

DAFTAR ISI

COVER		
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii	
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv	
KATA PENGANTAR	v	
ABSTRAK	vii	
DAFTAR ISI	ix	
DAFTAR TABEL	xii	
DAFTAR GAMBAR	xiii	
DAFTAR LAMPIRAN	xiv	
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Fokus Penelitian	9
1.3	Tujuan Penelitian	9
1.4	Manfaat	9
1.4.1	Manfaat Akademis	9
1.4.2	Manfaat Praktis	10
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Peneliti Terdahulu	11
2.2	Kajian Teoritis	20
2.2.1	Komunikasi	20
2.2.1.1	Definisi Komunikasi	20
2.2.1.2	Prinsip-Prinsip Komunikasi	23
2.2.1.3	Tujuan Komunikasi	25
2.2.2	<i>Public Relations</i>	26

	2.2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	26
	2.2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	28
	2.2.2.3 Peran <i>Public Relations</i>	30
	2.2.2.4 Tugas <i>Public Relations</i>	32
2.2.3	Marketing <i>Public Relations</i>	33
	2.2.3.1 Definisi Marketing <i>Public Relations</i>	33
2.2.4	Citra (<i>Image</i>)	34
	2.2.4.1 Pengertian Citra	34
	2.2.4.2 Pembentukan Citra	35
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Paradigma Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian	37
3.3	Subyek Penelitian	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
	3.4.1 Data Primer	39
	3.4.2 Data Sekunder	39
3.5	Teknik Analisis Data	40
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
	4.1.1 Sejarah Perusahaan	43
	4.1.2 Logo Gyu-Kaku Japanese Restaurant BBQ	45
	4.1.3 Visi dan Misi	46
	4.1.4 Struktur Organisasi	46
4.2	Hasil Penelitian	48
	4.2.1 Peran <i>Public Relations</i> Gyu-Kaku Indonesia	53

4.2.2	Fungsi Public Relations Gyu-Kaku Indonesia	57
4.2.3	Indikator Keberhasilan Gyu-Kaku dalam Meningkatkan Citra	59
4.3	Pembahasan	64
4.3.1	Peran & Fungsi Marketing Gyu-Kaku Indonesia Dalam Meningkatkan Citra	65
4.3.2	Meningkatkan Citra oleh Marketing Gyu-Kaku Indonesia	66
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70
5.2.1	Saran Akademis	70
5.2.2	Saran Praktis	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN	
	CURICULUM VITAE	

