

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Lokasi dan Waktu Periode Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Ledingham & Bruning	14
2.2 <i>Media Relations</i>	16
2.3 Industri Semen.....	17
2.4 <i>Public Relations</i>	19
2.4.1 Diseminasi Informasi	20
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.5.1 Jurnal Nasional	22
2.5.2 Jurnal Internasional	25
2.6 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode Penelitian	32
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.2.1 Subjek Penelitian	33
3.2.2 Objek Penelitian.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Data Primer	34

3.3.2 Data Sekunder	35
3.4 Informan Penelitian	35
3.5 Unit Analisis Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Kepercayaan pada Jurnalis Bogor.....	41
4.1.2 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Keterbukaan pada Jurnalis Bogor	46
4.1.3 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Keterlibatan pada Jurnalis Bogor.....	52
4.1.4 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Komitmen pada Jurnalis Bogor	57
4.1.5 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Investasi pada Jurnalis Bogor	63
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Kepercayaan pada Jurnalis Bogor.....	64
4.2.2 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Keterbukaan pada Jurnalis Bogor	67
4.2.3 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Keterlibatan pada Jurnalis Bogor.....	69
4.2.4 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Komitmen pada Jurnalis Bogor	71
4.2.5 Strategi Manajemen Media Relasi PT Solusi Bangun Indonesia melalui Investasi pada Jurnalis Bogor	73
4.3 Model Penelitian Gabungan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.2 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83