

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Teoritis / Akademis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	13
2.2 Definisi Komunikasi	17
2.2.1 Proses Komunikasi	18
2.2.2 Fungsi Komunikasi	19
2.2.3 Tujuan Komunikasi	21

2.3	<i>Public Relations</i>	21
2.3.1	Definisi <i>Public Relations</i>	21
2.3.2	Fungsi <i>Public Relations</i>	22
2.3.3	Peran <i>Public Relations</i>	23
2.4	Media <i>Public Relations</i>	24
2.4.1	Tujuan Media <i>Public Relations</i>	24
2.4.2	Jenis – Jenis Media <i>Public Relations</i>	25
2.5	<i>New Media</i>	26
2.5.1	Ciri – Ciri <i>New Media</i>	28
2.5.2	Jenis – Jenis <i>New Media</i>	28
2.5.3	Pemanfaatan <i>New Media</i>	28
2.5.4	Komponen <i>New Media</i>	31
2.5.5	<i>Public Relations</i> Online – Humas Era Internet.....	31
2.5.6	Kelebihan dan Kekurangan <i>Public Relations</i> Online.....	32
2.5.7	Media <i>Public Relations</i> Online	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Paradigma.....	37
3.2	Tipe Penelitian.....	38
3.3	Metode Penelitian	39
3.4	Subyek Penelitian	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1	Data Primer	43
3.5.2	Data Sekunder	44

3.6	Teknik Analisis Data	44
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Kementerian Perhubungan Republik Indonesia	47
4.1.2	Profil Perusahaan PT. Grab Indonesia	48
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan PT. Grab Indonesia	49
4.1.4	Struktur Organisasi	50
4.1.5	Produk Perusahaan PT. Grab Indonesia.....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Hasil Analisis Data.....	55
4.3	Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		84