DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN..... i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK..... iii

***ABSTRACK* ..... iv**

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Rumusan Masalah 13

1.2.1 Pertanyaan Makro.....13

1.2.2 Pertanyaan Mikro 13

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 14

1.3.1 Maksud Penelitian 14

1.3.2 Tujuan Penelitian.....15

1.4. Kegunaan Penelitian.....16

1.4.1 Kegunaan Teoritis 16

1.4.2 Kegunaan Praktis.....16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka 17

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 17

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 27

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi.....27

2.1.2.2 Unsur- unsur Komunikasi 28

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi.....29

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi 29

2.1.2.5 Teknik Komunikasi 31

2.1.3 Tinjauan Tentang Humas.....32

2.1.3.1 Pengertian Humas.....32

2.1.3.2 Fungsi Humas.....36

2.1.3.3 Tugas Humas.....37

2.1.3.4 Lingkup Humas 38

2.1.3.5 Tujuan Humas 38

2.1.3.6 Program Kerja Humas 40

2.1.3.7 Teknik Humas 41

2.1.4 Tinjauan Tentang Proses Humas.....43

2.1.4.1 Pengertian Proses Humas 43

2.1.4.2 Tahapan Proses Humas.....44

2.1.5 Tinjauan Tentang Pedagang Asongan 48

2.1.5.1 Pengertian Pedagang Asongan 48

2.1.5.2 Jenis Barang yang dijual Pedagang Asongan.....49

2.1.5.3 Lokasi Berjualan 49

2.1.6 Tinjauan Peraturan Larangan Berjualan 50

2.1.6.1 Awal Mula Diberlakukan 50

2.1.7 Tinjauan Tentang Sosialisasi.....56

2.1.7.1 Pengertian Sosialisasi 56

2.1.7.2 Bentuk Sosialisasi.....57

2.1.8 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....57

2.1.8.1 Pengertian Komunikasi Organisasi 57

2.1.8.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi 58

2.2 Kerangka Pemikiran 59

2.2.1 Kerangka Teoritis 59

2.2.2 Kerangka Konseptual.....62

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....66

3.1.1 Visi dan Misi PT. KAI (Persero).....71

3.1.2 Logo dan Arti Lambang PT. KAI (Persero) 72

3.1.3 Tujuan Perusahaan.....73

3.1.4 Budaya PT. KAI (Persero).....74

3.1.5 Slogan PT. KAI (Persero).....76

3.1.6 Sejarah PT. KAI (Persero) Daop 2 Bandung 77

3.1.6.1 Sejarah Divisi Humas PT. KAI Daop 2 Bandung 78

3.1.6.2 Struktur Organisasi PT.KAI Daop 2 Bandung.....79

3.2 Metode Penelitian 84
3.2.1 Desain Penelitian 84
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 86
3.2.2.1 Studi Pustaka 87
3.2.2.2 Studi Lapangan 88
3.2.3 Teknik Penentuan Informan 91
3.2.3.1 Informan Penelitian 91
3.2.3.2 Informan Pendukung 92
3.2.4 Teknik Analisa Data 93
3.2.5 Uji Keabsahan Data 96
3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 98
3.2.6.1 Lokasi Penelitian 98
3.2.6.2 Waktu Penelitian 98

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Identitas Informan 101
4.1.1 Jadwal Wawancara Dengan Informan 102
4.1.2 Profil Informan 106
4.2 Hasil Penelitian 111
4.2.1 Penetapan masalah yang dilakukan oleh Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan Peraturan Larangan Berjualan Kepada Pedagang Asongan Di Area Stasiun Di Kota Bandung 112

4.2.2 Perencanaan dan Program Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan Peraturan Larangan berjualan Kepada Pedagang Asongan Di Area Stasiun Di Kota Bandung. 116
4.2.3 Aksi dan Komunikasi Yang Dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan Peraturan Larangan Berjualan Kepada Pedagang Asongan Di Area Stasiun Di Kota Bandung 120
4.2.4 Evaluasi Program Yang Dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan Peraturan Larangan Berjualan Kepada Pedagang Asongan Di Area Stasiun Di Kota Bandung. 126
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 158
5.2 Saran 161
DAFTAR PUSTAKA 163
LAMPIRAN - LAMPIRAN 166
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 263