

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBARAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	1
<i>ABSTRACT</i>	2
DAFTAR ISI	3
DAFTAR GAMBAR.....	5
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR LAMPIRAN.....	7
BAB I.....	8
PENDAHULUAN	8
1.1 Latar Belakang.....	8
1.2 Fokus Penelitian.....	17
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	18
1.5 Tujuan Penelitian.....	18
1.6 Manfaat Penelitian.....	18
1.7 Tahapan Penelitian	19
1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
1.9 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Komunikasi.....	23
2.1.2 Perencanaan Komunikasi	24
2.1.3 Strategi Komunikasi	25
2.1.4 <i>Public Relations</i>	32
2.1.5 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	35
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Pemikiran	54

BAB III	55
METODE PENELITIAN	55
3.1 Paradigma Penelitian.....	55
3.2 Metodologi Penelitian.....	55
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	56
3.1.1 Subjek Penelitian.....	56
3.1.2 Objek Penelitian.....	57
3.4 Lokasi Penelitian.....	58
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	58
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.7.1 Data Primer.....	60
3.7.2 Data Sekunder.....	61
3.8 Teknik Analisis Data.....	61
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	63
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN	65
4.1 Karakteristik Informan.....	65
4.1.1 Informan Penelitian.....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.2.2 Menetapkan Target Penerima Pesan (<i>audience</i>).....	74
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Menetapkan dan Memilih Komunikator.....	80
4.3.2 Menetapkan Target Penerima Pesan.....	82
4.3.3 Teknik Menyusun Pesan.....	85
4.3.4 Memilih Media dan Saluran Komunikasi.....	88
4.3.5 Evaluasi dan Audit Komunikasi.....	91
BAB V	93
PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis.....	93
5.2.2 Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98