

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Public Relations	16
2.1.1. Pengertian Publik Relations	16
2.2. Tinjauan Komunikasi	21
2.3. Tinjauan Strategi Human Relation	22
2.4. Tinjauan Customer Relation	25
2.4.1. Manfaat Customer Relation	27
2.4.2. Konsep Customer Relation	28
2.5. Fondasi Dasar Seorang Public Relation	29
2.6. Persepsi, Realitas, Citra	30
2.6.1 Krisis Citra melalui Keluhan Pelanggan	32
2.6.2 Tahapan Pencitraan Pasca Krisis	33
2.7. Manajeman Public Relation	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Paradigma Penelitian	38
3.2. Metode Penelitian	39
3.3. Subjek Penelitian	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41

3.4.1. Data Primer	41
3.4.2. Data Sekunder	42
3.5. Tipe Penelitian	42
3.6. Teknik Analisa Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Institusi	45
4.1.2. Visi dan Misi Institusi	48
4.1.3. Struktur Organisasi Institusi.....	49
4.1.4. Logo Perusahaan	51
4.1.5. Uraian Tugas	52
4.2. Hasil Penelitian	60
4.2.1. Strategi <i>Public Relation</i>	61
4.2.2. <i>Peacemaker</i>	74
4.2.3. Website <i>xperiaforyou.com</i>	78
4.2.4. <i>Happy Call</i>	80
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran.....	82
5.2.1. Saran Akademis.....	82
5.2.2. Saran Praktis.....	82

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA