

DAFTAR ISI

COVER JUDUL

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAC	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Akademis	10
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11

2.2 Kerangka Konsep.....	16
2.2.1 Komunikasi	16
1. Definisi Komunikasi	16
2. Proses Komunikasi.....	17
3. Tujuan Komunikasi.....	19
4. Fungsi Komunikasi	20
2.2.2 Komunikasi Organisasi	21
1. Definisi Komunikasi Organisasi	21
2. Alur Komunikasi Organisasi.....	22
2.2.3 Public Relations	23
1. Pengertian PR.....	24
2. Peran PR.....	25
3. Fungsi PR.....	36
2.2.4 Humas Pemerintah.....	27
2.2.5 Opini Publik.....	28
1. Pengertian Opini Publik.....	28
2. Pentingnya Opini Publik	29
3. Opini Publik & Isu	30
2.2.6 Media Monitoring	32
2.2.7 Media Monitoring Bagian dari Manajemen Isu.....	36
2.2.8 Kepuasan <i>Client</i> dan Customer Relations.....	40
2.2.9 Intellegence Media Management.....	44

2.2.10 Fasilitas Analisis Intelligence Media Management.....	46
2.2.11 Tampilan Intelligence Media Management.....	48
2.2.12 Kerangka Pemikiran Konsep.....	58

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	59
3.2. Jenis Penelitian.....	60
3.3. Metode Penelitian.....	60
3.4. Populasi dan Sampel	61
3.4.1 Populasi	61
3.4.2 Sampel	63
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	64
3.4.4 Alokasi Sampel	64
3.5. Definisi & Operasionalisasi Konsep.....	64
3.5.1 Definisi Konsep.....	64
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	66
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.6.1 Data Primer	69
3.6.2 Data Sekunder.....	69
3.7. Validitas dan Reliabilitas	69
3.7.1 Validitas	69
3.7.2 Reliabilitas.....	70
3.8. Teknik Analisis Data.....	72

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

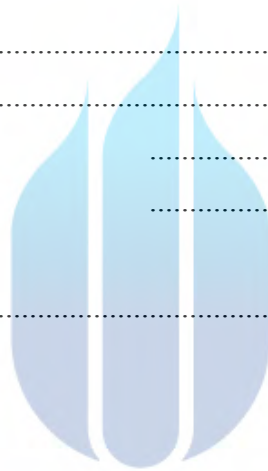
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.1 Sejarah Perusahaan	76
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	77
4.1.3 Logo Perusahaan	78

4.1.4 Produk dan Jasa i2	79
4.2 Hasil Penelitian	82
4.2.1 Uji Validitas & Reliabilitas.....	82
4.2.2 Profil Responden.....	85
4.2.3 Analisis Deskriptif Varibel	86
4.3 Pembahasan	99

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
5.2.1 Saran Akademis	104
5.2.2 Saran Praktis	104

DAFTAR PUSTAKA	106
-----------------------------	-----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA