DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

***ABSTRACT* ..... iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....9

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 9

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 10

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....10

1.3.1 Maksud.....10

1.3.2 Tujuan 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Teoritis 11

1.4.2 Kegunaan Praktis 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 13

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 13

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 14

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi 14

2.1.2.2 Unsur-Unsur Ilmu Komunikasi 15

2.1.2.3 Tujuan Ilmu Komunikasi.....17

2.1.2.4 Komponen Ilmu Komunikasi 18

2.1.2.5 Bentuk – bentuk Komunikasi 21

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi 21

2.1.4 Tinjauan *Public Relations* 23

2.1.5 Tinjauan Tentang Strategi 25

2.1.6 Tinjauan Tentang Strategi *Public Relations* 29

2.2 Kerangka Pemikiran.....32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 36

3.1.1 Desain Penelitian.....37

3.2 Informan Penelitian 38

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....41

3.3.1 Studi Lapangan 41

3.3.2 Studi Pustaka 41

3.4 Uji Keabsahan Data 44

3.5 Teknik Analisa Data 45

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 48

3.6.1 Lokasi Penelitian 48

3.6.2 Waktu Penelitian 48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 50

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 52

4.1.1.1 Sejarah Singkat InfoBdg 52

4.1.1.2 Visi dan Misi InfoBdg.....54

4.1.1.3 Struktur Organisasi *Public Relations* InfoBdg.....55

4.1.1.4 *Job Description Public Relations*.....56

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian dan Informan Pendukung 56

4.1.3 Hasil Penelitian 63

4.1.3.1 Tujuan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan.....64

4.1.3.2 Rencana *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan.....68

4.1.3.3 Kegiatan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan 70

4.1.3.4 Pesan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan 73

4.1.3.5 Media yang digunakan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan 76

4.2 Pembahasan Penelitian.....80

4.2.1 Tujuan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan.....81

4.2.2 Rencana *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan 85

4.2.3 Kegiatan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan 89

4.2.4 Pesan yang disampaikan oleh *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan. 92

4.2.5 Media yang digunakan oleh *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan. 94

4.2.6 Strategi yang dilakukan *Public Relations* InfoBdg melalui pelaksanaan *Event Off Air* Bulanan *Ngamplag Live* dalam Membangun Citra Perusahaan.....97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 101

5.2 Saran.....104

5.2.1 Saran bagi *Public Relations* InfoBdg 104

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 106

DAFTAR PUSTAKA 107

LAMPIRAN.....109

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 157