

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	iv
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	v
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	1
<b>1.2 Fokus Penelitian.....</b>	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	7
<b>1.4.1 Manfaat Akademis .....</b>	7
<b>1.4.2 Manfaat Praktis .....</b>	7
<b>MERCU BUANA</b>	
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	8
<b>2.1.1 KesimpulanPenelitian Terdahulu .....</b>	16
<b>2.2 Komunikasi .....</b>	19
<b>2.1 Pengertian Komunikasi .....</b>	19
<b>2.2.2 Tipe Komunikasi.....</b>	20
<b>2.3 Komunikasi Organisasi .....</b>	25
<b>2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi.....</b>	25
<b>2.3.2 Arus Komunikasi Dalam Organisasi .....</b>	26
<b>2.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi .....</b>	27

<b>2.4</b>	<b>Public Relations .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4.1</b>	<b>Pengertian Public Relations .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4.2</b>	<b>Peran Public Relations dalam Perusahaan .....</b>	<b>31</b>
<b>2.5</b>	<b>Corporate Social Responsibility .....</b>	<b>36</b>
<b>2.5.1</b>	<b>Pengertian Corporate Social Responsibility.....</b>	<b>36</b>
<b>2.5.2</b>	<b>Manfaat Corporate Social Responsibility .....</b>	<b>39</b>
<b>2.5.3</b>	<b>Program dan Bidang-Bidang CSR .....</b>	<b>40</b>
<b>2.5.4</b>	<b>Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility .....</b>	<b>41</b>
<b>2.6</b>	<b>Citra .....</b>	<b>42</b>
<b>2.6.1</b>	<b>Pengertian Citra .....</b>	<b>42</b>

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

<b>3.1</b>	<b>Paradigma Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>3.2</b>	<b>Metode Penelitian .....</b>	<b>46</b>
<b>3.3</b>	<b>Subjek Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>3.4</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>50</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Data Primer .....</b>	<b>50</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Data Sekunder.....</b>	<b>50</b>
<b>3.5</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>51</b>
<b>3.6</b>	<b>Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>	<b>53</b>

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....</b>	<b>55</b>
<b>4.1.1</b>	<b>Sekilas Tentang PT KAI.....</b>	<b>55</b>
<b>4.1.2</b>	<b>Sejarah PT KAI.....</b>	<b>56</b>
<b>4.1.3</b>	<b>Visi dan Misi PT KAI.....</b>	<b>58</b>
<b>4.1.4</b>	<b>Logo PT KAI .....</b>	<b>58</b>

<b>4.1.5</b>	<b>Struktur Organisasi PT KAI.....</b>	<b>60</b>
<b>4.1.6</b>	<b>Latar Belakang CSR PT KAI.....</b>	<b>60</b>
<b>4.1.7</b>	<b>Lingkup Penerapan CSR PT KAI.....</b>	<b>61</b>
<b>4.1.8</b>	<b>Visi, Misi dan Tujuan CSR PT KAI.....</b>	<b>62</b>
<b>4.1.9</b>	<b>Sasaran CSR PT KAI .....</b>	<b>62</b>
<b>4.1.10</b>	<b>Pengertian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.....</b>	<b>63</b>
<b>4.1.11</b>	<b>Sasaran Kebijakan CSR PT KAI .....</b>	<b>64</b>
<b>4.1.12</b>	<b>Strategi Pengertian Program Kemitraan, Bina Lingkungan dan Community Relations .....</b>	<b>65</b>
<b>4.1.13</b>	<b>Profile Informan.....</b>	<b>67</b>
<b>4.2</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Latar Belakang CSR PT KAI.....</b>	<b>70</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Survei dan Kebutuhan Masyarakat (Fact Finding) .....</b>	<b>72</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Perencanaan CSR .....</b>	<b>75</b>
<b>4.2.4</b>	<b>Aktivitas CSR .....</b>	<b>78</b>
<b>4.2.5</b>	<b>Kendala .....</b>	<b>82</b>
<b>4.2.6</b>	<b>Respon Masyarakat.....</b>	<b>84</b>
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>86</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>95</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Saran .....</b>	<b>96</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Saran Akademis .....</b>	<b>96</b>
<b>5.2.3</b>	<b>Saran Praktis .....</b>	<b>96</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>		