

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB 2	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Komunikasi.....	14
2.1.1 Definisi Komunikasi	14
2.1.2 Tujuan Komunikasi	15
2.1.3 Fungsi Komunikasi	15
2.2 Public Relations	17
2.2.1 Definisi Public Relations.....	17
2.2.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	17
2.2.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	18
2.2.4 Peran <i>Public Relations</i>	19
2.2.5 Strategi <i>Public Relations</i>	20

2.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	21
2.3.1 Definisi CSR	21
2.3.2 Bentuk CSR.....	22
2.3.3 Fungsi CSR	23
2.3.4 Budaya CSR	24
2.3.5 Komunikasi CSR.....	26
2.4 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB 3	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	43
3.2.1 Subjek Penelitian.....	43
3.2.2 Objek Penelitian	43
3.3 Lokasi Penelitian	43
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	44
3.5 Informan Kunci	45
3.6 Pengumpulan Data Penelitian.....	46
3.6.1 Observasi.....	46
3.6.2 Wawancara	46
3.6.3 Dokumentasi.....	47
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.8 Teknik Keabsahan Data	48
BAB 4	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum	49
4.1.1 Profil Perusahaan.....	49
4.1.2 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.	51
4.1.3 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.	52
4.1.4 Karakteristik Informan.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 <i>Defining The Problem</i>	53

4.2.2 <i>Planning and Programming</i>	57
4.2.3 <i>Taking Action and Communicating</i>	65
4.2.4 <i>Evaluating The Program</i>	74
4.3 PEMBAHASAN	77
BAB 5	83
KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
5.2.1 Saran Akademis	84
5.2.2 Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91