

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.2.1 Pertanyaan Makro	7
1.2.2 Pertanyaan Mikro	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	15

2.1.2.1	Unsur-unsur Komunikasi	16
2.1.2.2	Proses Komunikasi.....	17
2.1.2.3	Fungsi Komunikasi	19
2.1.3	Strategi Komunikasi.....	19
2.1.4	<i>Public Relation</i>	20
2.1.4.1	Definisi <i>Public Relation</i>	20
2.1.4.2	Fungsi <i>Public Relation</i>	22
2.1.4.3	Tugas <i>Public Relation</i>	22
2.1.4.4	Tujuan <i>Public Relation</i>	24
2.1.4.5	Dimensi <i>Public Relation</i>	26
2.1.5	<i>Brand Image</i>	27
2.1.5.1	Definisi <i>Brand Image</i>	27
2.1.5.2	Faktor Terbentuknya <i>Brand Image</i>	28
2.1.5.3	Indikator <i>Brand Image</i>	29
2.2	Kerangka Pemikiran.....	30
2.2.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Informan Penelitian.....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Wawancara Mendalam.....	37
3.3.2	Observasi.....	38
3.3.3	Dokumentasi	38

3.3.4	Studi Pustaka.....	39
3.3.5	Penelusuran Data <i>Online</i>	39
3.4	Uji Keabsahan Data.....	40
3.5	Teknik Analisa Data.....	41
3.5.1	Proses Analisis Data.....	42
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	44
3.6.2	Waktu Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.1.1.2	Jenis Produk PT Telkomukasi Indonesia, Tbk.....	48
4.1.1.3	Produk dan Layanan Perusahaan	49
4.1.1.4	Struktur Organisasi.....	50
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian.....	50
4.1.2.1	Deskripsi Informan.....	51
4.1.3	Hasil Penelitian	56
4.1.3.1	Fakta (<i>Fact Finding</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3 Jabar	57
4.1.3.2	Perencanaan (<i>planning</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3	61

4.1.3.3 Komunikasi (<i>communicating</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3	63
4.1.3.4 Evaluasi (<i>evaluating</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3 Jabar	66
4.2 Pembahasan.....	66
4.2.1 Fakta (<i>Fact Finding</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3 Jabar	66
4.2.2 Perencanaan (<i>planning</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3	67
4.2.3 Komunikasi (<i>communicating</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3	68
4.2.4 Evaluasi (<i>evaluating</i>) <i>Public Relations</i> PT.Telkom Regional 3 Jabar	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Perusahaan Fixed Broadband di Indonesia	2
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan Layanan <i>Triple Play</i> di Kota Bandung Tahun 2018-2019.....	4
Tabel 1.3	Top Brand Award 2020.....	4
Tabel 2.1	Penelitian sebelumnya.....	13
Tabel 3.1	Profil Informan.....	37
Tabel 3.2	Waktu dan Kegiatan Penelitian.....	44
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Informan Penelitian.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo PT. Telkom Indonesia	48
Gambar 4.2	Logo PT. Indihome	49
Gambar 4.3	Struktur Organisasi PT.Telkom Regional 3 Jabar	50
Gambar 4.4	Asep Tatang	51
Gambar 4.5	Octa Julian.....	52
Gambar 4.6	Nurfadhilla Azharini	53
Gambar 4.7	Nurafifah Desriani	54
Gambar 4.8	Tony Jasyr	55