DAFTAR ISI

HAL

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK..... iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR xx

DAFTAR LAMPIRAN xxi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah ……..... 1

1.2 Identifikasi Masalah ……..... 6

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian ……..... 8

1.3.1 Maksud Penelitian ……..... 8

1.3.2 Tujuan Penelitian ……..... 8

1.4 Kegunaan Penelitian ……..... 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis ……..……..... 10

1.4.2 Kegunaan Praktis ……..……..…….....…. 10

1.5 Kerangka Pemikiran ……...……...…..… 12

1.5.1 Kerangka Teoritis ……..……....…....…. 12

1.5.2 Kerangka Konseptual ..……...…….....…... 17

1.6 Hipotesis.……...……..… 19

1.7 Operasional Variabel ……...…..…..……. 19

1.8 Populasi dan Sampel Penelitian ……....……..…….…..... 21

1.8.1 Populasi Penelitian ……...……..…...…..……. 21

1.8.2 Sampel Penelitian ……...……..….....…….. 23

1.9 Metode Penelitian ……...……..……...…….. 24

1.10 Teknik Pengumpulan Data ……...……..……...…… 25

1.11 Teknik Analisis Data …….....……..……. 27

1.12 Tempat dan Waktu Penelitian ……..……..….....…….. 28

1.12.1 Tempat Penelitian ……..…….....……. 28

1.12.2 Waktu Penelitian ……..……....…....…. 28

1.13 Sistematika Penulisan……..……...……...……30

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi 31

2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi 31

2.1.2 Proses Komunikasi 33

2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi 34

2.1.4 Bentuk Komunikasi 36

2.1.5 Fungsi Komunikasi 37

2.2 Tinjauan Umum Public Relations 38

2.2.1 Definisi Public Relations..... 38

2.2.2 Tujuan Public Relations..... 40

2.2.3 Publik dalam Public Relations……..……... 42

2.2.4 Ciri-ciri Public Relations……..…….…. 43

2.3 Tinjauan tentang Strategi 44

2.3.1 Pengertian Strategi..... 44

2.3.2 Komponen Pembentukan Strategi 47

2.4 Tinjauan Tentang Citra……..... 48

2.4.1 Pengertian Citra……... 48

2.4.2 Macam-macam Citra…….…….. 50

2.4.3 Proses Pembentukan Citra…….. ….53

2.5 Tinjauan Tentang Press Awards 54

2.5.1 Definisi Press 54

2.5.2 Definisi Awards 55

2.5.3 Definisi Press Awards 55

2.6 Tinjauan Tentang Wartawan Media Cetak..... 56

2.6.1 Definisi Wartawan..... 56

2.6.2 Fungsi Wartawan..... 57

2.6.3. Jenis-jenis Wartawan…….…… 58

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Perusahaan Telkomsel 60

3.2 Visi, Misi, dan Tujuan PT. Telkomsel……..... 64

3.2.1 Visi PT. Telkomsel…….…. 65

3.2.2 Misi PT. Telkomsel……. 65

3.3 Budaya PT. Telkomsel……..... 66

3.4 Logo Identitas Perusahaan dan Slogan PT.Telkomsel…..... 68

3.4.1 Logo PT. Telkomsel ……..... 68

3.4.2 Slogan PT.Telkomsel ……..... 68

3.4.3 Filosofi Identitas Logo Perusahaan ……..…….... 68

3.5 Sejarah Humas Telkomsel 70

3.6 Struktur Organisasi Telkomsel Area Jabotabek Jabar …….... 70

3.7 Struktur Organisasi Humas PT. Telkomsel regional Jawa Barat 72

3.8 Job Description ……..……..... 74

3.9 Press Awards Telkomsel……..……...…… 79

3.10 Sarana dan Prasarana ……..……...…… 80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas 83

4.1.1 Uji Validitas 84

4.1.2 Analisis Reliabilitas 87

4.2 Analisis Deskriptif Data Responden 90

4.2.1 Karakteristik Responden 90

4.2.2 Usia Responden 91

4.2.3 Agama Responden 92

4.2.4 Lama Bekerja Responden 92

4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian 93

4.3.1 Rencana Kegiatan Press Awards……..…..…..……..... 93

4.3.2 Pesan Kegiatan Press Awards…...…..…… 95

4.3.3 Media Press Awards.……..……. 97

4.3.4 Presepsi wartawan (variabel Y)…….…….…. 98

4.3.5 Kognisi wartawan mengenai PT. Telkomsel Regional JABAR.... 100

4.3.6 Sikap wartawan…….……103

4.4 Analisis Korelasi Antara Indikator X Dengan Variabel Y 105

4.4.1 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung 105

4.4.2 Korelasi Antara Rencana kegiatan Press Awards. Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung .....……..….. 109

4.4.3 Korelasi Antara Pesan Kegiatan Press Awards Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung 113

4.4.4 Korelasi Antara Media Kegiatan Press Awards Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung …….. 117

4.5 Analisis Korelasi Antara Variabel Y dengan Variabel X 121

4.5.1 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Persepsi PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dimata Wartawan Media Cetak Bandung 121

4.5.2 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Kognisi PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dimata Wartawan Media Cetak Bandung ……..….. 125

4.5.3 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Sikap PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dimata Wartawan Media Cetak Bandung……129

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 135

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN 141

5.2. SARAN-SARAN 144

5.2.1. Saran Untuk PT. Telkomsel Regional Jawa Barat….. ……..... 144

5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya 145

DAFTAR PUSTAKA …….....… 146

LAMPIRAN 148

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 175

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mitra wartawan Telkomsel 22

Tabel 1.2 Tabel Waktu Penelitian 29

Tabel 3.1 Sarana Prasarana Perusahaan 80

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... 86

Tabel 4.2 Reliability Statistics..... 89

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden 90

Tabel 4.4 Usia Responden..... 91

Tabel 4.5 Agama Responden..... 92

Tabel 4.6 Lama Kerja Responden 92

Tabel 4.7 Rancangan kegiatan..... 93

Tabel 4.8 Konsep Kegiatan..... 94

Tabel 4.9 Program Press Awards..... 94

Tabel 4.10 Gaya Pesan 95

Tabel 4.11 Bentuk Pesan 96

Tabel 4.12 Bentuk Media..... 97

Tabel 4.13 Fungsi Media 98

Tabel 4.14 Memahami keinginan berita..... 98

Tabel4.15 Penerimaan Yang Baik Dari Telkomsel Regional Jabar Akan Mendapatkan Infomasi Tentang Telkomsel 99

Tabel 4.16 Telkomsel Sebagai Perusahan Telekomunikasi Sudah Menjadi Yang Terbaik Dalam Membangun Image Dengan Wartawa**n** 100

Tabel 4.17 Pengertian Wartawan terhadap beritaTelko**msel** 101

Tabel 4.18 Pemikiran wartawan ……..…….....102

Tabel 4.19 Wartawan Dalam Memberitakan Telkomsel Sudah Sesuai Dengan Apa Yang Diharapkan Pihak Telkomsel 103

Tabel 4.20 Wartawan Media Cetak Bandung Sudah Dihargai Pihak Telkomsel Selama Menjadi Mitra Telkomsel 104

Tabel 4.21 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung 105

Tabel 4.22 Korelasi Antara Rencana kegiatan Press Awards. Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung 109

Tabel 4.23 Korelasi Antara Pesan Kegiatan Press Awards Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung 113

Tabel 4.24 Korelasi Antara Media Kegiatan Press Awards Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung 117

Tabel 4.25 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Persepsi PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dimata Wartawan Media Cetak Bandung ……..... 121

Tabel 4.26 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Kognisi PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dimata Wartawan Media Cetak Bandung ……..... 125

Tabel 4.27 Korelasi Antara Strategi Public Relations PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dengan Sikap PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dimata Wartawan Media Cetak Ban**dung** 129

Tabel 4.28 Ringkasan Analisis Data Korelasi Variabel ……..... 133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Pembentukan Citra ……..... 16

Gambar 3.1 Logo PT.Telkomsel ……..... 68

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkomsel Area Jabotabek 71

Gambar 3.3 Struktur Bidang Humas PT. Telkomsel Area Jabotabek …..... 72

Gambar 4.1 Kurva Uji t 107

Gambar 4.2 Kurva Uji t 111

Gambar 4.3 Kurva Uji t 115

Gambar 4.4 Kurva Uji t 119

Gambar 4.5 Kurva Uji t 123

Gambar 4.6 Kurva Uji t 127

Gambar 4.7 Kurva Uji t 131

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat pengantar skripsi……..... 148

Lampiran 2 Surat Persetujuan Menjadi Pembimbing..... 149

Lampiran 3 Surat berita acara bimbingan……..... 150

Lampiran 4 Pedoman Wawancara ……..... 151

Lampiran 5 Surat Pengantar Angket 155

Lampiran 6 Angket Penelitian 156

Lampiran 7 Cooding book..... 161

Lampiran 8 Cooding sheet……..... ..165

Lampiran 9 Uji Validitas…….....166

Lampiran 10 Dokumentasi Foto sampel penelitian…….....168

Lampiran 11 Contoh Program *Press Awards*,,foto-foto……..…....172

Lampiran 12 Daftar riwayat hidup……...……. 175