

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3. Identifikasi Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1. Kegunaan Akademis.....	5
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Kerangka Pemikiran (Konsep).....	11
2.2.1. Pengertian Komunikasi.....	11
2.2.2. Pengertian <i>Public Relations</i>	13
2.2.3. Perbedaan <i>Public Relations</i> dengan Marketing.....	16
2.2.4. Fungsi <i>Public Relations</i>	20
2.2.5. Publik Internal dan Eksternal.....	23
2.2.6. Pengertian Aktivitas <i>Public Relations</i>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.2. Metode Penelitian.....	34
3.3. Subjek Penelitian/Narasumber.....	36
3.4. Defiinisi Konsep.....	38
3.5.1. Data Primer.....	40
3.5.2. Data Sekunder.....	41

3.6.	Teknik Analisis Data	42
3.7.	Teknik Keabsahan Data	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1.	Gambaran Umum Tempat Penelitian	44
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	44
4.1.2.	Filosofi, Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.3.	Struktur Organisasi dan Tata Kerja Organisasi.....	47
4.1.4.	Kegiatan Usaha	52
4.1.5.	Peran Dan Fungsi Perusahaan.....	54
4.1.6.	Logo Perusahaan.....	55
4.2.	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1	Identifikasi Fungsi <i>Public Relations</i> Yang Dilakukan di Divisi Marketing Pada PT. Sedana Pasifik Servistama.....	56
4.2.2.	Pembahasan.....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1.	Kesimpulan.....	77
5.2.	Saran	79
5.2.1.	Saran Praktis	79
5.2.2.	Saran Akademisi.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80

