DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 10

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 12

1.4.1 Kegunaan Teoritis 12

1.4.2 Kegunaan Praktis 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 14

2.1 Tinjauan Pustaka 14

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 14

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 18

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi 24

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi 29

2.1.5 Tinjauan Tentang *Public Relations* 32

2.1.6 Tinjauan Tentang Strategi *Public Relations* 42

2.1.7 Tinjauan Tentang Citra 46

2.1.8 Tinjauan Tentang Pemuda 53

2.2 Kerangka Pemikiran 58

BAB III METODE PENELITIAN 64

3.1 Desain Penelitian 64

3.2 Informan Penelitian 66

3.2.1 Informan Kunci 67

3.2.2 Informan Pendukung 68

3.3 Teknik Pengumpulan Data 69

3.3.1 Studi Pustaka 69

3.3.2 Studi Lapangan 70

3.4 Uji Keabsahan Data 73

3.5 Teknik Analisa Data 75

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 77

3.6.1 Lokasi Penelitian..... 77

3.6.2 Waktu Penelitian..... 77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....79

4.1 Hasil Penelitian 84

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 84

4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian 91

4.1.3 Analisa Hasil Penelitian..... 98

4.2 Pembahasan.....122

4.2.1 Perencanaan *Public Relations* Infobdg Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Pemuda Melalui Kegiatan *Ngamplag Fest*.....123

4.2.2 Manajemen *Public Relations* Infobdg Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Pemuda Melalui Kegiatan *Ngamplag Fest*.....132

4.2.3 Evaluasi *Public Relations* Infobdg Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Pemuda Melalui Kegiatan *Ngamplag Fest*.....136

4.2.4 Strategi *Public Relations* Infobdg Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Pemuda Melalui Kegiatan *Ngamplag Fest*.....138

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 147

5.1 Kesimpulan 147

5.2 Saran 150

5.2.1 Saran untuk *Public Relations* Infobdg 150

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya 151

DAFTAR PUSTAKA 152

LAMPIRAN.....155

SURAT IZIN PUBLIKASI 240

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 241

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1.1	Komponen Strategi PR	6
Tabel 1.2	Komponen Strategi PR	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2	Konsep dan Teknis Kemampuan PR	37
Tabel 3.1	Informan Kunci	67
Tabel 3.2	Informan Pendukung	68
Tabel 3.3	Jadwal Penelitian	78
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Informan Penelitian Kunci	83
Tabel 4.2	Jadwal Wawancara Informan Penelitian Pendukung	83

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1	Diagram Komponen-komponen *Strategy of PR*	43
Gambar 2.2	Model Pembentukan Citra	53
Gambar 2.3	Model Alur Kerangka Pemikiran	63
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Infobdg	89
Gambar 4.2	*PR* Infobdg: Deri Andripivadi	92
Gambar 4.3	*Marcomm* Infobdg: Randy Tama	93
Gambar 4.4	*Freshgraduated*: Ridwansyah	94
Gambar 4.5	Mahasiswi: Depiana Pauziah	95
Gambar 4.6	Mahasiswa: Husni Dzulfikar	96
Gambar 4.7	Mahasiswi: Restu Tenripada Yusuf	97
Gambar 4.8	Mahasiswa: Andhika Putra Purwadi	98
Gambar 4.9	Poster Audisi Band	125
Gambar 4.10	*Rundown Ngamplag Fest*	134
Gambar 4.11	Model Strategi Infobdg	145
Gambar 4.12	Model Pembentukan Citra Infobdg	146

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran 1	Berita Acara Bimbingan	155
Lampiran 2	Lembar Revisi Skripsi	156
Lampiran 3	Surat Rekomendasi Sidang Pembimbing	157
Lampiran 4	Surat Pengajuan Pendaftaran Sidang	158
Lampiran 5	Surat Izin Penelitian	159
Lampiran 6	Surat Balasan Penelitian	160
Lampiran 7	Pedoman Lembar Identitas	161
Lampiran 8	Pedoman Observasi	162
Lampiran 9	Pedoman Wawancara	164
Lampiran 10	Lembar Identitas	174
Lampiran 11	Hasil Observasi	181
Lampiran 12	Hasil Wawancara	188
Lampiran 13	Dokumentasi	234