

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	5
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitan	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka	11
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	11
2.2.1.1 Komunikasi Organisasi	12
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	12
2.2.1.3 Definisi Organisasi.....	13
2.2.1.4 Hubungan Komunikasi dan Organisasi.....	13
2.2.1.5 Komunikasi Perusahaan	14
2.2.1.6 Komunikasi Internal Perusahaan	15
2.2.2 Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i>	17
2.2.2.1 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	18
2.2.2.2 Peran dan Fungsi <i>Public Relations</i>	19
2.2.2.3 Kegiatan <i>Public Relations</i>	22
2.2.3 Tinjauan Tentang Strategi <i>Public Relations</i>	24
2.2.4 Tinjauan Tentang Sponsor	26
2.2.4.1 Pengertian Sponsor.....	26
2.2.4.2 Manfaat dan Alasan Sponsor.....	27
2.2.4.3 Tujuan <i>Public relations</i> dari Sponsor.....	28
2.2.4.4 Jenis-Jenis Sponsor dan Pertimbangan Sponsor	30
2.3 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Informan Penelitian	37

3.2.1 Informan Kunci	38
3.2.2 Informan Pendukung.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Studi Pustaka.....	39
3.3.2 Studi Lapangan.....	41
3.4 Uji Keabsahan Data	42
3.5 Teknik Analisa Data	43
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.6.2 Waktu Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	47
4.1.1.1 Sejarah Atap Class	48
4.1.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i> Atap Class	48
4.1.1.3 Visi dan Misi Atap Class.....	49
4.1.1.4 Logo Atap Class	50
4.1.1.5 Bagi Kopi Buah Batu	50
4.1.2 Deskripsi Profil Informan	51
4.1.2.1 Informan Kunci	52
4.1.2.2 Informan Pendukung	55
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	57

4.1.3.1 <i>Research-Listening</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor	57
4.1.3.2 <i>Planning-Decision</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor	62
4.1.3.3 <i>Communication-Action</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor.....	65
4.1.3.4 <i>Evaluation</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor	68
4.1.3.5 Strategi <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor.....	70
4.2 Pembahasan	74
4.2.1 <i>Research-Listening</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor	74
4.2.2 <i>Planning-Decision</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalين Kerjasama dengan Sponsor	78

4.2.3 <i>Communication-Action</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalin Kerjasama dengan Sponsor	82
4.2.4 <i>Evaluation</i> yang dilakukan <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalin Kerjasama dengan Sponsor.....	83
4.2.5 Strategi <i>Public Relations</i> Atap Class oleh PT. Atap Promotions Bandung dalam Menjalin Kerjasama dengan Sponsor	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Bagi <i>Public Relations</i> Atap Class	94
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	133