

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	13
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	15
BAB II.....	16
TINJAUAN TEORI	16
2.1 Rangkuman Teori.....	16
2.1.1 Komunikasi	16
2.1.2 Komunikasi Massa	19

2.1.3	<i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.1.4	Komunikasi CSR	25
2.1.5	Media Baru.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran	46
BAB III.....		48
METODE PENELITIAN		48
3.1	Paradigma Penelitian	48
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	49
3.1.1	Subjek Penelitian	49
3.1.2	Objek Penelitian	50
3.3	Lokasi Penelitian	50
3.4	Unit Analisis Penelitian	50
3.5	Informan Penelitian	51
3.6	Pengumpulan Data Penelitian	52
3.1.3	Data primer.....	52
3.1.4	Data sekunder	53
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	55
BAB IV		56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Karakteristik Informan	56
4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Strategi Komunikasi CSR Blood Donation	61
4.2.2	Pemanfaatan Media Baru dalam Strategi CSR Blood Donation ...	74

4.3	Pembahasan.....	86
4.3.1	Strategi Komunikasi CSR Blood Donation	86
4.3.2	Pemanfaatan Media Baru dalam Strategi Komunikasi CSR Blood Donation	93
	BAB V.....	98
	KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	99
	DAFTAR PUSTAKA	100
	LAMPIRAN	104