

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian.....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.4.2.1 Kegunaan Bagi peneliti	7
1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas	7
1.4.2.3 Kegunaan Bagi PT. Kereta Api Indonesia	7

1.4.2.4 Kegunaan Bagi Masyarakat	8
--	---

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS.....	9
-----------------------	----------

2.1 Tinjauan Pustaka	9
----------------------------	---

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
---	---

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	11
--	----

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	11
-------------------------------------	----

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi	12
---------------------------------	----

2.1.2.3 Proses Komunikasi	13
---------------------------------	----

2.1.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi	14
--------------------------------------	----

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi	15
---------------------------------	----

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi.....	16
---	----

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	16
--	----

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi	16
--	----

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi	17
--	----

2.1.3.4 Jenis-jenis Arah Komunikasi Organisasi	18
--	----

2.1.4 Teori <i>Excellence</i> dalam Hubungan Masyarakat.....	19
--	----

2.1.4.1 Empat Model Excellence dalam Hubungan Masyarakat	20
--	----

2.1.5 Tinjauan Tentang Efektivitas	22
--	----

2.1.6 Tinjauan Tentang Program.....	24
-------------------------------------	----

2.1.7 Tinjauan Tentang Citra Perusahaan	24
---	----

2.1.8.1 Manfaat Citra Perusahaan	26
--	----

2.1.8 Tinjauan Tentang Humas/ <i>Public Relations</i>	27
---	----

2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	29
2.3 Hipotesis	33
2.3.1 Hipotesis Induk	34
2.3.2 Hipotesis Anak	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.2.1 Populasi Penelitian	38
3.2.2 Sampel Penelitian.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Studi Pustaka.....	39
3.3.2 Studi Lapangan.....	40
3.4 Operasional Variabel	41
3.5 Teknik Analisa Data	43
3.5.1 Uji Validitas	45
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.3 Uji Statistik Penelitian	47
3.5.4 Uji Hipotesis	49
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	50
3.6.2 Waktu Penelitian	50

4.1.4.9 Saya tidak mendapat kepuasan dengan informasi yang diperlukan.....	68
4.1.4.10 Saya merasa memiliki tali komunikasi yang erat dengan PT. KAI	69
4.1.4.11 Saya mendapat pengetahuan baru dari program Bincang Santai.....	69
4.1.4.12 Saya merasa tidak memiliki tali komunikasi yang erat dengan PT. KAI.....	70
4.1.4.13 Saya tidak mendapat pengetahuan baru dari program Bincang Santai.....	71
4.1.4.14 Humas PT. KAI memberikan kesempatan untuk menyampaikan kritik dan saran dalam program Bincang Santai.....	72
4.1.4.15 Humas PT. KAI memberikan kesempatan untuk memberikan tanggapan mengenai informasi yang diberikan.....	73
4.1.4.16 Humas PT. KAI tidak memberikan kesempatan untuk memberikan kritik dan saran dalam program Bincang Santai	73
4.1.4.17 Humas PT. KAI tidak memberikan kesempatan untuk memberikan tanggapan mengenai informasi yang diberikan.....	74
4.1.4.18 Humas PT. KAI mampu beradaptasi dengann Railfans	75

4.1.4.19 Humas PT. KAI mampu bersosialisasi dengan Railfans	76
4.1.4.20 Humas PT. KAI tidak mampu beradaptasi dengan Railfans	77
4.1.4.21 Humas PT. KAI tidak mampu bersosialisasi dengan Railfans	77
4.1.4.22 Saya yakin dan percaya terhadap apa yang diinformasikan oleh PT. KAI	78
4.1.4.23 Humas PT. KAI memberikan kualitas program yang baik	79
4.1.4.24 Saya mendapatkan pengalaman yang baik dengan program Bincang Santai	80
4.1.4.26 Humas PT. KAI tidak memberikan kualitas program yang baik	82
4.1.4.27 Saya mendapatkan pengalaman tidak baik dengan program Bincang Santai	83
4.1.4.28 Saya merasa puas dengan pengalaman saya bersama PT. KAI	83
4.1.4.29 Humas PT.KAI memberikan sikap yang baik dalam menjalankan program	84
4.1.4.30 Saya merasa tidak puas dengan pengalaman saya bersama PT. KAI	85

4.1.4.31 Humas PT. KAI memberikan sikap yang tidak baik dalam menjalankan program	86
4.1.4.32 Saya sangat mengenali PT. KAI dan produknya yang ditawarkan	87
4.1.4.33 Saya ingat slogan PT. KAI.....	87
4.1.4.34 Saya tidak mengenali produk yang ditawarkan PT. KAI	88
4.1.4.35 Saya tidak mengetahui slogan PT. KAI	89
4.1.5 Uji Statistik Penelitian	90
4.1.5.1 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Ketepatan Sasaran Program (X1) – Citra Perusahaan (Y)	90
4.1.5.2 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Sosialisasi Program (X ₂) – Citra Perusahaan (Y)	94
4.1.5.3 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Pencapaian Tujuan Program (X3) – Citra Perusahaan (Y)	97
4.1.5.4 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Pemantauan Program (X ₄) – Citra Perusahaan (Y)	101
4.1.5.5 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Efektivitas Program (X) – Kepribadian (Y1)	104
4.1.5.6 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Efektivitas Program (X) – Reputasi (Y2)	108
4.1.5.7 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Efektivitas Program (X) – Nilai (Y3).....	111

4.1.5.8 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Efektivitas Program (X) – Identitas Perusahaan (Y ₄)	115
4.1.5.9 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana Efektivitas Program (X) – Citra Perusahaan (Y)	118
4.3 Pembahasan	123
4.3.1 Pengaruh Ketepatan Sasaran Program (X ₁) terhadap Citra Perusahaan (Y)	124
4.3.2 Analisa Pengaruh Sosialisasi Program (X ₂) terhadap Citra Perusahaan (Y)	125
4.3.3 Analisa Pengaruh Pencapaian Tujuan Program (X ₃) terhadap Citra Perusahaan (Y)	126
4.3.4 Analisa Pengaruh Pemantauan Program (X ₄) terhadap Citra Perusahaan (Y)	127
4.3.5 Analisa Pengaruh Efektivitas Program (X) Terhadap Kepribadian (Y ₁)	128
4.3.6 Analisa Pengaruh Efektivitas Program (X) Terhadap Reputasi (Y ₂)	129
4.3.7 Analisa Pengaruh Efektivitas Program (X) Terhadap Nilai (Y ₃)	130
4.3.8 Analisa Pengaruh Efektivitas Program (X) Terhadap Identitas Perusahaan (Y ₄)	131
4.3.9 Analisa Pengaruh Efektivitas Program (X) Terhadap Citra Perusahaan (Y)	132

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	137
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	144
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	175