

DAFTAR ISI

COVER BAGIAN DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	8
1.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	10
2.1.1 Konsep Dasar <i>Public relations</i> dan Strategi Dalam Perusahaan	10
2.1.2 Konsep Citra pada Aktivitas <i>Public Relations</i>	20
2.1.3 Konsep Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Perusahaan.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Paradigma Penelitian	47
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	48

3.2.1	Subjek Penelitian.....	48
3.2.2	Objek Penelitian.....	48
3.3	Unit Analisis Penelitian	49
3.4	Informan Kunci	49
3.5	Informan Pendukung.....	50
3.6	Pengumpulan Data Penelitian	50
3.7	Teknik Analisa Data	51
3.8	Teknik Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Umum	54
4.1.1	Profil Perusahaan	54
4.1.2	Motto, Visi dan, Misi Perusahaan.....	55
4.1.3	Karakteristik Informan	55
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Strategi Humas PT Semen Padang.....	59
4.2.2	Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Mengadakan Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Semen Padang.....	83
4.3	Pembahasan.....	83
4.3.1	Strategi Humas PT Semen Padang.....	85
4.3.2	Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Mengadakan Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Semen Padang.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran	95
5.2.1	Saran Teoritis	95
5.2.2	Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA.....		97
LAMPIRAN		101