

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
MOTTO	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Komunikasi	16
2.3. Public Relations	19
2.3.1. Proses Public Relations	20

2.3.2.	Publik	22
2.4.	Media Relations	24
2.4.1	Tujuan Media Relations	27
2.4.2.	Strategi Media Relations	30
2.5.	Publisitas	36
2.5.1	Fungsi Publisitas	39
2.5.2.	Bentuk Publisitas.....	40
2.6.	Teori Citra	43
2.6.1.	Pengertian Citra.....	43
2.6.2.	Proses Pembentukan Citra.....	36
2.6.3.	Manfaat Citra Bagi Perusahaan.....	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Paradigma.....	49
3.2.	Tipe Penelitian	50
3.3.	Metode Penelitian.....	52
3.4.	Subyek Penelitian.....	53
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6.	Teknik Analisis Data.....	60
3.7.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1.	Sejarah Singkat Wardah Cosmetics	65

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	68
4.1.3. Nilai-Nilai Perusahaan	68
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	69
4.1.5. Deskripsi Jabatan Perusahaan	70
4.1.6. Logo Wardah Cosmetics	71
4.1.7. Tiga Prinsip Wardah Cosmetics.....	72
4.1.8. Produk Kosmetik Wardah Cosmetics	73
4.1.9. Penghargaan (Awards).....	74
4.1.10.Lokasi.....	75
4.2. Hasil Penelitian	76
4.3. Pembahasan.....	146
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	155
5.2. Saran.....	156
5.2.1. Saran Akademis	156
5.2.2. Saran Praktis.....	157

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN