

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pengertian Corporate Social Responsibility	8
2.1.2. Media Sosial	9
2.2. Penelitian Terdahulu dan Jurnal Internasional	10
2.3. Kerangka Pemikiran	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1. Paradigma Penelitian	27
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Subjek Penelitian	28
3.4. Objek Penelitian	29
3.5. Lokasi	29
3.6. Unit Analisis Penelitian	29
3.7. Informan Penelitian	34
3.8. Teknik Pengumpulan Data	36
3.9. Teknik Analisis Data	37

BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Karakteristik Informan	39
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Strategi Komunikasi CSR PT Pos Indonesia	46
4.2.2	Pemanfaatan Media Baru dalam Strategi CSR 4.2.2.1 Digital	57
4.3	Pembahasan	59
4.3.1	Strategi Komunikasi CSR PT Pos Indonesia	60
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	64
DAFTAR PUSTAKA	66