

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 <i>Public Relations</i>	11
2.1.2 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	12
2.1.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	13
2.1.4 Fungsi <i>Public Relations</i>	15
2.1.5 Manfaat <i>Public Relations</i>	15
2.1.6 Peran <i>Public Relations</i>	17
2.1.7 Proses <i>Public Relations</i>	18
2.1.8 Citra	19

2.1.9 Fungsi dan Faktor Pembentuk Citra Organisasi / Perusahaan	19
2.1.10 Media Sosial Sebagai Media Komunikasi <i>Public Relations</i>	20
2.1.11 Reputasi	21
2.1.12 Opini Publik.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	31
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.3.1 Subjek Penelitian	33
3.3.2 Objek Penelitian	33
3.4 Lokasi Penelitian	33
3.5 Informan Penelitian.....	34
3.6 Unit Analisis Data.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7.1 Data Primer	37
3.7.2 Data Sekunder	38
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	39
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Karakteristik Informan.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Unit <i>Public Relations</i> Persib Bandung	45
4.2.2 Peran <i>Public Relations</i>	46
4.3 Pembahasan	57

4.3.1 Analisis Peran Unit <i>Public Relations</i> Klub Sepak Bola Persib Bandung Sebagai <i>Expert Prescriber Communication</i> (Penasihat Ahli)	58
4.3.2 Analisis Peran Unit <i>Public Relations</i> Klub Sepak Bola Persib Bandung Sebagai <i>Problem Solving Process Facilitator</i> (Fasilitator Pemecahan Masalah)	59
4.3.3 Analisis Peran Unit <i>Public Relations</i> Klub Sepak Bola Persib Bandung Sebagai <i>Communication Facilitator</i> (Fasilitator Komunikasi)....	59
4.3.4 Analisis Peran Unit <i>Public Relations</i> Klub Sepak Bola Persib Bandung Sebagai <i>Technician Communication</i> (Teknisi Komunikasi)	60
4.3.5 Analisis Citra Yang Dipertahankan Oleh Unit <i>Public Relations</i> Klub Sepak Bola Persib Bandung	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademis.....	63
5.2.2 Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	68