

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Identifikasi Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Akademis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi	15
2.2.1. Fungsi Komunikasi	16
2.2.2. Tujuan Komunikasi.....	17
2.3 Hubungan Masyarakat	18
2.3.1. Tugas Humas.....	19
2.4 Cyber PR	21
2.5 Strategi Humas	23
2.6 <i>Brand Awareness</i>	25
2.7 Masyarakat	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Paradigma Penelitian.....	30
3.2. Tipe Penelitian	31
3.3. Metode Penelitian.....	33
3.4. Subjek Penelitian.....	34

3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1.	Data Primer.....	35
3.5.2.	Data Sekunder	36
3.6.	Teknik Analisis Data.....	38
3.7.	Teknik Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1.	Visi Perusahaan.....	42
4.1.2.	Misi Perusahaan	42
4.1.3.	Logo Perusahaan	43
4.1.4.	Struktur Organisasi Jendela360.....	44
4.2.	Hasil Penelitian	45
4.2.1.	Strategi Humas Jendela360.....	48
4.3.	Pembahasan.....	61
4.3.1.	Definisikan Masalah.....	61
4.3.2.	Perencanaan dan Program.....	62
4.3.3.	Aksi dan Komunikasi.....	63
4.3.4.	Evaluasi Program	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		66
5.1.	Kesimpulan.....	66
5.2.	Saran.....	68
5.2.1.	Saran Akademis.....	68
5.2.2.	Saran Praktis.....	68

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN