komunikasi	14
2.1.1.1 Definisi Komunikasi	14
2.1.1.2 Fungsi Komunikasi	15
2.1.1.3 Proses Komunikasi	15
2.1.1.4 Strategi Komunikasi	16
2.1.2 Public Relations	23

2.1.2.1 Definisi Humas (<i>Public Relations</i>)	23
2.1.2.2 Fungsi Public Relations	23
2.1.3 Sosialisasi	25
2.2 Penelitian terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian	38
3.2.1 Subyek Penelitian	38
3.2.2 Obyek Penelitian	38
3.3 Lokasi Penelitian	38
3.4 Unit Analisis Penelitian	41
3.5 Informan Kunci	42
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.8 Teknik Keabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan	46
4.1.1 Informan 1	46
4.1.2 Informan 2	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Mengenal Khalayak	49
4.2.2 Menyusun Pesan	57
4.2.3 Menetapkan Metode	65
4.2.4 Seleksi dan Penggunaan Media	86
4.3 Pembahasan	103

4.3.1 Mengenal Khalayak	103
4.3.2 Menyusun Pesan	106
4.3.3 Menetapkan Metode	108
4.3.4 Seleksi dan Penggunaan Media	110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113