DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ……..……... i

SURAT PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR …….....…….... vi

DAFTAR ISI ……...…..……. vii

DAFTAR GAMBAR ……..……....……... viii

DAFTAR TABEL ……...……..…….……..... ix

DAFTAR LAMPIRAN ……..……..... x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah ...…….....……..... 1

1.2 Identifikasi Masalah 9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Penelitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Teoritis 11

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis 11

1.5 Kerangka Pemikiran 12

1.5.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 10

1.5.2 Kerangka Pemikiran Konseptual 15

1.6 Pertanyaan Penelitian 17

1.7 Metode Penelitian 19

1.8 Subjek dan Informan Penelitian 21

1.8.1 Subjek Penelitian 21

1.8.2 Informan Penelitian 22

1.9 Teknik Pengumpulan Data 22

1.10 Teknik Analisa Data 24

1.11 Uji Keabsahan Data 27

1.12 Lokasi dan Waktu Penelitian 29

1.12.1 Lokasi Penelitian 29

1.12.2 Waktu Penelitian 29

1.13 Sistematika Penelitian 31

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi 33

2.1.1 Definisi Komunikasi 33

2.1.2 Proses Komunikasi 36

2.1.3 Komponen Komunikasi 38

2.2 Tinjauan Umum Hubungan Masyarakat 39

2.2.1 Pengertian Humas 39

2.2.2 Tujuan Humas 40

2.2.3 Fungsi Humas 41
2.2.4 Kegiatan Humas 43
2.2.4.1 Internal Public Relations 43
2.2.4.2 External Public Relations 43
2.3 Tinjauan Tentang Strategi 44
2.3.1 Definisi Strategi 44
2.3.2 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi 45
2.3.3 Unsur-Unsur Pokok Strategi 46
2.3.4 Tujuan Strategi Komunikasi 47
2.3.5 Fungsi Strategi Komunikasi 48
2.4 Tinjauan Citra 48
2.4.1 Pengertian Citra 49
2.4.2 Jenis-jenis Citra 49
2.5 *Corporate Sosial Responsibility* 50
2.5.1 Pengertian *Corporate Sosial Responsibility*..... 50
2.5.2 Sejarah dan Perkembangan *Corporate Sosial Responsibility* 51
2.5.3 Pro dan Kontra Terhadap *Corporate Sosial Responsibility* 54
2.5.4 Prinsip-Prinsip *Corporate Sosial Responsibility* 56
2.5.5 Model *Corporate Sosial Responsibility* 58
2.5.6 Bentuk-bentuk *Corporate Sosial Responsibility* 60

2.5.7 Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) 63

2.5.8 Kendala Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) 64

2.5.9 Manfaat dari Penerapan *Corporate Sosial Responsibility* 65

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang Perusahaan 67

3.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan PT. Kereta Api (Persero)..... 74

3.1.2.1 Visi PT. Kereta Api (Persero) 74

3.1.2.2 Misi PT. Kereta Api (Persero) 74

3.1.3 Tujuan PT. Kereta Api (Persero) 74

3.1.4 Logo dan Arti Lambang PT. Kereta Api (Persero)..... 75

3.1.4.1 Logo PT. Kereta Api (Persero) 75

3.1.4.2 Arti Lambang Perusahaan 75

BAB VI HASIL PENELETIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Informan ……..…….... 98

4.1.2 Deskripsi Data Informan Kunci ……..…..... 99

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian..... 119

4.2.1 Bagaimana Pengumpulan Data yang dilakukan *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung *Public Relations* Melalui *Public Relations Corporate Social Responcibility* dalam Membangun Citra Perusahaannya? 121

4.2.5 Bagaimana Rencana *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung Melalui *Public Relations Corporate Social Responcibility* dalam Membangun Citra Perusahaannya?..... 124

Bagaimana Pelaksanaan *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung Melalui *Public Relations Corporate Social Responcibility* dalam Membangun Citra Perusahaannya? 127

5.2.5 Bagaimana Evaluasi yang dilakukan *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung Melalui *Public Relations Corporate Social Responcibility* dalam Membangun Citra Perusahaannya 128

4.2.5 Bagaimana Strategi *Public Relations* PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung *Public Relations* Melalui *Program Corporate Social Responcibility* dalam Membangun Citra Perusahaannya? 129

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 **Kesimpulan** 144

5.2 **Saran** 146